



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Calidad del Servicio y Fidelización del cliente de Cineplanet, Comas,
2016**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

AUTOR:

Catpo Nuncevay Sara

ASESOR:

Mg. Gamarra Cabello César Alberto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Estratégico

LIMA - PERÚ

2016 – II

Página de Jurado

Dr. Olivo Valenzuela, Luis Alberto

Presidente

Mg. Romero Farro, Víctor

Secretario

Mg. Gamarra Cabello, César

Vocal

Dedicatoria

Con todo mi amor y respeto a mis padres: Efigenio y Zenaida en agradecimiento a su amor, apoyo y confianza depositada en mí.

A Dios por todas sus bendiciones, a mi hija quien es mi principal motor e inspiración, a mi esposo por su apoyo incondicional, a mis hermanos y toda mi familia por ser el pilar fundamental de mi vida, a mis maestros por formarme en conocimiento y por todo lo compartido durante mi formación profesional.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Cesar Vallejo por brindarme los conocimientos necesarios a través de su gran plana docente durante toda mi etapa universitaria, a mi maestro asesore en el desarrollo del presente trabajo de investigación al Mg. César Alberto Gamarra Cabello.

Finalmente expreso mi agradecimiento a todas las personas que estuvieron conmigo, por su apoyo constante e incondicional, en esta hermosa etapa de mi vida.

Declaración de Autenticidad

Yo, Sara Catpo Nuncevay, identificado con DNI N° 44483113, 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 académica profesional de Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, 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 la información aportada, por lo cual, me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 14 de octubre de 2016

CATPO NUNCEVAY SARA

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de las Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: “**Calidad del servicio y fidelización del cliente de Cineplanet, Comas, 2016**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas.

La Autora.

ÍNDICE

Página de Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Realidad problemática.....	12
1.2 Trabajos Previos	13
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.3.1 Teorías de la Variable 1: Calidad del servicio	16
1.3.2 Teorías de la Variable 2: Fidelización del cliente	30
1.3.3 Marco conceptual.....	37
1.4 Formulación del problema	39
1.4.1 Problema general	39
1.4.2 Problemas específicos	39
1.5 Justificación del estudio	39
1.6 Hipótesis.....	40
1.6.1 Hipótesis General	40
1.6.2 Hipótesis Específicas.....	40
1.7 Objetivos	41
1.7.1 Objetivo General.....	41
1.7.2 Objetivos Específicos	41
II. METODOLOGÍA.....	42
2.1 Diseño de investigación:.....	43
2.2 Variables.....	44
2.3 Operacionalización de variables	45

2.4	Población y muestra	47
2.5	Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	48
2.8	Método de análisis de datos	53
2.9	Aspectos éticos.....	53
III.	RESULTADOS	54
3.1.	Análisis descriptivo.....	55
3.2.	Análisis inferencial.....	64
3.2.1.	Prueba de normalidad.	64
3.2.2.	Contrastación de la hipótesis	69
IV.	DISCUSIÓN	73
V.	CONCLUSIÓN.....	76
VI.	RECOMENDACIÓN.....	79
VII.	REFERENCIAS.....	81
	ANEXOS.....	86

Resumen

Desde hace muchos años las empresas siempre buscan lograr la calidad superior en sus productos o procesos, con el objetivo de lograr la lealtad de sus clientes, hacer frente a la competencia y lograr una ventaja diferencial dentro de un mercado tan competitivo donde los clientes cada día son menos fieles a las marcas lo cual obliga a toda empresa estar atentos a los cambios producidos en su entorno, de esta manera desarrollar acciones y estrategias de marketing dirigidas a construir y consolidar la lealtad de los clientes.

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y fidelización del cliente de Cineplanet, Comas, 2016.

Como ya se mencionó, la presente investigación permite demostrar la importancia de la calidad del servicio y su relación con la fidelización de los clientes de Cineplanet, Comas, 2016; para ello se trabajó sobre una población de 54000 clientes de Cineplanet , de la cual se obtuvo una muestra de 99 clientes. El tipo de investigación que se realizó es de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y con un diseño descriptivo correlacional.

Los resultados obtenidos a partir del cuestionario, demuestran que la variable calidad de servicio se relaciona con la variable fidelidad del cliente de Cineplanet, Comas, 2016.

Palabras clave: Calidad, satisfacción, fidelidad, repetición de compra.

Abstract

For many years companies have always sought to achieve superior quality in their products or processes, with the aim of achieving customer loyalty, facing the competition and achieving a differential advantage in such a competitive market where customers every day Are less loyal to brands, which forces every company to be attentive to the changes produced in its environment, thus developing actions and marketing strategies aimed at building and consolidate customer loyalty.

The purpose of this research was to determine the relationship between quality of service and customer loyalty of Cineplanet, Comas, 2016.

As already mentioned, the present investigation allows to demonstrate the importance of the quality of the service and its relation with the loyalty of the clients of Cineplanet, Comas, 2016; For this we worked on a population of 54000 clients of Cineplanet, from which a sample of 99 clients was obtained. The type of research that was carried out is of quantitative approach, of applied type and with a descriptive correlational design.

The results obtained from the questionnaire; show that the variable quality of service is related to the customer loyalty variable of Cineplanet, Comas, 2016.

Key words: Quality, satisfaction, fidelity, repetition of purchase