



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA MIGUEL ÁNGEL
INDEPENDENCIA, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

AARÓN NICOLAS ZUVIA SUSANIBAR

ASESORA

Dr. ARCE ALVAREZ EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA- PERÚ

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 28-11-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don Arán Nicolás Zúvia Susanibar

Cuyo título es:

"CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA MIGUEL ÁNGEL INDEPENDENCIA, 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (Quince).

Lima 28 de Noviembre del 2018


.....
Dr. Walter Jacobo Guíñez Vaisman
PRESIDENTE


.....
Dr. Pedro Castilla Castillo
SECRETARIO


.....
VOCAL
Dr. Edwin Arce Álvarez

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A Dios y mi familia por sus enseñanzas, valores y apoyo durante todo esta etapa para el logro de mis metas y objetivos. También a mis docentes de la universidad por todo la asesoría y motivación que me brindaron.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y permitirme cumplir con esta meta para lograr el éxito Agradezco a mi asesor Mg. Wilfredo Mansilla y Dr. Edwin Arce por su paciencia y apoyo.

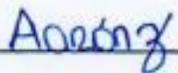
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Zuvia Susanibar Aarón Nicolas, con DNI N° 73446045, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño tiene un origen veraz y autentico.

Así mismo, declaró también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

Por lo tanto asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento de información u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima 26 de Noviembre del 2018



Aarón Nicolás Zuvia Susanibar

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: “**Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la institución educativa Miguel Ángel Independencia 2018**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Aarón Nicolas Zuvia Susanibar

ÍNDICE

PAGINA DE JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACION	vi
INDICE	vii
RESUMEN	xii
ABSTRAC	xii
I.- INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad Problemática	15
1.2. Trabajos previos	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	24
1.4. Formulación del problema	28
1.4.1. Problema General	28
1.4.2. Problemas Específicos	28
1.5. Justificación del estudio	29
1.6. Hipótesis	30
1.6.1. Hipótesis General	28
1.6.2. Hipótesis Específicas	29
1.7. Objetivos	29

1.7.1. Objetivo General	29
1.7.2. Objetivos Específicos	29
II.- MÉTODO	30
2.1. Tipo, diseño y nivel de investigación	32
2.2. Variables, operacionalización	41
2.3. Población y muestra	43
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, validez y confiabilidad.	43
2.4.1. Técnica	43
2.4.2. Instrumento	43
2.4.3. Validez	43
2.4.4. Confiabilidad	43
2.5. Método de análisis de datos	44
2.6. Aspectos éticos	44
III.-RESULTADOS	45
3.1. Prueba de hipótesis	45
3.2. Prueba de Chi cuadrado	50
3.3. Tablas de Frecuencia	64
IV DISCUSIÓN	71
V. CONCLUSIONES	75
VI. RECOMENDACIONES	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalizacion de las Variables	41
Tabla 2: Validez	44
Tabla 3: Criterios de Confiabilidad	44
Tablas4: Estáticos de Confiabilidad	45
Tabla 5: Análisis de la Fiabilidad	45
Tabla 6: Niveles de correlación dependiendo el coeficiente Rho	47
Tabla 7: Correlación – calidad de servicio y satisfacción del cliente	48
Tabla 8: Correlación – elementos tangibles y satisfacción del cliente	49
Tabla 9: Correlación – fiabilidad y satisfacción del cliente	50
Tabla 10: Correlación – seguridad y satisfacción del cliente	51
Tabla 11: Correlación – empatía y satisfacción del cliente	52
Tabla 12: Correlación – capacidad de respuesta y satisfacción del cliente	54
Tabla 13: Resumen calidad de servicio y satisfacción del cliente	55
Tabla 14: Porcentajes Estandarizados	56
Tabla 15: ANOVA de Calidad de servicio y satisfacción del cliente	56
Tabla 16: Coeficientes de Calidad de servicio y Satisfacción del cliente	57
Tabla 17: Resumen elementos tangibles y satisfacción del cliente	58
Tabla 18: ANOVA de Elementos tangibles y satisfacción del cliente	58
Tabla 19: Coeficientes de Elementos tangibles y Satisfacción del cliente	59
Tabla 20: Resumen fiabilidad y satisfacción del cliente	60
Tabla 21: ANOVA de Fiabilidad y satisfacción del cliente	61

Tabla 22: Coeficientes de Fiabilidad y Satisfacción del cliente	62
Tabla 23: Resumen seguridad y satisfacción del cliente	63
Tabla 24: s ANOVA de Seguridad y satisfacción del cliente	64
Tabla 25: Coeficientes de Seguridad y Satisfacción del cliente	64
Tabla 26: Resumen empatía y satisfacción del cliente	65
Tabla 27: ANOVA de Empatía y satisfacción del cliente	66
Tabla 28: Coeficientes de Empatía y Satisfacción del cliente	66
Tabla 29: Resumen capacidad de respuesta y satisfacción del cliente	67
Tabla 30: ANOVA de Capacidad de respuesta y satisfacción del cliente	68
Tabla 31: Coeficientes de Capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente	68

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Grafica 1: Elementos Tangibles	69
Grafica 2: Fiabilidad	70
Grafica 3: Seguridad	71
Grafica 4: Empatía	72
Grafica 5: Capacidad de respuesta	73
Grafica 6: Expectativas	74
Grafica7: Rendimiento percibido	75

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito general de la indagación fue determinar cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en la Institución educativa Miguel Ángel independencia 2018. La Metodología empleada fue de nivel explicativa y de tipo aplicada, no se manipularon las constantes y se dio la indagación en un tiempo único, se usó como herramienta una encuesta y un cuestionario como instrumento llamado Servqual para ambas variables de estudio, se aplicó a 114 personas para posteriormente procesar la información en el estadístico SPSS 24. Los hallazgos encontrados se obtuvo como correlación $RHO = 0,445$ para la constante 1 y la constante 2 una correlación positiva pero bajo o débil aplicando un nivel de confianza de 95% el $p\text{-valor} = 0.000 < (\alpha) = 0.05$, por consiguiente se admite la conjetura del investigador. En conclusión existe influencia relevante entre ambas constantes de estudio.

Palabras Clave: Calidad de servicio, Satisfacción del cliente, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta.

ABSTRACT

The general purpose of the inquiry was to check how the disposition of the service rendered affects the customer in the Miguel Ángel Independencia educational institution 2018. The methodology used was of an explanatory level and applied, the constants were not manipulated and the Inquiry in a single time, a survey and a questionnaire was used as a tool called Servqual for both study variables, it was applied to 114 people to later process the information in the SPSS 24 statistic. The findings were obtained as correlation $RHO = 0.445$ for the constant 1 and the constant 2 a positive correlation but low or weak applying a confidence level of 95% the $p\text{-value} = 0.000 < (\alpha) = 0.05$, therefore the researcher's conjecture is admitted. In conclusion, there is a relevant influence of both study constants.

Keywords: Quality of service, customer satisfaction, empathy, reliability, responsiveness