



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“Relación entre el Marketing y la Calidad de Servicio de la Empresa MISTR
S.A. de Huaraz del año 2017”**

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

AUTORA:

RAMOS HIDALGO, GENESIS DIANA

ASESOR:

DR. BUSTAMANTE CABELLO, JULIO CESAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

HUARAZ – PERÚ

2017

Página del Jurado



Dr. Bustamante Cabello Julio Cesar

Presidente



Dr. Sáenz Rodríguez Rolando Remigio

Secretario



Lic. Olcese Felipe Renzo Antonio

Vocal

DEDICATORIA

A mi padre:

Que estando en el cielo me bendice e ilumina mi camino para seguir cumpliendo mis metas y lograr mis objetivos.

A mis hermanos:

Que son mi motivación para seguir de pie y ser un ejemplo para ellos.

A mi madre:

Por su apoyo incondicional, y las enseñanzas que me inculca para seguir luchando por mis sueños de terminar mi carrera profesional.

A mis profesores:

Que hacen todo lo posible para brindarme sus conocimientos, que es de gran apoyo para poder culminar mi trabajo de investigación.

La autora.

Agradecimiento

A Dios

Por su infinita bondad, por la vida y la salud.

A las autoridades de la Universidad por darme la oportunidad de lograr mi carrera profesional.

A mis docentes por haberme brindado su ayuda incondicional transmitiéndome sus experiencias para llegar a la culminación de mis estudios, por su labor, sus enseñanzas y dedicación por mi formación profesional.

A mis padres y amigos que me ayudaron para culminar mi trabajo de investigación.

A mi profesor Lic. Bustamante Cabello, Julio y a mi profesor Lic. Olcese Felipe, Renzo. Por su dedicación y labor de metodólogo y temático de la presente investigación.

La autora.

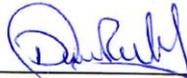
Declaratoria de autenticidad

Yo, Genesis Diana Ramos Hidalgo, con DNI N° 71809239 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento 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 César Vallejo.

Huaraz, Diciembre de 2017



Genesis Diana Ramos Hidalgo

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada “Marketing y Calidad de Servicio de la empresa MISTR S.A de Huaraz del año 2017”, con la finalidad de determinar la relación entre el Marketing y Calidad de Servicio de la empresa MISTR S.A de Huaraz del año 2017, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora.

Índice

PAGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I.INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática:	12
1.2. Trabajos previos:	16
1.3. Teorías relacionadas al tema:	23
1.4. Formulación del problema:	37
1.5. Justificación del estudio:	37
1.6. Hipótesis:	38
1.7. Objetivos:	38
II. MÉTODO	41
2.1. Diseño de investigación:	41
2.2. Variables, Operacionalización:	42
2.3. Población y muestra:	44
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	44
2.5. Métodos de análisis de datos:	47
2.6. Aspectos éticos:	47
III.RESULTADOS	49
IV. DISCUSIÓN	71

V. CONCLUSIONES	76
VI. RECOMENDACIONES	79
VII. REFERENCIAS	81
ANEXOS	

Resumen

La investigación denominada “Relación entre el marketing y la calidad de servicio de la Empresa MISTR S.A. de Huaraz del año 2017”. La metodología de investigación fue de nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y según su alcance temporal transeccional, se aplicó un cuestionario a la muestra de 218 clientes. Concluyendo: Existe relación entre el marketing y calidad de servicio según los resultados obtenidos del chi cuadrado y datos de la encuesta donde el 47.7% de los encuestados consideran que el Marketing tiene un Nivel Regular y para la Calidad de Servicio un nivel Regular, un 17.9% del Marketing tiene un Nivel No Optimo y para la Calidad de Servicio un Nivel Inadecuado .Tanto el marketing y la calidad de servicio en la empresa MISTR S.A. se desarrollan de manera regular, evidenciando la relación entre ambas variables lo cual se confirmó con la aceptación de 0.000 lo cual indica que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis planteada de investigación por lo que se concluye que existe relación significativa entre el Marketing y la Calidad de Servicio de la Empresa MISTR S.A de Huaraz al año 2017.

Palabras clave: Marketing, estrategia, tecnología, calidad y calidad de servicio.

Abstract

The research called "Relationship between marketing and quality of service of the company MISTR S.A. of Huaraz of the year 2017 ". The research methodology was correlational level, quantitative approach, non-experimental design and according to its transectional temporal scope, a questionnaire was applied to the sample of 218 clients. Concluding: There is a relationship between marketing and quality of service according to the results obtained from chi-square and survey data, where 47.7% of respondents consider that Marketing has a Regular Level and for Service Quality a Regular level, a 17.9 % of Marketing has a Non-Optimum Level and for Service Quality an Inadequate Level. Both the marketing and the quality of service in the company MISTR SA they are developed in a regular way, evidencing the relationship between both variables, which was confirmed with the acceptance of 0.000, which indicates that the null hypothesis was rejected and the hypothesis was accepted. Therefore, it is concluded that there is a significant relationship between Marketing and the Quality of Service of the Company MISTR SA of Huaraz to the year 2017.

Keywords: Marketing, strategy, technology, quality and quality of service.