



**UNIVERSIDAD PRIVADA NORBERT WIENER**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD**

**TESIS**

**PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS**  
**CLIENTES DE UNA EMPRESA EXPORTADORA**  
**PRIVADA DE LIMA.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**AUTOR**

Br. LUIS MAURICIO ACEVEDO GARCIA

**ASESOR**

Dr. VILLÓN BRUNO SABINO ERNESTO

**LIMA - PERÚ**

**2015**

## Resumen

El presente trabajo de investigación titulado la Percepción de la calidad de servicio en los clientes de una Empresa Exportadora privada de Lima tuvo como objetivo general determinar el nivel de percepción de la calidad del servicio en los clientes de una Empresa Exportadora privada de Lima.

El estudio de investigación fue de tipo básico, se realizó con el diseño no experimental descriptivo de corte transversal. La población de estudio estuvo conformada por 20 clientes de la empresa exportadora de Lima y se obtuvo una muestra censal. Para la recopilación de datos se utilizó un cuestionario estandarizado de 15 ítems, mediante el modelo Servperf (Service Performance) propuesto por Cronin y Taylor (1992) y adaptado por Ibarra y Casas (2014), el cual recoge la percepción del cliente en el desempeño de la calidad del servicio otorgado.

Los resultados evidenciaron que más del 90% de los clientes están satisfechos con el servicio brindado por la empresa exportadora de Lima, lo que permite que la calidad en el servicio sea aceptable.

Se concluyó que la calidad de los servicios proporcionados por la empresa exportadora de Lima, presenta un nivel de satisfecho del 95 % de todos los clientes encuestados. En la dimensión de elementos tangibles, se obtuvo un nivel de insatisfecho del 20%, esto muestra que la empresa debe mejorar más en las instalaciones, facilidades e imagen para el cliente. Sin embargo, las otras dimensiones como: la confiabilidad, responsabilidad y capacidad de respuesta, seguridad y empatía presentaron un nivel de percepción de calidad del 95% cada una, respectivamente, lo cual muestra un nivel de satisfecho.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, percepción, Servperf.