

# UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera Profesional de Marketing y Negocios Internacionales



*Una Institución Adventista*

**“La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa de Servicios Turísticos Caravana Tropical S.A.C., periodo 2018”**

Por:

Joseph Hassan Trigoso Arevalo

Carlos Junior Saavedra Paredes

Asesor:

Mtro. Regner Nicolás Castillo Salazar

**Morales, octubre de 2019**

## **Resumen**

Nuestra investigación se realizó a través del objetivo, concretar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa de Servicios Turísticos Caravana Tropical S.A.C., caso: Restaurant y Pollería La Canga, periodo 2018. Basada en un estudio de carácter no experimental. El diseño del estudio tiene un enfoque cuantitativo y alcance correlacional. Utilizando como herramienta de recolección de datos, el cuestionario de preguntas, validado por tres expertos de la carrera de marketing y posteriormente aplicado a una muestra de 350 clientes de la empresa. Se obtuvo como resultados del estudio con el que se aplicó el estadístico Rho de Spearman, descubriendo la existencia de una correlación positiva considerable (0,762) y un P-Valor de 0.000, coeficiente significativo al nivel de 0.01 (99% de confianza de que la correlación es verdadera y 1% de probabilidad de error). En conclusión, al incrementarse la calidad de servicio, se incrementará la satisfacción del cliente en la empresa de Servicios Turísticos Caravana Tropical S.A.C., Pollería La Canga. A través de este tipo de investigación, se obtiene resultados confiables que serán de vital interés de la administración para poder plantear soluciones estratégicas. Para garantizar la calidad de los servicios y productos que adquiere un cliente, que es finalmente en función a la cual la empresa deberá trabajar para liderar su posición en el mercado en los próximos años.

**Palabras claves:** Calidad, clientes, empresa, servicio, satisfacción.

## **Abstract**

Our research was carried out through the objective, to specify the relationship between quality of service and customer satisfaction in the Tourist Services company Caravana Tropical SAC, case: Restaurant and Pollería La Canga, 2018 period. Based on a study non-experimental. The study design has a quantitative approach and correlational scope. Using as a data collection tool, the questionnaire, validated by three experts in the marketing career and subsequently applied to a sample of 350 clients of the company. It was obtained as results of the study with which the Spearman Rho statistic was applied, discovering the existence of a considerable positive correlation (0.762) and a P-Value of 0.000, a significant coefficient at the level of 0.01 (99% confidence that the correlation is true and 1% probability of error). In conclusion, as the quality of service increases, customer satisfaction will increase in the company of Servicios Turísticos Caravana Tropical S.A.C., Pollería La Canga. Through this type of research, reliable results are obtained that will be of vital interest to the administration in order to propose strategic solutions. To guarantee the quality of the services and products that a customer acquires, which is finally based on which the company must work to lead its position in the market in the coming years.

**Keywords:** Quality, customers, company, service, satisfaction.