

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Calidad de Servicio y Comportamiento del consumidor
en la cevichería Mary Luna, Chimbote - 2020**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado(A) En Administración

Autor

Penas Fernandez, Darien

ASESOR

Daniel Perez, Jorge Jorge

Chimbote – Perú

2018

ABSTRACT

El propósito general de este informe de investigación es determinar cómo la calidad del servicio y el comportamiento del consumidor afectarán a la Sebikeria Mary Luna de Chimbote en 2020. El método de encuesta fue básico y descriptivo, y en el diseño opaco se utilizaron y coordinaron encuestas y métodos de encuesta como herramientas. Se aplicó la técnica de muestreo probabilístico a una población de 4500 consumidores, resultando en la selección de 39 consumidores. El resultado es que la calidad de servicio tiene un impacto significativo en el comportamiento de respuesta a la hipótesis descrita en el siguiente informe de investigación. De igual manera, el 66,67% de los consumidores dijeron que monitorearían o en algunos casos prestarían atención a los servicios que brindan sus propietarios, lo que indica que la calidad del servicio tiene un impacto explicativo en el comportamiento del consumidor. El 61,45% de los consumidores está de acuerdo en que pueden recomendar Sebikeria a familiares y amigos. En cuanto a la calidad del servicio, el 64,10% de los consumidores manifestó que el personal de los servicios y productos brindados puede no tener confianza, y el 51,28% manifestó que el servicio no fue entregado a tiempo. Los gerentes o dueños de la cevichería Mary Luna necesitan invertir en desarrollar planes de marketing que retengan un gran número de clientes y mejoren su competitividad. Esto requiere que la ciudad reconozca la calidad del servicio y la diversidad de platos y cree otros nuevos. Empleados para atender perfiles de atención al cliente.