



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de Servicio y Satisfacción de los Clientes de la Empresa I

MABRI FILMS AND SERVICE, Lince, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORA:

Giuliana Katherine Diaz Beltran

ASESOR

Dra. Teresa Narváez Aranibar

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

LIMA - PERÚ

Año 2018 - I

## **PÁGINAS PRELIMINARES**

**PÁGINA DEL JURADO**



A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned above a horizontal line.

---

PRESIDENTE



A handwritten signature in blue ink, featuring a large loop and a vertical stroke, positioned above a horizontal line.

---

SECRETARIO



A handwritten signature in blue ink, with a large loop and a horizontal stroke, positioned above a horizontal line.

---

VOCAL

## **DEDICATORIA**

A Dios quien me dio la sabiduría para continuar con esta investigación, a mis padres quienes son ejemplo de superación, quienes me motivan día a día a continuar y esforzarme hasta lograr hacer realidad mis sueños.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia por el apoyo incondicional que siempre me han brindado, sobre todo a mi madre quien me impulso a seguir este sueño quien con su paciencia y amor me acompaño durante todo este tiempo. A mis asesores quienes estuvieron guiándome durante todo este tiempo para poder realizar un buen trabajo.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, Giuliana Katherine Diaz Beltran, con DNI N° 47386439, 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 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 corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de junio del 2018



Giuliana Katherine Diaz Beltran

## **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 satisfacción de los clientes de la empresa I MABRI FILMS AND SERVICE, Lince, 2018”, cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en I Mabri Films And Service, Lince 2018 y que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.



**Giuliana Katherine Diaz Beltran**

## ÍNDICE

<b>Página del Jurado.....</b>	<b>iii</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>iv</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>v</b>
<b>Declaración de autenticidad.....</b>	<b>vi</b>
<b>Presentación.....</b>	<b>vii</b>
<b>Índice.....</b>	<b>viii</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>11</b>
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos previos.....	13
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	17
1.4 Formulación del problema.....	21
1.5 Justificación del problema.....	22
1.6 Hipótesis.....	23
1.7 Objetivos.....	24
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>25</b>
2.1 Diseño de investigación.....	25
2.2 Variables, Operacionalización.....	26
2.3 Población y Muestra.....	27
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	30
2.5 Métodos de análisis de datos.....	38
2.6 Aspectos éticos.....	38
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>47</b>
<b>V. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>51</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>53</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>57</b>



## RESUMEN

La presente investigación científica titulada calidad de servicio y la satisfacción del cliente en I Mabri Films And Service, Lince 2018. Se desarrolló en base a los fundamentos teóricos de Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) sobre la calidad en el servicio y los aportes teóricos de Kotler y Keller (2012) sobre la satisfacción del cliente. El diseño de estudio es no experimental de nivel descriptivo correlacional y el tipo de investigación es aplicada. Se tomó como población a los clientes fidelizados “club domos” que tengan consumos mayores a 100 soles y se determinó que la muestra es de 108 clientes de la empresa. Para el levantamiento de la información se empleó como instrumento para la recolección de datos el cuestionario que permitió encuestar a los usuarios. Por último, se concluyó que la variable calidad en el servicio y la satisfacción del cliente son correlacionales entre sí; del mismo modo, se determinó que las dimensiones elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía guardaban relación positiva con la variable satisfacción del cliente, por la cual se acepta la hipótesis alterna.

**Palabras Clave:** calidad, servicio y satisfacción del cliente.

## **ABSTRACT**

The present scientific research entitled quality of service and customer satisfaction in I Mabri Films And Service, Lince 2018. It was developed based on the theoretical foundations of Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) on the quality of service and contributions theorists of Kotler and Keller (2012) on customer satisfaction. The study design is non-experimental correlational descriptive level and the type of research is applied. It took as a population the loyal customers "club domes" that have consumptions greater than 100 soles and it was determined that the sample is 108 clients of the company. In order to collect the information, the questionnaire that allowed surveying the users was used as an instrument for data collection. Finally, it was concluded that the variable quality in the service and customer satisfaction correlate with each other; In the same way, it was determined that the dimensions of tangible elements, reliability, response capacity, security and empathy were positively related to the customer satisfaction variable, by which the alternative hypothesis is accepted.

**Keywords:** quality, service and customer satisfaction.