



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de Servicio y su relación con el marketing experiencial en la Mype
Restauraciones León E.I.R.L, Santiago de Surco, 2017

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

LEÓN SANJINEZ, ROMÁN TEODORO

ASESOR:

Dr. JIMÉNEZ CALDERÓN, CESAR EDUARDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA – PERÚ

Año 2017

PÁGINA DEL JURADO

Dr. DAVILA ARENAZA,
VICTOR

Presidente

Dr. DIAZ SAUCEDO,
ANTONIO

Secretario

Dr. JIMÉNEZ CALDERÓN,
CESAR EDUARDO

Vocal

A mis padres Román y Julia por ser el pilar fundamental en mi formación desde el momento en el cual me concibieron, por su apoyo incondicional en cada momento.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Román

A mi familia por guiarme en el camino del bien y por haberme brindado su apoyo incondicional en mi formación profesional.

Agradezco a mi Asesor Cesar Jiménez Calderón por haberme guiado en este largo camino.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Román Teodoro León Sanjinez con DNI N° 74205558 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 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.

Lima, 14 de diciembre del 2017

Román Teodoro, León Sanjinez.

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Calidad de servicio y marketing experiencial en la Mype Restauraciones León E.I.R.L, Santiago de Surco, Lima, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Román Teodoro, León Sanjinez.

Índice

Página del jurado	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Declaración de autenticidad	5
Presentación	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad Problemática	9
1.1. Trabajos previos	12
1.2. Teorías relacionadas al tema	15
1.3. Formulación del problema	24
1.4. Justificación del estudio	25
1.5. Hipótesis	25
1.6. Objetivo	26
II. MÉTODO	26
2.1. Diseño de investigación	26
2.2. Variables, operacionalización	28
2.3. Población y muestra	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
2.5. Métodos de análisis de datos	33
2.6. Aspectos éticos	33
III RESULTADOS	33
IV DISCUSIÓN	45
V CONCLUSIÓN	47
VI RECOMENDACIONES	48
VII REFERENCIAS	49
ANEXOS	52

- ✓ Instrumentos de medición
- ✓ Validación de los instrumentos

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación ha sido determinar la relación entre la calidad de servicio y el marketing experiencial en la Mype Restauraciones León E.I.R.L, Santiago de Surco en el año 2017; La población se caracteriza por ser clientes frecuentes y fidelizado de la empresa, los cuales han realizado de 10 a más restauraciones; teniendo como tal una población de 30 clientes y una muestra censal de 30; donde se utilizó el instrumento de recolección de datos llamado cuestionario, las mismas que han sido procesadas y analizadas por el programa SPSS 23, obteniendo un confiabilidad de 0.819 calificada como buena, como resultado existe una correlación positiva débil entre la calidad de servicio y el marketing experiencial en la Mype Restauraciones León E.I..R.L., Santiago de Surco.

Palabras clave: Calidad de servicio y Marketing experiencial.

ABSTRACT

The main objective of this research has been to determine the relationship between quality of service and experiential marketing in the Mype Restauraciones León E.I.R.L, Santiago de Surco in the year 2017; The population is characterized for being clients frequent and fidelized of the company, which have realized of 10 to more restorations; having as such a population of 30 clients and a sensual sample of 30; where there was in use the instrument of compilation of information called questionnaire, the same ones that have been processed and analyzed by the program SPSS 23, obtaining a confiabilidad of 0.819 qualified like good, since result there exists a positive weak correlation between the quality of service and the marketing experiencial in the Mype Restauraciones León E.I.. R.L., Santiago of Surco.

Key words: Quality of service and Experiential marketing.