



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



TESIS

**“ESTUDIO COMPARATIVO DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LOS
PUNTOS DE PROGRESO Y HUANCARO DE LA EMPRESA MR. JEFF EN
LA CIUDAD DEL CUSCO 2021”**

Línea de Investigación: Mercadotecnia

PRESENTADO POR:

Bach. Lith Gabriela Gaona Moreno

Cod. ORCID: 0009-0000-6012-5903

Bach. Adriana Yabar Condori

Cod. ORCID: 0009-0008-9472-7388

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DELICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:

MBA. Delgado Camacho Alejandro

Vladimir Cod. ORCID: 0000-0002-6782-
9011

CUSCO – PERÚ
2023



Datos del autor	
Nombres y apellidos	LITH GABRIELA GAONA MORENO
Número de documento de identidad	71250315
URL de Orcid	0009-0000-6012-5903
Datos del autor	
Nombres y apellidos	ADRIANA YABAR CONDORI
Número de documento de identidad	72714904
URL de Orcid	0009-0008-9472-7388
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	ALEJANDRO VLADIMIR DELGADO CAMACHO
Número de documento de identidad	40350425
URL de Orcid	0000-0002-67829011
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	DRA. IRIS H. OBANDO ÁLVAREZ
Número de documento de identidad	23877924
Jurado 2	
Nombres y apellidos	MGT. EDDY VIZCARRA MEJÍA
Número de documento de identidad	23942440
Jurado 3	
Nombres y apellidos	MGT. MANUEL JUAN CARDENAS HOLGADO
Número de documento de identidad	41765306
Jurado 4	
Nombres y apellidos	MGT. ROY ANDY HUMPIRE CASTRO
Número de documento de identidad	72639015
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	MERCADOTECNIA



ESTUDIO COMPARATIVO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS PUNTOS DE PROGRESO Y HUANCARO DE LA EMPRESA MISTER JEFF EN LA CIUDAD DEL CUSCO 2021

por Adriana; Lith Gabriela Yabar Condori; Gaona Moreno

Fecha de entrega: 28-nov-2022 09:56a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1965201384

Nombre del archivo: TESIS_LITH_Y_ADRIANA_-_Nov_2022.docx (2.79M)

Total de palabras: 22317

Total de caracteres: 116135

MBA ALEJANDRO VLADIMIR DELGADO CAMACHO
DNI: 40150425



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



TESIS

**“ESTUDIO COMPARATIVO DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LOS
PUNTOS DE PROGRESO Y HUANCARO DE LA EMPRESA MR. JEFF EN
LACIUDAD DEL CUSCO 2021”**

Línea de Investigación: Mercadotecnia

PRESENTADO POR:

Bach. Lith Gabriela Gaona Moreno

Cod. ORCID: 0009-0000-6012-5903

Bach. Adriana Yabar Condori

Cod. ORCID: 0009-0008-9472-7388

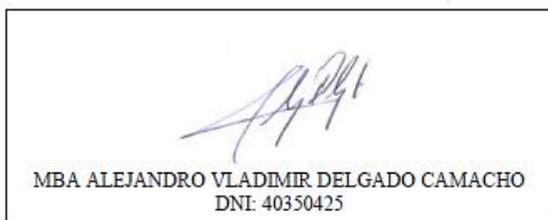
**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DELICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:

MBA. Delgado Camacho Alejandro

Vladimir Cod. ORCID: 0000-0002-6782-
9011

CUSCO – PERÚ
2023





ESTUDIO COMPARATIVO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS PUNTOS DE PROGRESO Y HUANCARO DE LA EMPRESA MISTER JEFF EN LA CIUDAD DEL CUSCO 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

23% INDICE DE SIMILITUD	21% FUENTES DE INTERNET	3% PUBLICACIONES	11% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	--

FUENTES PRIMARIAS

1	sgp.pcm.gob.pe Fuente de Internet	1%
2	biblioteca.iplacex.cl Fuente de Internet	1%
3	www.lantegi.com Fuente de Internet	1%
4	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	porquenotecallas19.files.wordpress.com Fuente de Internet	1%

MBA ALEJANDRO VLADIMIR DELGADO CAMACHO
DNI: 40350425



RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo general identificar la diferencia que existe en la calidad de servicio en los puntos de Progreso y Huancaro de la empresa Mr. Jeff en la ciudad del Cusco 2021, esta investigación es de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de alcance descriptivo. La población está constituida por aquellos clientes que realizaron un registro previo, siendo 159 en el punto de Progreso y 125 en el punto de Huancaro de la empresa Mr. Jeff, haciendo un total de 284 clientes, de los cuales 60% corresponde al punto de Progreso y 40% al punto de Huancaro, a los cuales se les aplicó el cuestionario sobre la calidad de servicio mediante la “Escala de Likert”, desarrollada por el psicólogo **Rensis Likert**. Los resultados obtenidos nos dan a conocer que el 74.7% de los clientes del punto de Progreso y el 73.8% de los clientes del punto de Huancaro de la empresa Mr. Jeff en el año 2021 afirman tener una buena calidad de servicio brindado en ambos puntos. En ese sentido, este estudio llega a la conclusión que existe diferencias significativas en algunas dimensiones como la capacidad de respuesta y la seguridad, que hace que la calidad de servicio no sea de forma igualitaria para los clientes que solicitan el servicio en cada punto respectivamente, lo cual se debe a que la empresa en mención, no considera el entorno de los puntos donde se implemente la franquicia, brindando manuales de operaciones y recursos de publicidad orientados más a sectores de diferente entorno, generando inconformidad en los franquiciados y esto viéndose reflejado en la calidad de servicio de cada punto.

PALABRAS CLAVE: calidad de servicio, punto, franquicia.



ABSTRACT

The general objective of this study is to identify the difference in the quality of service at Mr. Jeff's Progreso and Huancaro points in the city of Cusco 2021; this research has a quantitative approach, a non-experimental design and a descriptive scope. The population is constituted by those customers who made a previous registration, being 159 at the Progreso point and 125 at the Huancaro point of Mr. Jeff's company, making a total of 284 customers, of which 60% corresponds to the Progreso point and 40% to the Huancaro point, to whom the questionnaire on the quality of service was applied using the "Likert Scale", developed by the psychologist Rensis Likert. The results obtained show that 74.7% of the customers of the Progreso point and 73.8% of the customers of the Huancaro point of Mr. Jeff's company in the year 2021 claim to have a good quality of service provided at both points. In this sense, this study concludes that there are significant differences in some dimensions such as responsiveness and safety, which makes the quality of service is not equally for customers requesting service at each point respectively, which is due to the fact that the company in question, does not consider the environment of the points where the franchise is implemented, providing operations manuals and advertising resources oriented more to sectors of different environment, generating dissatisfaction in franchisees and this being reflected in the quality of service of each point.

KEY WORDS: Quality of Service, Point, Franchise.