





















































































































































































## APÉNDICE C: MATRIZ DE CORRELACIONES DE LAS VARIABLES DE CALIDAD DE SERVICIO

Ítem	cs_f 1	cs_f 2	cs_ef 1	cs_ip 1	cs_ip 2	cs_f 3	cs_p 1	cs_p 2	cs_f 4	cs_p 3	cs_p 4	cs_ef 2	cs_ef 3	cs_ef 4	cs_ip 3	cs_f 5	cs_p 5	cs_p 6	cs_p 7
cs_f1	1.00																		
cs_f2	.33	1.00																	
cs_ef1	.50	.47	1.00																
cs_ip1	.46	.26	.46	1.00															
cs_ip2	.40	.21	.37	.62	1.00														
cs_f3	.29	.32	.31	.28	.32	1.00													
cs_p1	.39	.33	.39	.43	.51	.37	1.00												
cs_p2	.29	.23	.34	.35	.40	.32	.41	1.00											
cs_f4	.31	.24	.36	.44	.40	.22	.32	.29	1.00										
cs_p3	.42	.37	.48	.42	.46	.37	.49	.53	.37	1.00									
cs_p4	.43	.29	.40	.51	.50	.27	.60	.40	.45	.47	1.00								
cs_ef2	.37	.31	.38	.36	.40	.33	.42	.41	.43	.46	.51	1.00							
cs_ef3	.31	.30	.35	.36	.34	.28	.33	.42	.43	.48	.39	.55	1.00						
cs_ef4	.38	.26	.46	.44	.38	.26	.36	.43	.47	.54	.45	.52	.58	1.00					
cs_ip3	.31	.28	.38	.47	.55	.18	.44	.36	.47	.41	.43	.48	.49	.46	1.00				
cs_f5	.35	.27	.37	.37	.36	.21	.33	.40	.32	.50	.37	.45	.41	.50	.40	1.00			
cs_p5	.36	.30	.38	.44	.46	.22	.53	.34	.36	.43	.68	.48	.40	.47	.51	.44	1.00		
cs_p6	.24	.22	.35	.26	.36	.21	.30	.33	.26	.40	.33	.36	.35	.31	.37	.42	.40	1.00	
cs_p7	.11	.19	.23	.26	.30	.17	.27	.31	.31	.40	.33	.36	.37	.30	.32	.32	.37	.38	1.00

## APÉNDICE D: ANÁLISIS FACTORIAL PARA CALIDAD DE SERVICIO

	Reescalada			
	Componente			
	1	2	3	4
cs_f1	.574	.427	-.068	.107
cs_f2	.479	.399	.308	.311
cs_ef1	.641	.372	.105	.253
cs_ip1	.679	.196	-.320	-.087
cs_ip2	.700	.100	-.276	-.279
cs_f3	.438	.308	.197	.123
cs_p1	.672	.260	-.009	-.290
cs_p2	.597	.008	.221	-.006
cs_f4	.650	-.273	-.443	.410
cs_p3	.716	.079	.258	.064
cs_p4	.741	.094	-.112	-.282
cs_ef2	.711	-.120	.124	.117
cs_ef3	.670	-.235	.153	.266
cs_ef4	.701	-.088	.023	.220
cs_ip3	.720	-.182	-.247	-.064
cs_f5	.620	-.067	.216	.027
cs_p5	.729	-.016	.005	-.409
cs_p6	.546	-.164	.300	-.121
cs_p7	.521	-.517	.375	-.135

*Nota:* Extracción de componentes a través de método de componentes principales

## APÉNDICE E: RESUMEN DE CALIDAD DE SERVICIO Y LEALTAD SEGÚN ÍTEMS

Variable	Items	Promedio ( $\bar{x}$ )	Desviación estándar (s)	IC Inf (95%)	IC Sup (95%)
Calidad de Servicio	En este establecimiento existe una indicación clara de los precios .	4.17	0.80	4.09	4.25
	Este establecimiento informa adecuada y puntualmente de sus promociones.	4.01	0.90	3.92	4.10
	Los productos y precios para este establecimiento son visualmente atractivos.	3.98	0.90	3.89	4.06
	El personal que atiende es siempre amable con los clientes.	4.11	0.90	4.02	4.20
	Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.	4.14	0.94	4.05	4.23
	Se entregan tickets (comprobantes de pago) claros y bien especificados.	4.43	0.77	4.35	4.50
	El establecimiento se caracteriza por la frescura de sus frutas y verduras.	4.19	0.87	4.10	4.27
	Las marcas que componen el surtido de la tienda son muy conocidas.	4.27	0.81	4.19	4.35
	El tiempo de espera en las cajas de salida es reducido.	3.42	1.13	3.31	3.53
	Se ofrece un amplio surtido de productos y marcas.	4.21	0.81	4.13	4.29
	La sección de carnicería se caracteriza por su frescura y calidad.	4.14	0.91	4.06	4.23
	La distribución de las secciones facilita encontrar los productos que necesito	4.06	0.94	3.96	4.15
	El diseño del establecimiento permite moverse y desplazarse fácilmente.	4.07	0.90	3.99	4.16
	Los productos se exponen adecuadamente en las estanterías.	4.18	0.81	4.10	4.26
	Los empleados transmiten confianza orientándome sobre la mejor opción.	3.93	1.05	3.83	4.04
Las estanterías están siempre llenas (siempre hay productos/marcas que deseo).	4.21	0.80	4.13	4.29	
La sección de pescados se caracteriza por sus productos frescos y de calidad.	4.00	1.03	3.90	4.10	
Los productos de marca propia (marca de distribuidor) son de gran calidad.	4.07	0.84	3.99	4.15	
El supermercado proporciona un amplio y conveniente estacionamiento	4.03	1.00	3.93	4.13	
Lealtad: Intención de comportamiento	Contaré aspecto positivos sobre este supermercado a otras personas	4.08	0.87	3.99	4.16
	Recomendaré este supermercado a cualquiera que busque mi consejo	4.07	0.92	3.98	4.16
	Animaré a mis amigos y familiares a comprar en este SM	3.99	0.97	3.89	4.08
	En una próxima vez, consideraré este SM como la primera opción	3.93	0.99	3.83	4.02
	En los próximos años compraré más en este SM	3.88	0.98	3.79	3.97
Lealtad: Comportamiento efectivo	He considerado a este SM como la primera opción para comprar	2.82	0.74	2.75	2.90
	He aceptado ir a otro SM que me ofreció un mejor servicio	3.46	1.22	3.34	3.57
	He aceptado ir a otro SM que me ofreció mejores ofertas	3.53	1.17	3.42	3.65
	Vengo a este SM por que no existe otra alternativa más cercana	3.50	1.20	3.38	3.61
	Veces que ha comprado el último mes en este supermercado	3.43	0.87	3.34	3.51