



UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

TESIS

RELACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO CON LA SATISFACCION DE LOS
CLIENTES DE LA EMPRESA JET CARGO SERVICE S.A.C SUCURSAL

CHICLAYO 2013

PARA OBTAR POR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION

AUTOR

Bach. Pajares Montoya Paolo Martin

PIMENTEL, JULIO DEL 2014

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo de investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa JET CARGO SERVICE sucursal Chiclayo.

La investigación se encuentra sustentada teóricamente por William Deming, basada en la mejora continua; ajustándose a un tipo de estudio descriptivo y relacionando las dos variables, con un diseño no experimental transversal.

La población de estudio que se determino fue de 114 clientes, los cuales han sido analizados en nuestra investigación. Para cumplir con el objetivo de la investigación, se aplicaron encuestas y se elaboró un cuestionario basado en las dimensiones de las variables de estudio, el cual consta de 29 preguntas.

De los resultados obtenidos se pudo comprobar que existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, se determinó aplicando el método de correlación de Pearson, obteniendo un coeficiente de 0,717 indicando que la relación es bastante significativa.

Para finalizar, debemos mantener completamente satisfechos a los clientes, lo cual va generar un alto grado de lealtad en ellos al momento de optar por los servicios que ofrece la empresa.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the relationship between service quality and customer satisfaction the company JET CARGO SERVICE branch Chiclayo.

The investigation is supported theoretically by William Deming, based on continuous improvement; conforming to a type of descriptive study and relating the two variables, with a transverse non-experimental design.

The study population was determined that 114 customers, which have been well analyzed in our investigation. To meet the objective of the research, surveys were conducted and based on the dimensions of the study variables, which consists of 29 questions questionnaire was developed.

From the results obtained it was found that there is a relationship between service quality and customer satisfaction was determined using the Pearson correlation method, obtaining a coefficient of 0.717 indicating that the relationship is significant.

Finally, we must keep completely satisfied customers, which will generate a high degree of loyalty when they opt for the services offered by the company.