



**La atribución de la falla del servicio por bloqueo de carreteras en la compra omnicanal y la satisfacción del cliente**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Maestro en Administración por:**

Huayanay Espinoza, Simons Moisés

**Programa de Maestría en Administración a Tiempo Completo 59**

**Lima, 08 de septiembre de 2023**

## RESUMEN EJECUTIVO

Grado : Maestro en Administración

Título de la tesis: "La atribución de la falla del servicio por bloqueo de carreteras en la compra omnicanal y la satisfacción del cliente".

Autor(es) : Huayanay Espinoza, Simons Moisés

### Resumen:

El bloqueo de carreteras es un problema frecuente en Perú y en toda Latinoamérica. En el caso peruano, desde diciembre del 2022 hasta quincena de julio 2023 hubo en total 1310 bloqueos de carreteras de las cuales solamente un 24.6% fue generado por protestas, el 75.2% restante fueron generadas por huaycos, inundaciones y derrumbes (PROVIAS, 2023). Dentro del impacto generado a causa de estos bloqueos de carreteras, se encuentra el desabastecimiento de productos lo cual, entre otros problemas, genera fallas en el servicio de los retail.

El presente estudio tuvo como objetivo determinar de qué manera la de atribución de la falla del servicio por bloqueo de carreteras en la compra por impulso omnicanal influye en la satisfacción del cliente.

Se desarrolló un modelo a partir de la teoría de la atribución cuya variable dependiente fue la satisfacción del cliente y las variables explicativas la falla del servicio del retail y bloqueo de carreteras, compra planificada y por impulso; finalmente, las dimensiones de responsabilidad, controlabilidad y estabilidad las cuales son dimensiones que conforman la teoría de la atribución.

Para lograr los objetivos del presente estudio, responder a las preguntas de investigación y probar las hipótesis planteadas, se ha diseñado una investigación con enfoque cuantitativo, de tipo experimental y explicativo.

La muestra estuvo conformada por personas de 25 a 44 años pertenecientes a Lima Metropolitana que realizaron una compra online el último año. El método de muestreo fue no probabilístico por conveniencia. El cálculo de la muestra se realizó mediante el software G- Power. El instrumento de medición fue un cuestionario. Además de las preguntas incluidas para evaluar los constructos se desarrolló 4 escenarios los cuales tienen como objetivo poner a los encuestados en escenarios específicos para poder lograr medir distintos escenarios. Los escenarios 4 escenarios desarrollados para el presente estudio son: falla de servicio por bloqueo de carreteras y compra por impulso, falla del

servicio por falla de la tienda y compra por impulso, falla del servicio por bloqueo de carreteras y compra planificada; finalmente, falla del servicio por falla de la tienda y compra planificada

Para medir los resultados de esta encuesta se realizan los análisis estadísticos de fiabilidad, análisis factorial exploratorio, ANOVA de un factor y regresión lineal múltiple.

Los resultados nos muestran que cuando la falla del servicio es generada por un factor externo como el bloqueo de carreteras, de igual forma el cliente atribuirá la responsabilidad del evento al retail omnicanal y esta atribución es mayor cuando la compra fue realizada por impulso. De acuerdo a lo esperado, cuando el retail genera el fallo del servicio, independientemente del tipo de compra, el cliente atribuirá la responsabilidad, control y estabilidad de la causa. Finalmente, la satisfacción del cliente está negativamente relacionada con la atribución de responsabilidad; y positivamente con la atribución de menor estabilidad de la causa de la falla del servicio.

Resumen elaborado por los autores

## La atribución de la falla del servicio por el bloqueo de carreteras en la compra por impulso omnicanal y la satisfacción del cliente

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>11</b> %	<b>9</b> %	<b>5</b> %	<b>3</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet		<b>1</b> %
<b>2</b>	<b>bibliotecalibre.org</b> Fuente de Internet		<1 %
<b>3</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet		<1 %
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados</b> Trabajo del estudiante		<1 %
<b>5</b>	<b>www.researchgate.net</b> Fuente de Internet		<1 %
<b>6</b>	<b>documentop.com</b> Fuente de Internet		<1 %
<b>7</b>	<b>upc.aws.openrepository.com</b> Fuente de Internet		<1 %
<b>8</b>	<b>revistas.udc.es</b> Fuente de Internet		<1 %