



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de Servicio y la Satisfacción al cliente en la Empresa Grupo Molina Constructora
S.A.C, en San Juan de Lurigancho

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Coronado Monteza Liduvina (ORCID: 0000-0002-8466-7077)

ASESORES:

Dr. Salas Quinto Oscar (ORCID: 0000-0002-7428-1250)

Dr. Arce Álvarez Edwin (ORCID: 0000-0003-3495-2950)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA – PERÚ

2017

Dedicatoria

A Dios padre todo poderoso, el que me ha dado sus bendiciones lleno de fortalezas por darme la vida, salud, trabajo y estar en los momentos cuando a punto de caer estado; con toda la humildad dedico mi trabajo logrando así el buen desarrollo de mi formación profesional.

Agradecimiento

En primer lugar, doy infinitamente gracias a los docentes, que me dieron las fuerzas de aliento cuando sentía que no daba al mismo tiempo me guiaron en el desarrollo de la tesis, también para aquellas personas quienes confiaron en mí y compartimos consejos, palabras de aliento mutuamente.

Índice

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	15
2.1 Tipo y diseño de la investigación	16
2.2. Operacionalización de variables	19
2.3. Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección)	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
2.5. Procedimiento	22
2.6. Métodos de análisis de datos	23
2.7. Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	24
IV. DISCUSIÓN	29
V. CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	35
ANEXOS	44

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Operacionalización variable Calidad de servicio y satisfacción al cliente	20
Tabla 2: Presentación de evaluadores de validez en los instrumentos	22
Tabla 3: Prueba Alfa de Cronbach	24
Tabla 4: Fiabilidad de calidad de servicio	24
Tabla 5: Fiabilidad de satisfacción al cliente	25
Tabla 6: Calidad de servicio de Satisfacción al cliente tabulación cruzada	26
Tabla 7: Evidencias físicas de Satisfacción al cliente tabulación cruzada	27
Tabla 8: Fiabilidad de Satisfacción al cliente tabulación cruzada	28
Tabla 9: Capacidad de respuesta de Satisfacción al cliente tabulación cruzada	29
Tabla 10: Empatía de Satisfacción al cliente tabulación cruzada	30

Índice de anexos

	Pág.
Anexo 1: Matriz de consistencia	44
Anexo 2: Tabla de especificaciones	45
Anexo 3: Cuestionario Calidad de servicio y satisfacción al cliente	47
Anexo 4: Formato de validación del cuestionario	51
Anexo 5: Base de datos	71
Anexo 6: Autorización de validación del cuestionario	76

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre la gestión de la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en la empresa Grupo Molina Constructora S.A.C. Se basa en teoría de Sánchez (2007) con su teoría la calidad de servicio y satisfacción al cliente o usuario. Es una investigación de tipo aplicada, de corte transversal y de nivel descriptiva correlacional. La muestra estudiada fue de 60 clientes de ambos sexos, con edades que fluctúan entre los 25-70 años. Las variables calidad de servicio y la satisfacción al cliente a través de Likert, ambos instrumentos tienen un total de 55 preguntas, se procesó la información a través de software de Spss 24, los resultados se presentan en las tablas cruzadas. El resultado obtenido entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en la Empresa Grupo Molina Constructora S.A.C, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman de $Rho=0.346$, Con un nivel de significancia bilateral de 0.014, es decir que existe una correlación directa en la calidad de servicio y la satisfacción al cliente la cual tiene una correlación baja. En conclusión, en esta investigación de la calidad de servicio y la satisfacción al cliente entre estas dos variables existe una correlación directa entre las dos variables.

Palabras Clave: calidad, servicio, satisfacción

ABSTRACT

The general objective of the present investigation was to determine the relationship that exists between the management of the quality of service and customer satisfaction in the company Group Molina Constructor S.A.C. It is based on Sánchez's theory (2007) with its theory of quality of service and customer or user satisfaction. It is a research of applied type, of cross section and correlational descriptive level. The sample studied was 60 clients of both sexes, with ages ranging between 25-70 years. The variables quality of service and customer satisfaction through Likert, both instruments have a total of 55 questions, the information was processed through Spss 24 software, the results are presented in the crossed tables. The result obtained between the quality of service and customer satisfaction in the company Group Molina Constructor S.A.C, we used the Spearman correlation coefficient of $Rho = 0.346$, with a bilateral significance level of 0.014, that is, there is a direct correlation in the quality of service and customer satisfaction which has a low correlation. In conclusion, in this investigation of the quality of service and customer satisfaction between these two variables there is a direct correlation between the two variables.

Keywords: quality, service, satisfaction