

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS

UAPA



**ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA DE MERCADEO CONCENTRACIÓN GERENCIA DE
MERCADEO**

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DE LOS AFILIADOS DE VOCÊ TIENDA +
CATÁLOGO, EN LA SUCURSAL DE SANTIAGO DE LOS
CABALLEROS, EN EL PERIODO ENERO - ABRIL 2021”**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO
PARA OPTAR POR EL TÍTULO MAGÍSTER EN GERENCIA DE MERCADEO**

SUSTENTADO POR:

MARIEL MONTSERRAT MÉNDEZ DE LEÓN 2019-06287

LAURA MERCS TAVERAS PANTALEÓN 2019-05769

ASESOR:

JACINTO ALEJANDRO NÚÑEZ SUAZO

**SANTIAGO DE LOS CABALLEROS,
REPÚBLICA DOMINICANA
ABRIL 2021**

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS	IV
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN	X
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.2 Formulación del problema	15
1.2.1 Sistematización del problema	15
1.3 Objetivo general	15
1.3.1 Objetivos Específicos	16
1.4 Justificación del tema	16
1.5 Descripción del contexto	17
1.5.1 Descripción Geográfica	18
1.5.2 Población	19
1.5.3 Economía	19
1.5.4 Cultura	20
1.5.5 Educación	20
1.5.6 Historia de Você Tienda + Catálogo	21
1.5.6.1 Misión, Visión y Valores	22
1.6 Delimitación del tema	22
1.7 Limitaciones	23
1.8 Cuadro de operacionalización de las variables	23
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la investigación	26
2.2 Bases Teóricas que sustentan la investigación	28
2.2.1 Concepto de calidad	28
2.2.1.1 Concepto de Servicio	28
2.2.1.2 Clasificación de los servicios	29
2.2.1.3 Características del servicio	29
2.2.1.4 La calidad de servicio	30
2.2.1.4.1 Escuela de las relaciones humanas	31
2.2.1.4.2 Escuela de los sistemas sociales	31
2.2.1.4.3 Teoría de la planificación para la calidad	32
2.2.1.4.4 Teoría de contemporánea de la calidad	32
2.2.1.5 La calidad en el servicio como ventaja competitiva	33
2.2.1.6 Dimensiones de calidad de servicio	33
2.2.1.7 Modelos de medición de calidad de servicio	33
2.2.1.7.1 Modelo de SERVQUAL	34

2.2.1.7.2 Modelo de SERVPERF	35
2.2.2 Concepto de satisfacción del cliente	35
2.2.2.1 Importancia de la satisfacción	36
2.2.2.2 Dimensiones de la satisfacción	36
2.2.2.2.1 Modelo del Barometro sueco de la Satisfaccion del Cliente (SCSB)	36
2.2.2.2.2 Modelo ACSI	37
2.2.2.2.3 Barómetro Noruego de Satisfacción del cliente (NCSB)	37
2.3.1.4 Índice europeo de Satisfaccion del Cliente	38
2.2.3 Métodos de medición de satisfacción	39
2.2.4 Relación entre calidad y satisfacción	40

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque, Diseño y tipo de investigación	42
3.1.1 Enfoque	42
3.1.2 Diseño	42
3.1.3 Tipo de investigación	42
3.1.4 Método	43
3.2 Técnicas e instrumentos	43
3.3 Población y muestra	44
3.4 Validez y confiabilidad	45
3.5 Procedimiento para la recolección de los datos	46
3.6 Procedimiento para el análisis de los datos	46

CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN, Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	84
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	90

Resumen

El servicio al cliente siempre ha sido uno de los pilares de la venta, sea directa o indirecta. Constituye el motivo principal por el cual las personas preferirían crear o no lealtad a los productos que se venden. Dado a esta premisa, se realizó un estudio de investigación orientado a conocer el nivel de satisfacción de los clientes Você Tienda Catálogos; con la finalidad de conseguir data y poder tomar decisiones basados en los resultados arrojados.

El objetivo general de esta investigación consiste en evaluar el nivel de percepción de la calidad de los servicios que tienen los afiliados de Você Tienda Catálogo en la sucursal de Santiago de los Caballeros.

Para ello, se realizó una investigación de carácter, cuantitativo obteniendo los resultados en base a las respuestas de la investigación, y posteriormente, se realizó un análisis de la información arrojada basada en los parámetros del modelo SERVQUAL.

Finalmente se analizaron los datos obtenidos, donde se concluyó que el cliente se encuentra satisfecho con el servicio brindado por la empresa, con oportunidad de mejora en las diferentes áreas en cuestión.

CONCLUSIONES

La calidad de servicio es un pilar fundamental que incide directamente en la satisfacción del cliente. En consecuencia, es parte esencial de la empresa fidelizar los clientes actuales y atraer clientes interesados en esta oportunidad de negocio.

Por tanto, las empresas deben velar por la satisfacción de los clientes, esto genera fidelización, publicidad gratuita, ya que se convierten los embajadores de la marca, generan recomendaciones y por tanto recompra.

En la presente investigación se da a conocer la opinión sobre la “Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los afiliados de Voce Tienda + Catálogo, en la sucursal de Santiago de los Caballeros, en el periodo enero - abril 2021”.

A continuación, se presentan las conclusiones de acuerdo con los objetivos específicos plasmados al inicio de esta investigación.

Con relación al objetivo Específico No. 1 que busca verificar cómo Você Tienda + Catálogo administra sus recursos tangibles y su influencia en la satisfacción de sus afiliados. En este sentido, según el estudio realizado la dimensión sobre los elementos tangibles arrojó un resultado de 92.85% que corresponde a que los clientes se encuentran totalmente satisfechos con relación a estos elementos.

En cuanto al **objetivo específico No. 2:** Comprobar la percepción que tienen los afiliados sobre el nivel de fiabilidad del desempeño de Você Tienda + Catálogo al prestar sus servicios. En este caso, la dimensión de fiabilidad, obtuvo un porcentaje de 93.75 que corresponde a que los clientes se encuentran totalmente satisfechos. Esta dimensión es mejor percibida por los clientes, según los datos que arrojó el estudio de campo.

El **Objetivo Específico No. 3** busca determinar el nivel de percepción que tienen los afiliados sobre la capacidad de respuesta de Você Tienda + Catálogo, el grado obtenido

fue de 4.59 equivalentes a 91.85%, lo que se refiere a que los afiliados se encuentran totalmente satisfechos con la agilidad de respuesta.

Con relación al **objetivo Específico No.4** que tiene como fin Determinar el nivel de seguridad que muestra el personal de Você Tienda + Catálogo al momento de brindar sus servicios a los afiliados, el promedio de esta dimensión fue de 94.85%, por lo que los encuestados se encuentran totalmente satisfechos a la hora de realizar sus transacciones, Você Tienda + Catálogo y sienten confianza en la empresa.

Sobre el objetivo **Específico No. 5.** que pretende Comprobar el nivel de empatía que tiene el personal de Você Tienda + Catálogo al atender a sus afiliados, según los datos obtenidos en esta dimensión el resultado fue de 4.55 equivalentes a 91.08%, aunque los encuestados se encuentran totalmente satisfechos, es la dimensión con el porcentaje más bajo.

De manera general, los resultados de la encuesta han arrojado un promedio general de la percepción de la calidad de servicio equivalente a 4.64 igual a 92.80%, lo que se traduce en que los afiliados de Você Tienda + Catálogo perciben la calidad de servicio como totalmente satisfactoria, sin embargo, se observó de manera presencial, que ha mermado la visita de los afiliados actuales, por ende, la recompra y el volumen de compra mensual según los datos analizados. Asimismo, se pudo apreciar durante nuestro proceso de investigación, como ha disminuido la cantidad de solicitudes de nuevo ingreso para pertenecer al club.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- Armstrong, G. Kotler, P. y Merino, M. J. (2011). Introducción al marketing. Madrid, Pearson Educación. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/uapa/titulos/113000>.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2007). Marketing versión para Latinoamérica. Pearson Educación.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2007). Marketing versión para Latinoamérica. PEARSON.
- Druker, P. (1990). El ejecutivo eficaz. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Hernández a, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2014). Metodología de la investigación (5a. ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Hernandez Sampieri, R. (2010). Metodologia de la informacion (5ta Edicion ed.). Mc Graw Hill.
- Ishikawa, K. (2007). Introducción al control de calidad. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/lc/uapa/titulos/52886>
- Juárez, F. (2018). Principios de Marketing. Editorial Universidad del Rosario
- Kotler, P., Armstrong, G., Merino, M. J., Pintado, T., & Juan, J. M. (2011). Introducción al Marketing (3.ª ed.). PEARSON.
- Larrea, P. (1991). Calidad de servicio: del marketing a la estrategia. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/lc/uapa/titulos/52840>

- León Lefcovich, M. (2009). Satisfacción del consumidor. Santa Fe, Argentina, Argentina: El Cid Editor | apuntes. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uapa/29754?page=6>.
- Mateo, M. A. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. IC Publisher. <https://elibro.net/es/ereader/uapa/124251>.
- Maslow, A. “La Pirámide de Maslow en la evolución personal.” PAPER, 2008,p.1,<http://www.ulasalle.edu.bo/es/images/ulasalle/postgrado/geastioncapitalhumano2016/modulo3/PAPER-PIRAMIDE-DE-MASLOW.pdf>.
- Ortis Velázquez, M. González Ortiz, D. J. y Giraldo Oliveros, M. (2015). Marketing: conceptos y aplicaciones. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uapa/69930?page=45>.
- Pola Maseda, Á. (2009). Gestión de la calidad. Marcombo.
- Prats Darder, P. (2011). Métodos para medir la satisfacción del cliente. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Schiffman, L. G., Lazar Kanuk, L., & Alba Ramírez, V. d. C. (2010). Comportamiento del consumidor: León G. Schiffman y Leslie Lazar Kanuk ; traducido por Verónica del Carmen Alba Ramírez. México D.F.: Pearson.
- Vargas Quiñones, M. E. (2007). Calidad en el servicio. Universidad de La Sabana.
- Vértice, P. (2008). Aspectos prácticos de la calidad en el servicio. Editorial Publicaciones Vértice. <https://elibro.net/es/lc/uapa/titulos/59353>
- Zamudio Igami, M. P. (2005). El uso del SERVQUAL en la verificación de la calidad de los servicios de unidades de información: el caso de la biblioteca del IPEN. Red Universidad de Antioquia. <https://elibro.net/es/lc/uapa/titulos/5145>
- Zeithaml, V. (2007). Calidad total en la gestión de servicios. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/lc/uapa/titulos/52858>

- Vargas Quiñones, M. E. (2007). Calidad en el servicio. Universidad de La Sabana. <https://elibro.net/es/ereader/uapa/69024?page=32>

Artículos

- Bustamente, M. A., & Tello, M. (2000, abril). Fundamentos de calidad de servicio, modelo SERVQUAL. Revista empresarial, 2(2000), 10-16.
https://www.researchgate.net/publication/340903187_Fundamentos_de_calidad_de_servicio_el_modelo_Servqual
- Matsumoto Nishizawa,, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio. (Matsumoto Nishizawa, ed., pp. 186-204).

Tesis

- Fernández, B. G. (2010, septiembre 01). Aplicación del Índice Europeo de Satisfacción del Cliente. <https://zagan.unizar.es/.https://zagan.unizar.es/record/4983/files/TAZ-PFC-2010-156.pdf>
- Gaitan M., Nubia E. Proyecto de mejora de servicio al cliente en Distribuciones AC SAS. Bogotá, 2017,
- Marco teórico, Elemento fundamental en el proceso de investigación científica. Patricia Rivera-García Lab. De aplicaciones Computacionales, FES Zaragoza, UNAM
- Ospina, S. & Gil, I. (2011). Índices nacionales de satisfacción del consumidor. Una propuesta de revisión de la literatura. Cuadernos de Administración

- Prieto, Susan Dayana. Determinación del mercado de venta directa de ropa por catálogo, para implementar un mini-negocio en la alborada de la ciudad de guayaquil. 2016,
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8913/1/TESIS%20VENTA%20DIRECTA%20DE%20ROPA%20POR%20CAT%c3%81LOGO.pdf>
- Sánchez, J., Mayorga, P. I. (n.d.). Gestión del conocimiento desde el modelo servperf: un estudio de la calidad del servicio en una comercializadora. Gestión del conocimiento desde el modelo servperf:, 1(2001), 1-22.
- Zamudio Igami, M. P. (n.d.). El uso del SERVQUAL en la verificación de la calidad. Red Universidad de Antioquia.
- Jiminian, W. M. J. (2020). Nivel de Aceptación de la Banca Digital en los clientes del Scotia Bank, de la ciudad de Santiago de los Caballeros. Universidad Abierta para Adultos UAPA, Santiago de los Caballeros .
- Estévez, E. (2019). La Calidad del Servicio Courier en los Usuarios del Municipio de Jarabacoa en el periodo abril - junio, 2019. Universidad UCATESIS , La Vega.

Publicaciones Electrónicas

- García, V. (2014). Perfil Estadístico Provincial. Recuperado 31 de marzo 2021:
file:///Users/marielmendez/Downloads/Perfil%20Estad%20C3%ADstico%20Provincial.%20Provincia%20Santiago%20(1)%20(1).pdf
- DNS Staff (2019). Las cifras récord del MLM y la venta directa a nivel mundial. Multinivel y Network Marketing, June 19, 2019. Recuperado de <https://vivaenetworking.com/estadisticas/las-cifras-record-del-mlm-y-la-venta-directa-a-nivel-mundial/>.

- Municipio Santiago de los Caballeros. (2016). Enciclopedia Dominicana SOS. Recuperado 31 de marzo de 2021, de Enciclopedia Dominicana SOS website:
http://enciclopediadominicana.org/Municipio_Santiago_de_los_Caballeros .

INSTRUCCIONES PARA LA CONSULTA DEL TEXTO COMPLETO:

Para consultar el texto completo de esta tesis debe dirigirse a la Sala Digital del Departamento de Biblioteca de la Universidad Abierta para Adultos, UAPA.

Dirección

Biblioteca de la Sede – Santiago

Av. Hispanoamericana #100, Thomén, Santiago, República Dominicana

809-724-0266, ext. 276; biblioteca@uapa.edu.do

Biblioteca del Recinto Santo Domingo Oriental

Calle 5-W Esq. 2W, Urbanización Lucerna, Santo Domingo Este, República Dominicana.

Tel.: 809-483-0100, ext. 245. biblioteca@uapa.edu.do

Biblioteca del Recinto Cibao Oriental, Nagua

Calle 1ra, Urb Alfonso Alonso, Nagua, República Dominicana.

809-584-7021, ext. 230. biblioteca@uapa.edu.do