



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES, URBANIZACIÓN EL
PALOMAR, LA VICTORIA 2018.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

MUÑANTE GARCÍA, WENDOLY CAROLINA

ASESOR:

Dr. DIAZ SACUCEDO SEVERINO ANTONIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA-PERÚ

2018

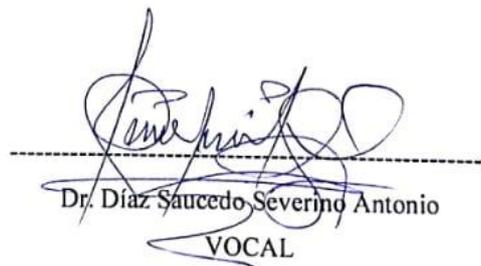
Página del jurado



Dr. Ivan Orlando Tantalcán Tapia
PRESIDENTE



Mg. Carlos Antonio Casma Zarate
SECRETARIO



Dr. Díaz Saucedo Severino Antonio
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres María del Carmen y Paulo, mis abuelos Teresa y Enrique, a mi hijas Adrielly y Annia y a mi esposo Ricardo por el apoyo y esfuerzo incondicional a lo largo de mi carrera, siempre me motivaron a seguir mis metas y no darme por vencida.

AGRADECIMIENTO

A Dios y al Señor de los Milagros por darme la voluntad para seguir desarrollando mis proyectos en mi vida personal y profesional. Además de mi asesor Díaz Saucedo por la preocupación, paciencia que me tuvo y por compartir su experiencia.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Wendoly Carolina Muñante García con DNI N° 72525693, 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 en veraz y auténtica.

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

En tal sentido consumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual se someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 29 de Noviembre del 2018



Wendoly Carolina Muñante García

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 DE TELEFONÍA MÓVIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES, URBANIZACIÓN EL PALOMAR, LA VICTORIA 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Wendoly Carolina Muñante Garcia

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	viii
I INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	18
1.4 Formulación del problema	22
1.5 Justificación del estudio	23
1.6 Hipótesis	23
1.7 Objetivos	24
II MÉTODO	26
2.1 Diseño de investigación	27
2.2 Variables, Operacionalización	28
2.3 Población, muestra	32
2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.5 Método de análisis de datos	34
2.6 Aspectos éticos	34
III RESULTADOS	35
3.1 Análisis descriptivo de los resultados	36
3.2 Prueba de hipótesis de la investigación	40
IV DISCUSIÓN	48
V CONCLUSIÓN	52
VI RECOMENDACIONES	55
VII REFERENCIAS	58
VIII ANEXOS	62

TABLAS

Tabla N° 1 Matriz de Operacionalizacion	30
Tabla N° 2 Validez del instrumento	33
Tabla N° 3 Resultado del alfa de conbrach	34
Tabla N° 4 . Frecuencia de la Variable: Calidad de servicio	36
Tabla N° 5 Frecuencia de la dimensión: Capacidad de respuesta	37
Tabla N°6 Frecuencia de la dimensión: Fiabilidad	37
Tabla N° 7 Frecuencia de la dimensión: Empatía	37
Tabla N° 8 Frecuencia de la dimensión: Seguridad	33
Tabla N° 9: Frecuencia de la dimensión: Elementos tangibles	38
Tabla N° 10: Frecuencia de la Variable: Nivel de satisfacción	38

Resumen

El objetivo de la investigación es Determinar la relación entre la calidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018. El tipo de investigación es descriptiva correlacional, diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 50 usuarios jóvenes que cuentan con servicio de telefonía móvil. Se concluye que no se halló una correlación entre la variable uno “Calidad de servicio la variable dos “Nivel de satisfacción” para los usuarios jóvenes que cuentan con servicio de telefonía móvil. La cual es obtuvo con la prueba de (Rho de Spearman es ,116 y el valor de $(p= 0,423 > 0,05)$, por lo cual, se toma la decisión de rechazar la hipótesis alterna.

Palabras claves: Calidad de servicio, nivel de satisfacción, usuarios.

Abstract

The objective of the research is the relationship between the quality of the mobile telephony service and the level of satisfaction of young users, El Palomar Urbanization, La Victoria 2018. The type of research is descriptive correlational, non-experimental cross-sectional design. The sample consisted of 50 users who have mobile phone service. It is concluded that there is no correlation between the variable "Quality of service variable" Satisfaction level "for users who have mobile telephone service The answer to the question is (Spearman's Rho, 116 and the value of $(p = 0.423 > 0.05)$, as regards the decision to reject the alternative hypothesis.

Keywords: Quality of service, level of satisfaction, users.

I.Introducción

1.1 Realidad problemática

Hoy en día para mantener una empresa dentro del mercado del cual ofrece un servicio de telefonía móvil, el cual uno de los factores importantes e influyentes es la calidad del servicio, en la actualidad se presentan grandes problemas como la falta seguimiento al cliente, el desinterés de conocer sus necesidades, y esto es necesario para que así se pueda mantener una relación con la empresa.

En la actualidad las empresas de telefonía móvil del Perú afrontan una serie de reclamos por deficiencias en los servicios que brindan. Los constantes reclamos es un indicador objetivo de que la calidad de servicio proporcionado por las empresas es deficiente y debe ser corregida en el menor tiempo posible para que los clientes puedan fidelizarse.

La empresa de telefonía móvil es un factor importante para las necesidades del cliente, ya que requieren una alta calidad de servicio. Asimismo las empresas deben realizar acciones sobre la capacidad de respuesta e empatía para mejorar la calidad de servicio, todo ello con el objetivo de plantear medidas que permitan aumentar la satisfacción de sus clientes, incrementar clientes y lograr su fidelidad, teniendo en cuenta que para lograr que la telefonía móvil debe de tomar conocimiento de dicha relación, para ello se ha tomado a los jóvenes usuarios entre la edad de 18 a 24 años en la urbanización El Palomar, La Victoria, se ha tomado en cuenta algunos de los problemas más comunes que se presentan los cuales son: La cobertura en caso de la señal, los precios ya sean en equipos y en las tarifas, la calidad de servicio respecto a la atención al cliente, promociones, calificación y opinión del cliente.

1.2. Trabajos previos

En este trabajo se ha encontrado que existen determinadas investigaciones con relación al tema a tratar, las cuales se van a indicar a continuación:

Antecedentes internacionales.

Vera (2011) en su artículo: “Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca”. El autor presentó como objetivo general el determinar los atributos relevantes de la calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes como también el impacto tanto en la satisfacción como en la lealtad. Su estudio se dividió en dos fases: La cual la primera es cualitativa que se dio con entrevistas a profundidad de los cuales nos habla de los atributos de la calidad que son trece, la otra fase la cuantitativa que habla de los atributos de satisfacción y de lealtad. Su Metodología es de estudio cualitativo. En la cual se incorpora el grado de cumplimiento del atributo a una escala de actitud de cinco categorías que van desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo. De igual manera para medir las variables de satisfacción, como los de las dimensiones de lealtad, fueron asociadas a escalas de actitud de cinco categorías. Como resultados se esperó una relación directa entre el cumplimiento de los atributos de la calidad del servicio y la satisfacción (a mayor calidad en el servicio mayor satisfacción el cual es un gran beneficio para las empresas. Se concluyó que son dos atributos muy importantes para lograr la satisfacción y lealtad del cliente, ya que los precios son accesibles y la empatía que demostró el personal fue buena

Vera y Trujillo (2015), en su artículo: “El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México”. Los autores nos dieron como objetivo de esta investigación brindar una explicación de los factores que tienen impacto en la percepción de satisfacción del derechohabiente del sistema público de salud por lo que el propósito del estudio se intentó evaluar el servicio del cual se está ofreciendo a los derechohabientes. Su metodología fue diseño causal de tipo no experimental. En los resultados se presentaron 2 oposiciones entre los 2 tipos de análisis que se realizó, una de las de ellas se basó en que la variable que es para la atención del personal de farmacia la cual salió significativa en 2 de los 3 modelos de regresión,

pero no en ninguno de los dos modelos estructurales. La otra oposición consistió en que la variable servicio del personal de análisis clínicos” no fue factible y no resulto significativa en ninguno de los modelos de regresión, pero sí en ambos modelos estructurales. Además estos indicadores demuestran que no siempre las variables independientes rinden con el criterio de normalidad. En conclusión, a diferencia de estudios que fueron investigados sobre medición de calidad del servicio en centros de salud, este estudio se dio de una conclusión en la cual se realizó una detección muy detallada de atributos, para ello retomaron el instrumento SERVQUAL.

Lee (2017) en su artículo: “Los efectos de la calidad y la satisfacción del servicio médico coreano en la intención revisada de los pacientes patrocinados por el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos”. El presente autor nos indicó que el objetivo de este estudio de investigación era investigar la calidad del servicio médico, la satisfacción y examinar los factores que influyen en la intención de revisar el hospital de los pacientes patrocinados por el gobierno de los EAU que experimentaron el servicio médico coreano. Metodología, su diseño es descriptivo para ello también uso el modelo se SERPERVF, Como resultado del análisis de correlación entre la calidad del servicio médico, la satisfacción y la nueva intención de los pacientes patrocinados por el gobierno de los EAU, hubo correlaciones positivas significativas entre la calidad del servicio médico y la satisfacción. En conclusión, Los médicos deberían tener el tiempo suficiente para los tratamientos y la comunicación con pacientes basados en excelentes tecnologías médicas, y las enfermeras deberían responder inmediatamente a las necesidades de los pacientes con empatía, mejorando la calidad de los servicios médicos y la satisfacción del paciente como intentos de volver a visitar hospitales nacionales por EAU. Ya que los participantes en este estudio se limitaron a los pacientes patrocinados por el gobierno de los EAU, la investigación futura debería ampliarse a todos los pacientes de los EAU, incluidos los pacientes generales de los EAU. En segundo lugar, las investigaciones ampliadas que incluyen estudios sobre varios factores que influyen y que pueden afectar a los hospitales nacionales revisan la intención que se sugirió. En tercer lugar, este estudio se llevó a cabo para pacientes y cuidadores médicos patrocinados por el gobierno de los EAU que utilizan servicios médicos nacionales, por lo tanto, la investigación futura debería realizar un estudio solo en pacientes que reciben directamente servicios médicos.

Elementaba (2015) en su artículo: “La medición y evaluación de la calidad del servicio a través de la satisfacción de los clientes”. El presente autor nos señaló que su objetivo primordial de las organizaciones que prestan servicios es obtener y mantener al cliente, el cual en todas las actividades de la organización deben centrarse en el cliente, sus necesidades emergentes tradicionales y nuevas relacionadas con el desarrollo natural de la empresa en todas las áreas. La metodología que utilizaron es Los desempeños de los servicios fueron evaluados usando análisis estadístico y análisis de correlación. Los resultados de las evaluaciones permiten el procesamiento estadístico y gráfico. Por la búsqueda de la calidad del servicio que hemos elegido 11 caracteres evaluados que se procesaron en la tabla forma y el cliente debe evaluar cada personaje de acuerdo a su percepción y satisfacción. Los caracteres relacionarse con diversas áreas involucradas en la percepción general de la calidad del servicio, a saber, personal, material y equipo técnico, condiciones de operación, la información de interés. Los clientes han realizado la evaluación bajo las instrucciones del cuestionario En el análisis se incluyeron 112 cuestionarios de un total de 120 unidades, representando un 93.3% de rendimiento. En conclusión, podemos afirmar que se evalúa la dimensión técnica de la calidad del servicio en promedio, se evalúa una dimensión funcional de la calidad que mejora el promedio general. Como el más bajo calificado los criterios tienen las desviaciones estándar más altas, la evaluación subjetiva demuestra actitudes y el individuo requisitos y demandas del cliente para servicios de calidad.

Gonzales y Brea (2006), en su artículo: “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. su evaluación en el ámbito del turismo termal”. El presente autor nos indicó que el objetivo principal de esta investigación consiste en analizar la influencia de la calidad de servicio percibida en establecimientos termales sobre el nivel de satisfacción, lo cual nos permita conocer en qué medida se encuentra el nivel de calidad de servicio percibida y si por lo general contribuye o determina el nivel de satisfacción de las personas que reciben el servicio. Su metodología es de diseño descriptivo el cual también utilizaron el modelo SERVQUALs. Sobre los resultados, los atributos que se dieron para medir la calidad de servicios, resulto adecuado confirmando la escala elevada en los niveles de fiabilidad y validez, por otro lado es importante considerar algunas de las limitaciones que obligan a tomar precaucion en los resultados alcanzados. En

conclusión, se encontró que la calidad de servicio es un antecedente importante de la satisfacción, aunque en el trabajo no se ha podido demostrar la relación bidireccional entre ambas variables.

Antecedentes nacionales

García (2011), en su tesis: “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del banco Ripley s.a. agencia mall aventura plaza Trujillo”. El presente autor nos señaló como objetivo principal determinar cómo influyen los factores de calidad de servicios en el grado de satisfacción de los clientes del banco Ripley. En la presente investigación se utilizó la técnica de incidentes crítico (TIC), su metodología el tipo de diseño de la investigación es aplicada, sobre la satisfacción de sus clientes, haciendo uso de las teorías y modelos de calidad existente, con respecto a los resultados podemos observar que el rango de edad está constituida por personas entre 23 y 32 años siendo el 50% de la muestra, por lo que los afecta al servicio bancarios ya que su demanda es por los jóvenes, además el factor que tiene mayor impacto positivo es el determinar el grado de satisfacción de los clientes del Banco Ripley, es en el caso de la despedida- saludo del personal que tiene trato directo con los clientes. Los servicios incorporan todas las actividades económicas el cual el resultado no es un producto o construcción física, que generalmente se consume en el momento que se produce y que proporciona valor agregado al añadir aspectos (como la convivencia, oportunidad, comodidad o salud) que esencialmente son preocupaciones intangibles para quien los adquiere por primera vez. En conclusión la calidad de servicio influye de manera significativa en la satisfacción de los clientes del Banco Ripley, agencia Mall Aventura Plaza –Trujillo., además que la calidad de servicios fue determinada entre las expectativas del cliente y como se evalúa los servicios.

Miranda (2017) en su tesis: “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el banco internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017”. El presente autor nos indicó como objetivo principal el determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, Tienda 500 Huancayo; 2016 - 2017. La metodología de la presente investigación, es de diseño no experimental, nivel de investigación correlacional. En base a los resultados de la investigación se mostró gráficamente la respuesta de cada pregunta del cuestionario, las

cuales iban desde total desacuerdo hasta totalmente de acuerdo, además las preguntas fueron de las dimensiones de cada variable y de un cruce de ambas, es por ello que se concluye que sí existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, y que cada una de las dimensiones tiene un grado de importancia, ya que tienen una relación alta con la satisfacción y esto está comprobado con la prueba de hipótesis; por último, en la discusión de resultados se reafirma la relación de las variables en estudio. existe evidencia muestral suficiente que nos permite afirmar a un nivel de significancia del 5% que sí existe relación directa entre la dimensión de garantía de la Calidad de Servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, Tienda 500 Huancayo; 2016 – 2017. En conclusión, de la investigación, se afirma que la calidad de servicio está relacionada con la percepción y la comparación reiterada de las expectativas del cliente sobre un servicio en particular; si no se cumple con las expectativas de un cliente en repetidas ocasiones, el cliente percibe que el servicio es de mala calidad y por lo tanto estará insatisfecho. Esta investigación demostró que sí existe correlación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, Tienda 500 Huancayo; 2016.

Arce (2016) en su tesis: “Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza Hut en el centro comercial mega plaza lima; 2016”. El presente autor nos da como objetivo determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-lima 2016. Su metodología, El tipo de investigación es correlacional, su diseño es no experimental-transversal de muestra censal: el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas. Sobre los resultados en el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 comensales encuestados 255 estuvieron de acuerdo con el nivel de calidad del servicio en el restaurante; sin embargo, 101 de ellos manifestaron su desacuerdo con este proceso. Es importante destacar que en promedio 157, manifestaron que los productos que vende dicho restaurante son de buena calidad, sin embargo, 199 de ellos afirman su desacuerdo con respecto a los productos ofrecidos por este restaurante. En conclusión, para la demostración estadística se concluye que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el centro comercial mega plaza.

Azanaran (2016), en su tesis: “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de El porvenir”. El presente autor nos indicó como objetivo principal el determinar la influencia del servicio que brinda El porvenir en la satisfacción del usuario. Su metodología es de diseño no experimental. Su metodología es deductivo – inductivo, analítico, Estadístico y su técnica fue cuantitativa. En base a los resultados que se obtuvieron con respecto a las dimensiones del modelo que miden la calidad del servicio se puede decir que es percibido por los usuarios de manera satisfactoria con un promedio del 63%. Para poder determinar el nivel de relación del servicio y la satisfacción del usuario se decidió utilizar el modelo SERVQUAL con la escala Likert misma que cuenta con 5 niveles para lo cual se concluye que la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario se refleja en forma positiva, afirmándose la hipótesis de esta investigación. En conclusión, la calidad de servicio que brinda la Municipalidad Distrital de El Porvenir es satisfactoria llegando a una 63% demostrando que la dimensión de elementos tangibles es la que obtuvo más puntuación de la aceptación de los usuarios.

Aguirre (2015) en su tesis: “calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015”. El presente autor nos indicó que el objetivo principal de la investigación era determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015. Su metodología de la investigación es de enfoque cuantitativo, tipo de estudio sustantiva y su diseño es no experimental. En caso de los resultados la relación conclusiones, se puede afirmar, que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, y lo mismo, eso nos permite observar una correlación, lo que significa que si existe una correlación positiva moderada entre las dos variables, en los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015, lo que indica, en cuanto mayor sea la calidad de servicio ofrecida a los usuarios, será mejor la satisfacción de los usuarios, de lo contrario si se brinda una mala calidad de servicio, será menor la satisfacción de los usuarios.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Calidad de Servicio

A continuación, presentaremos definiciones que son importantes desarrollar, para entender el marco en el que se encuentra la Calidad de Servicios:

1.3.1.1. Marketing

Roberto Dvoskin (2004) menciona que: “El marketing ya sea un proceso de planificación y ejecución implica que la disciplina desarrolla modelos de análisis propios y diferenciados más allá del tipo de organización de la que se trate”. (p.24).

Sainz (2009) menciona que: “El marketing es un proceso del cual es responsable a la orientación de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes, con el propósito de fidelizar” (p. 28),

1.3.1.2. Marketing de servicios

Marketing de servicios es la rama de marketing que estudia los procesos de intercambio entre consumidores y empresas de un producto en específico; que son los servicios, con el objetivo de satisfacer las necesidades, deseos, y demandas de los consumidores (RUIZ, 2002).

1.3.1.3. Servicios

Harrington J y Harrington J,S (1997) menciona que: “Como una contribución al bienestar de los demás y mano obra útil que nos proporciona un bien tangible” (p. 23).

1.3.1.4. Calidad de Servicios

Horovitz (1990) menciona que: “Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo” (pág.7).

Hernández, Chumaceiro, Atencio (2009) menciona que:

La calidad de servicio es un instrumento competitivo que requiere una cultura organizativa, cónsona, un compromiso de todos, dentro de un proceso continuo de evaluación y mejoramiento, lo cual permite ganar o generar la lealtad del cliente y así poder diferenciarse de la competencia como estrategia de beneficio (pág. 460)

En definitiva los autores presentados están de acuerdo al mencionar que la calidad de servicio son percepciones que el cliente toma en cuenta al momento de realizar una compra.

1.3.1.5. Calidad

Horovitz (1990) menciona que: “Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”. (pag.7).

Brady y Cronin (2001) mencionan que: “Los consumidores juzgan la calidad de los servicios con base en sus percepciones del resultado técnico proporcionado, el proceso por el que se entregó este resultado y la calidad de los alrededores físicos donde se entrega el servicio”. (pág. 34)

En definitiva los autores presentados están de acuerdo al mencionar que la calidad de servicio son percepciones que el cliente toma en cuenta al momento de realizar una compra.

1.3.2. Modelos de medición de la Calidad de Servicios

1.3.2.1. Modelo Servqual:

Parasuraman, Zeithml y Berry (1985) mencionan que:

Desarrollaron múltiples estudios cualitativos y cuantitativos el cual dan origen a la escala de medición Servqual que se encarga de medir la calidad de servicio, dicha escala mide mediante la diferencia entre la percepción y las expectativas de los clientes. Este modelo nos permite medir lo que el cliente

espera de la organización que presta el servicio a cinco dimensiones: Capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles. Además ayuda a describir y entender cómo influyen las expectativas y percepciones de los clientes con respecto a la calidad de servicio.

Zeithaml, Bitner y Gremler (2009) afirman que:

También tiene 5 dimensiones para medir la calidad de servicio las cuales son las siguientes y la definen de esta manera:

- **Fiabilidad:** Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.
- **Sensibilidad:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.
- **Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidad para inspirar credibilidad y confianza.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.
- **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal, todo lo que va referido al lugar donde se emplea.

1.3.3. Satisfacción

1.3.3.1. Satisfacción del Cliente

A continuación presentaremos definiciones sobre satisfacción laboral realizada por algunos estudiosos de este tema:

La satisfacción del cliente es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques. Este concepto ha sido enfocado desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos.

Oliver (1980-1981) menciona que: “Es una fase psicológica final resultante cuando la sensación que rodea a la disconformidad o discrepancia de las expectativas se reúne con los sentimientos previos acerca de la experiencia de consumo”. (pág. 167)

Swan, Frederick, y Carroll (1981) comenta que: “Es un juicio evaluativo o cognitivo que examina si el servicio o producto genera un resultado bueno o pobre o si el producto es reemplazable o irremplazable” (pág. 67)

Tse, Nicosia y Wilton (1990) dice que es: “La respuesta del consumidor a la evaluación de la discrepancia percibida entre expectativas y el resultado final percibido en el producto tras su consumo, se trata, pues, de un proceso multidimensional y dinámico”. (pag.78).

Zeithmal y Bitner (2002) sobre la satisfacción:

Se refieren a satisfacción como la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas, el resultado que se obtiene es la insatisfacción con dicho producto o servicio. Las emociones de los clientes también pueden afectar sus percepciones de satisfacción hacia los productos y servicios, dichas emociones pueden ser estables o existir previamente, como el estado de ánimo o la satisfacción en su vida. (pág. 29)

1.3.3.3. Niveles de Satisfacción

También afirman que hay tres niveles de satisfacción en cuanto a la variable satisfacción del cliente y son los siguientes:

Insatisfacciones: Es decir, cuando el desempeño percibido del producto o servicio no cumple las expectativas de los clientes.

Satisfacción: Es cuando el desempeño percibido del producto o servicio coincide con las expectativas de los clientes.

Complacencia: Es cuando el desempeño percibido excede o sobrepasa las expectativas que los clientes requerían. Además, los clientes satisfechos vuelven a comprar y comunican con otros sus experiencias positivas del producto o servicio.

1.4. formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?

¿Cuál es la relación que existe entre la fiabilidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?

¿Cuál es la relación que existe entre la empatía del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?

¿Cuál es la relación que existe entre la seguridad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?

¿Cuál es la relación que existe entre los elementos tangibles del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?

1.5. Justificación del tema

Teórico: La razón de esta tesis es llegar a conocer más del comportamiento del consumidor a través de la calidad de servicio que se brinda y de cómo tiene relación la satisfacción de ellos, aplicando teorías familiarizadas con el tema de investigación y las definiciones de ambas variables, esto nos permite diferenciar los conceptos aplicados a la realidad en la relación.

Metodológico: Para cumplir con los objetivos de este trabajo, se realizó una herramienta de medición tanto para las variables a través de encuestas, además nos permite plantear una metodología en la que busca la mejora con respecto a la calidad de servicio en telefonía móvil, del cual aplicaremos un nivel descriptivo con un diseño correlacional.

Práctico: La presente investigación tiene como finalidad otorgar conocimientos referidos a la calidad de servicio para que así el cliente pueda identificar patrones de conducta en el consumidor, para obtener un universo más amplio de conocimiento sobre el actuar de los potenciales clientes, de tal forma que podrán lanzar un nuevo producto y tener mayor probabilidad de aceptación por parte de la sociedad y así el índice de fracaso irá disminuyendo.

Social: La importancia de esta investigación es reflejada en la calidad de servicio con relación a la satisfacción del cliente que brindan las empresas de telefonía móvil para satisfacer las necesidades y expectativa de los clientes.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

Existe relación directamente proporcional entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

1.6.2. Hipótesis Específica

Existe relación directamente proporcional entre la capacidad de respuesta del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Existe relación directamente proporcional entre la fiabilidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La

Victoria 2018.

Existe relación directamente proporcional entre la empatía del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Existe relación directamente proporcional entre la seguridad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Existe relación directamente proporcional entre los elementos tangibles del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

1.7. Objetivos

1.1.7. Objetivo General

Determinar la relación entre la calidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

1.2.7 Objetivo Específicos

Determinar la relación entre la capacidad de respuesta del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Determinar la relación entre la fiabilidad del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Determinar la relación entre la empatía del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Determinar la relación entre la seguridad del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Determinar la relación entre los elementos tangibles del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño, Tipo y Nivel de la investigación

2.1.1. Diseño

Este proyecto de investigación será NO EXPERIMENTAL porque las variables no serán intervenidas ni manipuladas.

Hernández (2014) nos explica como la investigación no experimental:

La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es una investigación en la cual no hacemos variar intencional las variables independientes. Para su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para luego analizarlo. (p.152).
Además:

Hernández (2014) nos menciona que:

“De acuerdo al periodo y secuencia del estudio es de CORTE O CARÁCTER TRANSVERSAL porque se recoge la información en un solo momento.” (p.152).

Además:

“Los diseños de investigación transeccional o transversal recopilan información en un tiempo único. Con el fin de detallar variables y estudiar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar un fotografía de algo que sucede”. (p. 154)

2.1.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación de acuerdo al fin es de tipo aplicada.

Murillo (2008) menciona que: Recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, se caracteriza ya que busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, de misma forma que se adquieren otros, después de ejecutar y sistematizar la práctica basada en investigación. Además, el uso del conocimiento y los resultados de dicha investigación que da como resultado una forma estricta, organizada y estructurada de conocer la realidad.

2.1.3 Nivel de investigación

El nivel de la investigación que se utilizo es **DESCRIPTIVO- CORRELACIONAL**, ya que tiene el propósito describir características fundamentales de las variables, de la

misma forma que remarcar la relación que existe entre la variable calidad de servicio y satisfacción, así como los explican los siguientes autores:

Descriptivo:

Hernández et al. (2014) afirman que:

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (pág. 92)

Correlacional:

Hernández et al. (2014) definen que:

El fin de estos estudios es de identificar la relación de asociación que hay entre dos o más definiciones, categorías o variables en una muestra o entorno en particular. A veces sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con continuidad se encuentran en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. (p. 93)

2.2. Operacionalización de Variables

2.1.1 Variable 1: Calidad del servicio

Zeithaml (2002), independientemente antes de definir calidad de servicio con los autores Parasuraman y Berry en el año 2008, lo define en su libro de la siguiente manera: Calidad en el servicio es un elemento primordial de las necesidades del cliente, en caso de los servicios la calidad es el factor importante en la cual prevalece en las evaluaciones de los clientes; la calidad en el servicio se basa en las dimensiones del servicio, para adquirir la satisfacción del cliente. (pág.140).

Dimensiones

Capacidad de respuesta

Miranda (2007) menciona que:

“La capacidad de respuesta es la que pone en evidencia el grado de preparación que se tiene para realizar una actividad, muestra también la disposición que se tiene al momento de atender y de esta forma poder brindar un servicio oportuno. Cualquier desatención por parte del personal de la institución puede pasarse por alto siempre que haya tiempo para subsanarse, con la salvedad que el más pequeño error no es aceptado cuando el usuario ha esperado más de lo pensado”.

Fiabilidad:

Parasuraman, Zeithml y Berry (1988), menciona que:

Fiabilidad es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de forma confiable, segura y cuidadosa. Dentro de este concepto se encuentran incluidos todos los elementos que permitan al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización. (p. 41).

Empatía

Según Pozo (2007) menciona que:

El usuario o cliente percibe está recibiendo un trato cordial, lo cual está acompañado del dominio o conocimiento que maneje el trabajador; además en ello se debe considerar el contar con horarios de atención que más que todo estén propuestos en función al cliente.

Seguridad

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), lo definen como:

“Los conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza” (p.35).

Elementos Tangibles

Parasuraman, Zeithml y Berry (1985) menciona que:

Los elementos tangibles se refieren a los aspectos físicos que el usuario percibe de la institución. Están relacionados con las condiciones y apariencia física de las instalaciones, equipos, personal, material de comunicación, limpieza y comodidad. (p. 49).

2.2.2 Variable 2: Nivel de Satisfacción:

Kotler y Keller (2006), definen la satisfacción como:

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Afirmando lo que dicen los autores si no se cumplen las expectativas el cliente queda insatisfecho, de lo contrario si se cumplen con las expectativas y si la superan queda encantado (p.144).

Operacionalización de las variables

	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA
CALIDAD DE SERVICIO	Zeithaml, Bitner y Gremler, (2002) “Calidad en el servicio es un elemento principal de las necesidades del cliente, en caso de los servicios la calidad es el factor que predomina en las evaluaciones de los clientes; la calidad en el servicio se basa en las dimensiones del servicio, para lograr llegar a la satisfacción del cliente.”(p.140)	La variable calidad de servicio se evaluara a través de cuatro dimensiones empleando un cuestionario de escala Likert, posterior a ello se procesara los datos en un análisis estadístico SPSS para medir la confiabilidad.	Capacidad de Respuesta	Rapidez	1	Ordinal
				Solución del problema	2	
			Fiabilidad	Confianza	3	
				Desempeño laboral	4	
			Empatía	Preocupación por los clientes	5	
				Necesidades del cliente	6	
				Atención Individualizada	7	
				Buen trato	8	
			Seguridad	Seguridad	9	
				Personal capacitado	10	
			Elementos Tangibles	Apariencia del personal	11	
				Equipos	12	
				Materiales	13	
				Infraestructura	14	
NIVEL DE SATISFACCIÓN	Kotler y Keller (2006) Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Afirmando lo que dicen los autores si no se cumplen las expectativas el	La variable satisfacción se medirá a través de una dimensión, empleando un cuestionario de escala Likert, luego a ello se procesara los datos en un análisis estadístico SPSS para medir la confiabilidad.	Satisfacción	Cobertura amplia	15	Ordinal
				Promociones	16	
				Precios	17-18	
				Promociones de regalo	19	

	cliente queda insatisfecho, de lo contrario si se cumplen con las expectativas y si la superan queda encantado (p.144).			Renovación de equipo	20	
--	---	--	--	----------------------	----	--

2.3 Población y muestra

2.3.2 Población

De acuerdo a la información que se obtuvo para la población se tomó a usuarios jóvenes de la edad de 18 a 24 años que usen telefonía móvil en la Urbanización el Palomar, La victoria, la cual representa a un total de 250 usuarios tomadas, de la relación de propietarios y que dicha relación está en la Administración de la Urbanización El Palomar, La Victoria.

2.3.3 Muestra

La muestra representa a una parte de la población.

Por lo tanto el tamaño de encuestas está conformado por 50 usuarios jóvenes que cuenten con servicio de telefonía móvil.

2.3.4. Muestreo

Para esta investigación se utilizó un muestro No probabilístico, el cual la muestra se recoge en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población a la oportunidad de ser seleccionados para la encuesta.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnica

La técnica que se utilizó para la recolección de datos en la investigación es la encuesta, ya que nos permite recaudar información a través de nuestros encuestados de acuerdo a la preguntas que realizadas por el investigador.

2.4.2. Instrumento

En esta investigación se elaboró un cuestionario que consta de 20 preguntas para la evaluación de cada variable y la cual es la medida con la escala de Likert.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) confirma que: el “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tienen en mente” (p.200)

2.4.3. Validez

El proceso de validez para la investigación fue sometida a través de la evaluación de mi asesor de tesis, quien dio su aprobación a la técnica e instrumento preparado para la obtención de datos , además fue sometida a juicio de expertos de la Escuela de Administración, de la cual fueron aprobados por los siguientes especialistas en el tema:

Validez del Instrumento mediante jueces			
Nº	Grado Académico	Apellidos y Nombres	Valoración
1	Dr. en Administración	Delgado Céspedes, Carlos Alberto	Si Cumple
2	Dr. en Administración	Aliaga Correa, David Fernando	Si Cumple
3	Dr. en Administración	Cárdenas Saavedra, Abraham	Si Cumple

Tabla 1: Relación del experto que realizo la validación del instrumento.

2.4.4 Confiabilidad

En esta investigación, para definir el grado de confiabilidad de los instrumentos utilizados se ha empleado el coeficiente de Cronbrach la cual es un modelo de consistencia interna, la cual realiza una muestra piloto que corresponde a 15 encuestas con una totalidad de 18 preguntas para determinar la confiabilidad del instrumento.

Hernández et al (2003), indican que: “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados”. (Pg. 243)

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	50	88,2
	Excluido ^a	0	11,8
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,804	20

Interpretación: Los resultados obtenidos en la confiabilidad del cuestionario sobre las variables fueron aplicados a 50 clientes de la muestra, dio a conocer un valor de 0.804 para el alfa de Cronbach lo cual indica que tiene una elevada confiabilidad.

2.5. Métodos de análisis de datos:

En este proyecto de investigación se utilizarán métodos estadísticos para verificar los resultados obtenidos a través del cuestionario utilizando el programa estadístico IBM SPSS Statistics 24.

2.6. Aspectos éticos:

Para esta investigación se tomaron en consideración los siguientes aspectos éticos:

Valor social: Las personas encuestadas para esta investigación no fueron expuestas a ningún tipo de peligro ni menos obligadas a participar de ello por lo contrario decidieron participar por voluntad propia.

III. Resultados

3.1. Análisis descriptivo de los resultados

3.1.1 Variable 1: Calidad de servicio

Tabla 5: CALIDAD DE SERVICIO (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI SIEMPRE	49	98,0	98,0	98,0
	SIEMPRE	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

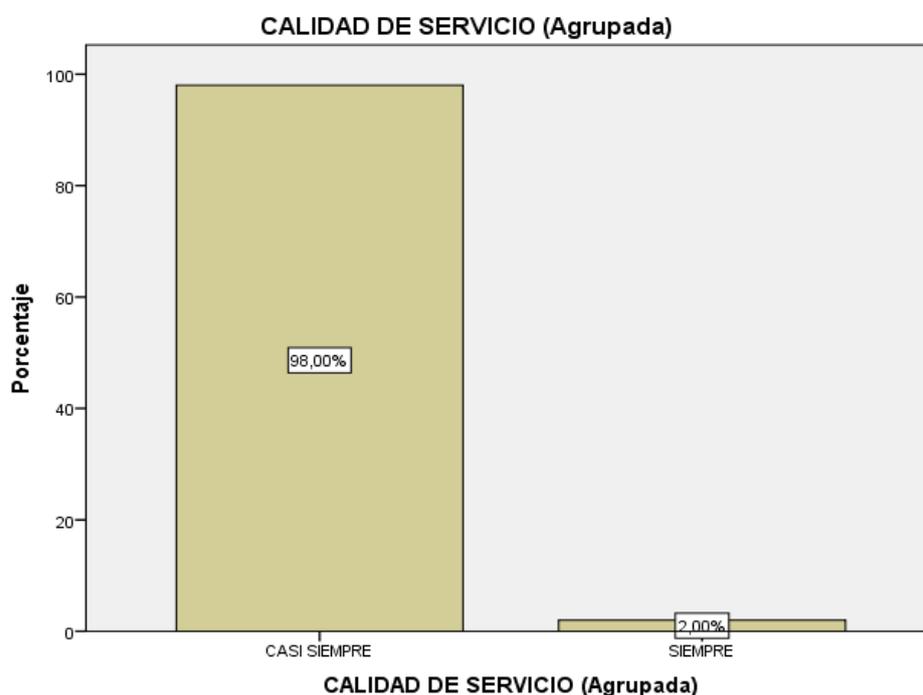


Figura 1. Grafica de barras de la Variable Calidad de servicio

Interpretación: Según la tabla 5, figura 1 se observa que los 50 usuarios encuestados que cuentan con servicio de telefonía móvil en el 2018, respondieron a la variable “Calidad de servicio” de la siguiente forma: El 98% que representa a 49 usuarios contestaron la categoría casi siempre están de acuerdo con la calidad de servicio y el 2% que representa a 1 usuario respondieron la categoría siempre.

Tabla 6: CAPACIDAD DE RESPUESTA (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	13	26,0	26,0	26,0
	A VECES	37	74,0	74,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 6, se observa que los 50 usuarios encuestados que cuentan con servicio de telefonía móvil respondieron a las preguntas de la dimensión “Capacidad de respuesta” de la siguiente forma: El 26% que representa a 13 usuarios contestaron la categoría casi nunca y 74% que representa a 37 usuarios respondieron la categoría a veces.

Tabla 7: FIABILIDAD (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	46	92,0	92,0	92,0
	CASI SIEMPRE	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación:

Según la tabla 7, se observa que los 50 usuarios que cuentan con servicio de telefonía móvil respondieron a las preguntas de la dimensión “fiabilidad” de la siguiente forma: El 92% que representa a 46 usuarios respondieron la categoría a veces y 8% que representa a 4 usuarios respondieron la categoría casi siempre.

Tabla 8: EMPATIA (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	47	94,0	94,0	94,0
	CASI SIEMPRE	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 8, se observa que los 50 usuarios que cuentan con servicio de telefonía móvil respondieron a las preguntas de la “empatía” de la siguiente forma que: El 94% que representa a 47 usuarios respondieron la categoría a veces y el 6% que representa a 3 usuarios respondieron la categoría casi siempre.

Tabla 9:SEGURIDAD (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	A VECES	36	72,0	72,0	74,0
	NUNCA	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 9, se observa que los 50 usuarios que cuentan con servicio telefónico de la empresa Movistar respondieron a las preguntas de la dimensión “seguridad” de la siguiente forma: El 2% que representa a 1 usuario contestaron la categoría casi nunca, el 72% que representa a 36 usuarios respondieron la categoría a veces, y por último el 26% que representa a 13 usuarios contestaron la categoría nunca.

Tabla 10: ELEMENTOS TANGIBLES (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	1	2,0	2,0	2,0
	CASI SIEMPRE	44	88,0	88,0	90,0
	SIEMPRE	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 10, se observa que los 50 usuarios que cuentan con servicio de telefonía móvil respondieron a las preguntas de la dimensión “elementos tangibles” de la siguiente forma: El 2% que representa a 1 usuario respondieron la categoría a veces 44 usuarios que representa al 88% respondieron la categoría casi siempre y por último 5% que representa a 5 usuarios respondieron la categoría siempre.

3.1.2. Variable 2: Nivel de satisfacción

Tabla 11: NIVEL DE SATISFACCION (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	21	42,0	42,0	42,0
	CASI SIEMPRE	29	58,0	58,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

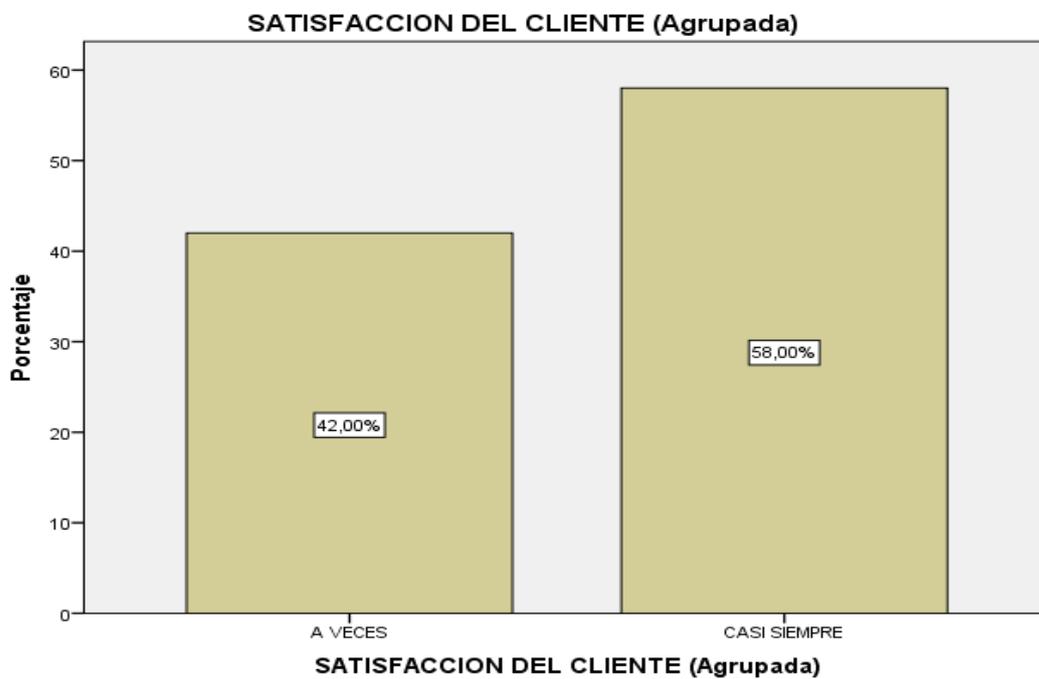


Figura 2. Grafica de barras de la Variable Nivel de satisfacción.

Interpretación: Según la tabla 11, se observa que los 50 usuarios que cuentan con servicio de telefonía móvil respondieron a las preguntas de la variable “Nivel de Satisfacción” de la siguiente forma: El 42% que representa a 21 usuarios contestaron la categoría a veces y el 58% que representa a 29 usuarios contestaron la categoría casi siempre.

3.2 . prueba de la hipótesis de la investigación

Como la variable de la investigación son cualitativas, por ende, los datos producidos también son cualitativas, así mismo la escala de medición es ordinal, para ello se aplicarán pruebas no paramétricas, mediante La Prueba de Rho de Spearman.

Tabla 12

Rango de interpretación de correlación

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,70 a - 0,99	Correlación negativa muy fuerte
-0,4 a - 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a - 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,40 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,70 a 0,99	Correlación positiva muy fuerte
1	Correlación positiva grande y perfecta

3.2.1 Prueba de la Hipótesis General:

HG: Existe relación directamente proporcional entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Ho: No existe relación directamente proporcional entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

H1: Existe relación directamente proporcional entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T = 0,005$

Nivel de aceptación = 95%

$Z=1,96$

Regla de decisión:

a) Si la $R < \text{Sig } T$, entonces se rechaza la H_0 .

b) Si la $R > \text{Sig } T$, entonces se acepta la H_0 .

Tabla 13

Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis general

			CALIDAD DE SERVICIO (agrupado)	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,116
		Sig. (bilateral)	.	,423
		N	50	50
	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)	Coefficiente de correlación	,116	1,000
		Sig. (bilateral)	,423	.
		N	50	50

Interpretación: Según la Tabla 13, el coeficiente de correlación Rho Spearman tiene un valor de 0,116, correlación positiva muy baja por la tabla 12.

Además, la significancia Real 0,423 es mayor que 0,05 ($0,423 > 0,05$), según la regla de decisión se acepta la hipótesis nula (H_0), en consecuencia, se rechaza la Hipótesis alterna y la Hipótesis de trabajo.

En conclusión, No existe relación directamente proporcional entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

3.3.2. Prueba de hipótesis específica 1

He1: Existe relación directamente proporcional entre la capacidad de respuesta de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Ho: No existe relación directamente proporcional entre la capacidad de respuesta de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

H1: Existe relación directamente proporcional entre la capacidad de respuesta de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia T = 0,005

Nivel de aceptación = 95%

Z=1,96Regla de decisión:

a) Si la R < Sig T entonces se rechaza la Ho.

b) Si la R > Sig T entonces se acepta la Ho.

Tabla 14

Prueba de Correlación de Variables- hipótesis específica 1

			CAPACIDAD DE RESPUESTA (agrupado)	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)
Rho de Spearman	CAPACIDAD DE RESPUESTA (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,063
		Sig. (bilateral)	.	,666
		N	50	50
	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)	Coefficiente de correlación	,063	1,000
		Sig. (bilateral)	,666	.
		N	50	50

Interpretación: Según la Tabla 14, el coeficiente de correlación Rho Spearman tiene un valor de 0,063 correlación positiva moderada por la Tabla 12.

Además, la significancia real 0,666 es mayor que 0,05 ($0,666 > 0,05$) según la regla de decisión se acepta la hipótesis nula (Ho), en consecuencia se rechaza la hipótesis alterna y la decisión de trabajo.

En conclusión No existe relación directamente proporcional entre la capacidad de respuesta de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

3.3.3. Prueba de hipótesis específica 2

He2: Existe relación directamente proporcional entre la fiabilidad de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Ho: No existe relación directamente proporcional entre la fiabilidad de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

H1: Existe relación directamente proporcional entre la fiabilidad de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T = 0,005$

Nivel de aceptación = 95%

$Z=1,96$

Regla de decisión:

a) Si la $R < \text{Sig } T$ entonces se rechaza la H_0 .

b) Si la $R > \text{Sig } T$ entonces se acepta la H_0 .

Tabla 15

Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis específica 2

		FIABILIDAD (agrupado)	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)
Rho de Spearman	FIABILIDAD (agrupado)	Coefficiente de correlación 1,000	-,075
		Sig. (bilateral).	,603
		N	50
	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)	Coefficiente de correlación -,075	1,000
		Sig. (bilateral).	,603
		N	50

Interpretación: Según la Tabla 15, el coeficiente de correlación Rho de Spearman tiene un valor de -0,75 negativa alta por la Tabla 12.

Además, la significancia Real 0,603 mayor que 0,05 ($0,603 > 0,05$), según la regla de decisión se acepta la hipótesis nula (H_0), en consecuencia se rechaza la hipótesis alterna y la hipótesis de trabajo.

En conclusión No existe relación directamente proporcional entre la fiabilidad de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

3.3.3. Prueba de hipótesis específica 3

He3: Existe relación directamente proporcional entre la empatía de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Ho: No existe relación directamente proporcional entre la empatía de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

H1: Existe relación directamente proporcional entre la empatía de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T = 0,005$

Nivel de aceptación = 95%

$Z=1,96$

Regla de decisión:

- a) Si la $R < \text{Sig } T$ entonces se rechaza la H_0 .
- b) Si la $R > \text{Sig } T$ entonces se acepta la H_0 .

Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis específica 3

		EMPATIA (agrupado)	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)
Rho de Spearman	EMPATIA (agrupado)	1,000	-,282
	Coefficiente de correlación	.	,047
	Sig. (bilateral)	50	50
	N	-,282	1,000

NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)	Sig. (bilateral)	,047	.
	N	50	50

Tabla 16

Interpretación: Según la Tabla 16, el coeficiente de correlación Rho Spearman tiene un valor de $-.0282$ negativa baja por la Tabla 12.

Además, la significancia real $0,047$ es mayor que $0,05$ ($0,047 > 0,05$), según la regla de decisión se acepta la hipótesis nula (H_0), en consecuencia, se rechaza la hipótesis alterna y la decisión de trabajo.

En conclusión, No existe relación directamente proporcional entre la empatía de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

3.3.3. Prueba de hipótesis específica 4

He4: Existe relación directamente proporcional entre la empatía de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Ho: No existe relación directamente proporcional entre la seguridad de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

H1: Existe relación directamente proporcional entre la seguridad de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T = 0,005$

Nivel de aceptación = 95%

$Z=1,96$

Regla de decisión:

a) Si la $R < \text{Sig } T$ entonces se rechaza la H_0 .

b) Si la $R > \text{Sig } T$ entonces se acepta la H_0 .

Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis específica 4

	SEGURIDAD (agrupado)		SEGURIDAD (agrupado)	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)
Rho de Spearman	SEGURIDAD (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,061
		Sig. (bilateral)	.	,044
		N	50	50
	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)	Coefficiente de correlación	,000	1,000
		Sig. (bilateral)	,044	.
		N	50	50

Tabla 17

Interpretación: Según la Tabla 16, el coeficiente de correlación Rho Spearman tiene un valor de ,061 positiva moderada por la Tabla 12.

Además, la significancia real 0,044 es mayor que 0,05 ($0,044 > 0,05$), según la regla de decisión se acepta la hipótesis nula (H_0), en consecuencia se rechaza la hipótesis alterna y la decisión de trabajo.

En conclusión, No existe relación directamente proporcional entre la seguridad de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

3.3.3. Prueba de hipótesis específica 5

He5: Existe relación directamente proporcional entre elementos tangibles de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Ho: No existe relación directamente proporcional entre elementos tangibles de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

H1: Existe relación directamente proporcional entre elementos tangibles de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

Entonces con un nivel de:

Significancia $T = 0,005$

Nivel de aceptación = 95%

$Z=1,96$

Regla de decisión:

a) Si la $R < \text{Sig } T$ entonces se rechaza la H_0 .

b) Si la $R > \text{Sig } T$ entonces se acepta la H_0 .

Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis específica 5

	ELEMENTOS TANGIBLES (agrupado)	ELEMENTOS TANGIBLES (agrupado)	NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	-,292
	Sig. (bilateral)	.	,066
	N	50	50
NIVEL DE SATISFACCION (agrupado)	Coeficiente de correlación	-,292	1,000
	Sig. (bilateral)	,066	.
	N	50	50

Tabla18

Interpretación: Según la Tabla 16, el coeficiente de correlación Rho Spearman tiene un valor de -,0292 negativa baja por la Tabla 12.

Además, la significancia real 0,066 es mayor que 0,05 ($0,066 > 0,05$), según la regla de decisión se acepta la hipótesis nula (H_0), en consecuencia se rechaza la hipótesis alterna y la decisión de trabajo.

En conclusión, No existe relación directamente proporcional entre los elementos tangibles de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.

IV. Discusión

4.1. Discusión por objetivos

El objetivo principal de esta investigación fue Determinar la relación entre la calidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.

Los Resultados denotan similitud con el trabajo de investigación realizados por

Aguirre (2015) en su tesis: “calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015”. El presente autor nos indicó que el objetivo principal de la investigación era determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, 2015.

Del mismo modo se muestra una semejanza con la tesis de Miranda (2017) en su tesis: “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el banco internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017”. El presente autor nos indicó como objetivo principal el determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, Tienda 500 Huancayo; 2016 - 2017.

Por ultimo no guarda relación con la tesis de Azanaran (2016), en su tesis: “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de El porvenir”. El presente autor nos indicó como objetivo principal el determinar la influencia del servicio que brinda El porvenir en la satisfacción del usuario.

4.2.Discusión por metodología

En el presente estudio se utilizó el diseño no experimental de corte transversal en cuanto al nivel fue descriptivo correlacional, de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo. Por lo que este estudio tiene una semejanza con la investigación realizada por:

Arce (2016) en su tesis: “Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza Hut en el centro comercial mega plaza lima; 2016”. La investigación fue tipo de investigación es descriptiva correlacional, su diseño es no experimental-transversal de muestra censal.

Del mismo modo guarda relación con la tesis de Miranda (2017) en su tesis: “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el banco internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017”. La investigación es de diseño no experimental, nivel de investigación correlacional

4.3. Discusión por Resultados

En la presente investigación, según las opiniones de los usuarios que cuentan con servicio telefónico Movistar no guarda relación con la investigación de Miranda (2017) en su tesis: “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el banco internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017”. Ya que Esta investigación demostró que sí existe correlación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú lo que concluyo un nivel de correlación de Rho de Spearman de $0,000 < 0,05$ de lo contrario mi investigación determinó que no existe relación directamente proporcional entre las variables calidad de servicio y satisfacción lo que concluyo que la significancia Real $0,423$ es mayor que $0,05$ ($0,423 > 0,05$)

Del mismo modo ocurrió con la tesis de Arce (2016) en su tesis: “Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza Hut en el centro comercial mega plaza lima; 2016 ya que esta investigación demostró que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el centro comercial mega plaza, lo que concluyo un nivel de correlación de Rho de Spearman de $0,000 < 0,05$ de lo contrario mi investigación determinó que no existe relación directamente proporcional entre las variables calidad de servicio y satisfacción lo que concluyo que la significancia Real $0,423$ es mayor que $0,05$ ($0,423 > 0,05$).

4.4. Discusión por conclusión

El objetivo principal de esta investigación determinó que no se cumplió por lo tanto no existe relación entre la calidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018, así como el de los objetivos específicos, de acuerdo a los resultados obtenidos estadísticamente.

Los resultados denotaron que no existe similitud con la tesis de Azanaran (2016), en su tesis: “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de El porvenir” ya que se concluyó que la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de usuario es favorable la cual afirma la hipótesis de la investigación.

De la misma forma con la tesis de García (2011), en su tesis: “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del banco Ripley s.a. agencia mall aventura plaza Trujillo”, ya que se concluyó que a calidad de servicio influye de manera significativa en la satisfacción de los clientes del Banco Ripley, agencia además que la calidad de servicios fue determinada entre las expectativas del cliente y como se evalúa los servicios Mall Aventura Plaza –Trujillo.

V. Conclusión

Con los objetivos planteados y la contratación de las hipótesis se llegaron a obtener las siguientes conclusiones:

5.1 Primera

Se determinó que no existe relación entre las variables Calidad de servicio y nivel de satisfacción, que es el objetivo general, la cual fue determinar la relación que existe directamente proporcional entre calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los jóvenes usuarios de la urbanización El Palomar, La victoria 2018.

5.2 Segunda

Se determinó que no existe relación entre la dimensión 1 “Capacidad de Respuesta” y variable 2 “Nivel de satisfacción” es el objetivo específico N° 1, el cual fue determinar la relación que existe directamente proporcional entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los jóvenes usuarios de la urbanización El Palomar La victoria.

5.3 Tercera

Se determinó que no existe relación entre la dimensión 2 “fiabilidad” y la variable 2 “nivel de satisfacción” que es el objetivo específico N° 2, el cual fue determinar la relación que existe directamente proporcional entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción de los jóvenes usuarios de la urbanización El Palomar La victoria.

5.4 Cuarta

Se determinó que no existe relación entre la dimensión 3 y variable 2 empatía y nivel de satisfacción que es el objetivo específico N° 3, el cual fue determinar la relación que existe directamente proporcional entre la empatía y el nivel de satisfacción de los jóvenes usuarios de la urbanización El Palomar La victoria.

5.5 Quinta

Se determinó que no existe relación entre la dimensión 4 y variable 2 Seguridad y nivel de satisfacción que es el objetivo específico N° 4, el cual fue determinar la relación que

existe directamente proporcional entre la seguridad y el nivel de satisfacción de los jóvenes usuarios de la urbanización El Palomar La victoria.

5.6 Sexta

Se determinó que no existe relación entre la dimensión 5 y variable elementos tangibles y nivel de satisfacción que es el objetivo específico N° 5, el cual fue determinar la relación que existe directamente proporcional entre los elementos tangibles y el nivel de satisfacción de los jóvenes usuarios de la urbanización El Palomar La victoria.

VI. Recomendación

Después de haber realizado el análisis de los resultados de este proyecto de investigación se propone las siguientes recomendaciones:

6.1 Primera

Teniendo en cuenta la conclusión general y en las variables se encuentran deficiencias el 98% de los usuarios jóvenes que cuentan con servicio de telefonía móvil nos dicen que casi siempre no reciben una buena calidad de servicio se recomienda , proponerse en cumplir los planes de acción para poder brindar una alta atención de calidad basándose en la capacidad de respuesta hacia los usuarios , así como implementar normas y políticas que ayuden a que el cliente se lleve una imagen agradable de nuestra empresa, estas políticas pueden estar enfocadas en la empatía que transmite el colaborador, la limpieza y aseo, la uniformidad, etc. todo ello con el fin de satisfacer las necesidades presentadas por los usuarios

6.2 Segunda

Se recomienda trabajar en la capacitación de los colaboradores para que así ellos puedan atender con más facilidad y rapidez a los usuarios, también dar a conocer las políticas de la empresa para que así puedan atender con mayor importancia los reclamos y quejas de los usuarios que llaman o asisten a la empresa.

6.3 Tercera

Se recomienda comprometernos a cumplir con información de parte de la empresa donde se prometen ciertos aspectos del servicio.. Ya que, con toda esta comunicación estamos generando un compromiso, por ello es muy importante ser cuidadosos con este aspecto, comprometernos para cumplir con la satisfacción del usuario.

6.4 Cuarta:

Se recomienda brindar charlas de motivación y paseos de integración periódicamente, con el fin de llevar un adecuado clima organizacional entre los colaboradores, ello es muy importante puesto que, cuando un colaborador se no se siente cómodo en su ambiente laboral no se siente comprometido con los objetivos de la organización y por ende no

brinda la atención adecuada a los usuarios, a la vez concientizar a cada uno de los colaboradores de que practiquen la asertividad a la hora de atender al usuario puesto que es a mejor manera de comprender sus necesidades.

6.5. Quinta:

Teniendo en cuenta que para la dimensión de elementos tangibles se encuentra deficiente, se recomienda, la modernización en la infraestructura de la empresa de telefonía móvil puesto que aparte de brindar comodidad a los usuarios también estarían brindando seguridad, Tanto la infraestructura como los colaboradores deben presentar una buena presencia puesto que en ello se aprecia el cuidado que tiene la empresa en temas de presencia, limpieza y aseo así también se recomienda una actualización sistemática en lo tecnológico puesto que en la actualidad la tecnología avanza muy rápido y cada vez se crean nuevas herramientas tecnológicas que pueden ayudar a atender con mayor eficiencia a los usuarios.

VII. Referencias

Aguirre (2015) calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015 (Tesis de licenciatura en Administración) Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/225/15-2015-EPAE-Inca%20Allcahuaman-Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfacion%20de%20los%20usuarios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arce (2016) Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza Hut en el centro comercial mega plaza lima; 2016. (Tesis de licenciatura en Administración) Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/uss/2707/CAROLINA-SOLEIDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Azanaran (2016) Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la municipalidad distrital de El porvenir (Tesis de licenciatura en Administración) Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5279/aznaranmeregildo_maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Corral (2010) *Diseño de cuestionarios para recolección de dato*. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n36/art08.pdf>

Dvoskin (2004) *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia* Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=FpvOL1kpfKoC&printsec=frontcover&dq=marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiV--tzInbAhUvrlkKHcxHC98Q6AEIJzAA#v=onepage&q=marketing&f=false>

García (2011) Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del banco Ripley s.a. agencia mall aventura plaza Trujillo (Tesis de Economista) Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia_g.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gonzales y Brea (2006) Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. su evaluación en el ámbito del turismo termal. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120878011>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. and Pilar Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. 6th ed. México: McGraw-Hill.

Klementova (2015) La medición y evaluación de la calidad del servicio a través de la satisfacción de los clientes. Recuperado de https://ac.els-cdn.com/S221256711500893X/1-s2.0-S221256711500893X-main.pdf?_tid=e6fa1823-cf5b-4aeb-8041-3964de7b9e92&acdnat=1526013305_c8dd9be2ae7434a2d18a5e51b173bd

Lee (2017) Los efectos de la calidad y la satisfacción del servicio médico coreano en la intención revisada de los pacientes patrocinados por el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos. Recuperado de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/80AB161FF3A341D07F3ED45B6B6271428BB7A85381AC0ED3F83D98D51B2BDB3B0F392FE1A3CD87441EC20D48D9E40963>

Miranda (2017) Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el banco internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017 (Tesis de licenciado en Administración) Recuperado de http://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/continental/3587/3/INV_FCE_CAN_TE_Miranda_Torres_2017.pdf.pdf

Pérez (1994) *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al cliente*. Recuperado de

https://books.google.com.pe/books?id=2ibhVMNE_EgC&pg=PA91&dq=satisfaccion+al+cliente+concepto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz8Ki24nbAhVHS60KHflrC9AQ6AEIJzAA#v=onepage&q=satisfaccion%20al%20cliente%20concepto&f=false

Shaw (1988) *Gestión de servicios: la consecución del éxito en empresas de servicios*. Recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?id=fBcY4AWAiyYC&printsec=frontcover&dq=servicios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwif4dHP04nbAhVoja0KHclC18Q6AEIJzAA#v=onepage&q=servicios&f=false>

Tamayo y Tamayo, Mario (1997) *El Proceso de la Investigación científica*. Editorial Limusa S.A. México.

Vera (2011) *Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca*. (Tesis de su licenciatura). Recuperado de

https://ac.els-cdn.com/S018610421371221X/1-s2.0-S018610421371221X-main.pdf?_tid=030ffbdcd75e-4dec-8076-28ee1fa5e4e8&acdnat=1526014249_df695e520db1b5c4cd01ba03c04fcc54

Vera y Trujillo (2015), *El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México*. Recuperado de

https://ac.els-cdn.com/S0186104216300419/1-s2.0-S0186104216300419-main.pdf?_tid=f01a8b17-6856-416b-9612-d31499cb6e0e&acdnat=1528617749_bc3bfb3aef161453641194d737a49cd0

Vivanco, M (2005). *Muestreo estadístico*. Santiago: Universitaria

Zeithaml, V., Parasuraman, A. and Berry, L. (2002). Calidad total en la gestión de servicios. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

ANEXO 01

FIGURA 00: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?	Determinar la relación de la calidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.	Existe relación directamente proporcional entre la calidad de servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, la victoria 2018.	Independiente Calidad de Servicio	Capacidad de respuesta	-rapidez -Solución del problema	Diseño de la Investigación No experimental de corte transversal Tipo de Investigación Aplicada Nivel de Investigación Descriptivo-correlacional Población 250 Muestra 50 Técnica de procesamiento de información Programa estadístico SPSS 24
				Fiabilidad	-Confianza - Desempeño laboral	
				Empatía	- Preocupación por los clientes -Necesidades del cliente -Atención individualizada -Buen trato	
				Seguridad	-Seguridad - Personal capacitado	
¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?	Determinar la relación entre la capacidad de respuesta del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.	Existe relación directamente proporcional entre la capacidad de respuesta del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.	Dependiente Satisfacción del Cliente	Elementos Tangibles	-Apariencia del personal -Equipos -Materiales - Infraestructura	
¿Cuál es la relación que existe entre la fiabilidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?	Determinar la relación entre la fiabilidad del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.	Existe relación directamente proporcional entre la fiabilidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.		Nivel de Satisfacción	-Cobertura -Promociones -Precio -Promociones de regalo -Renovación de equipo	
¿Cuál es la relación que existe entre la empatía del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?	Determinar la relación entre la empatía del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.	Existe relación directamente proporcional entre la empatía del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.				
¿Cuál es la relación que existe entre la seguridad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?	Determinar la relación entre la seguridad del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.	Existe relación directamente proporcional entre la seguridad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.				

<p>¿Cuál es la relación que existe entre los elementos tangibles del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018?</p>	<p>Determinar la relación entre los elementos tangibles del servicio de telefonía móvil y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.</p>	<p>usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.</p> <p>Existe relación directamente proporcional entre los elementos tangibles del servicio de telefonía móvil y e l nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria 2018.</p>				
---	---	--	--	--	--	--

ANEXO 2

Objetivo: Determinar la relación de la calidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción en los usuarios jóvenes, Urbanización El Palomar, La Victoria

El presente cuestionario tiene como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio de telefonía móvil y el nivel de satisfacción de los jóvenes usuarios de 18 a 24 años que residen en la Urbanización El Palomar, La Victoria.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

ITMS	PREGUNTAS	VALORACION				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera que la empresa cuenta con un servicio rápido?					
2	¿Considera que la empresa tiene la capacidad de resolver los problemas presentados en el servicio?					
3	¿Considera que los servicios ofrecidos de telefonía son de confianza?					
4	¿Está de acuerdo con el desempeño del personal de la empresa?					
5	¿Considera que la empresa se preocupa por sus clientes?					
6	¿Considera que la empresa conoce las necesidades del cliente?					

7	¿Considera que la empresa le brinda una atención individualizada?					
8	¿Considera que el personal brinda un buen trato a sus clientes?					
9	¿Considera seguro el servicio que brinda la empresa?					
10	¿Considera que el personal está capacitado para responder ante cualquier reclamo de los clientes?					
11	¿Considera usted que el personal tiene una buena presentación?					
12	¿Considera que la empresa ofrece equipos modernos a sus clientes?					
13	¿Está de acuerdo con los materiales que presenta la empresa para captar clientes?					
14	¿Considera que la empresa cuenta con una buena infraestructura?					
15	¿Considera que el servicio de telefonía cuenta con una buena señal?					
16	¿Estás de acuerdo con las promociones brindadas en la empresa?					
17	¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los planes?					
18	¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los equipos?					
19	¿Estás de acuerdo que la empresa implemente promociones de regalo?					
20	¿El tiempo de renovación de 1 año para cambiar tu equipo es el adecuado?					

ANEXO 3:

Lima ,27 junio del 2018

Estimado Dr.

(a).....
.....

Aprovecho la oportunidad para saludarte y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizare en la investigación denominada: "Calidad de servicio de telefonía y nivel de satisfacción de los usuarios jóvenes, La Victoria 2018".

Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems de los instrumentos de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted.



WENDOLY MUÑANTE GARCÍA

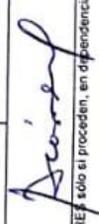
DNI: 72525693

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE LA OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CALIDAD DEL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES URBANIZACIÓN EL PALONAR, LA VICTORIA 2018".		ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OBSERVACIONES	
CALIDAD DE SERVICIO	CAPACIDAD DE RESPUESTA	RAPIDEZ	¿Considera que la empresa cuenta con un servicio rápido?	/		
		CAPACIDAD DE RESOLVER	¿Considera que la empresa tiene la capacidad de resolver los problemas presentados en el servicio?	/		
	FIABILIDAD	CONFIANZA	¿Considera que los servicios ofrecidos de telefonia son de confianza?	/		
		DESEMPEÑO LABORAL	¿Está de acuerdo con el desempeño del personal de la empresa?	/		
		PREOCUPACIÓN POR LOS CLIENTES	¿Considera que la empresa se preocupa por sus clientes?	/		
	EMPATIA	NECESIDADES DEL CLIENTE	¿Considera que la empresa conoce las necesidades del cliente?	/		
		ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA	¿Considera que la empresa le brinda una atención individualizada?	/	NUNCA	
		BUEN TRATO	¿Considera que el personal brinda un buen trato a sus clientes?	/	CASI NUNCA A VECES	
	SEGURIDAD	SEGURIDAD	¿Considera seguro el servicio que brinda la empresa?	/	CASI SIEMPRE	
		PERSONAL CAPACITADO	¿Considera que el personal está capacitado para responder ante cualquier reclamo de los clientes?	/	SIEMPRE	
APARIENCIA DEL PERSONAL		¿Considera que el personal tiene una buena presentación?	/			
ELEMENTOS TANGIBLES	EQUIPOS	¿Considera que la empresa ofrece equipos modernos a sus clientes?	/			
	MATERIALES	¿Está de acuerdo con los materiales que presenta la empresa para captar clientes?	/			
	INFRAESTRUCTURA	¿Considera que la empresa cuenta con una buena infraestructura?	/			
	COBERTURA AMPLIA	¿Considera que el servicio de telefonia cuenta con una buena señal?	/			
	PROMOCIONES	¿Está de acuerdo con las promociones brindadas en la empresa?	/			
SATISFACCION	PRECIOS	¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los planes?	/			
	PROMOCIONES DE REGALO	¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los equipos?	/			
	RENOVACION DE EQUIPO	¿Está de acuerdo que la empresa implemente promociones de regalo?	/			
Firma del experto:			Fecha: 02/12/2018			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES sólo se procesan, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE LA OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CALIDAD DEL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES URBANIZACIÓN EL PALOMAR, LA VICTORIA 2018".							
Apellidos y nombres del investigador: M ^{CS} SANTE GARCÍA, Wendoly Carolina							
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. CAROLINA SAALVEDRA AGUIAR</u>							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
CALIDAD DE SERVICIO	CAPACIDAD DE RESPUESTA	RAPIDEZ	¿Considera que la empresa cuenta con un servicio rápido?	NUNCA CASI NUNCA A VECES CASI SIEMPRE SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>		
		CAPACIDAD DE RESOLVER	¿Considera que la empresa tiene la capacidad de resolver los problemas presentados en el servicio?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	FIABILIDAD	CONTIANZA	¿Considera que los servicios ofrecidos de telefonía son de confianza?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		DESEMPEÑO LABORAL	¿Está de acuerdo con el desempeño del personal de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		PREOCUPACION POR LOS CLIENTES	¿Considera que la empresa se preocupa por sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		NECESIDADES DEL CLIENTE	¿Considera que la empresa conoce las necesidades del cliente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	EMPATIA	ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA	¿Considera que la empresa le brinda una atención individualizada?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		BUEN TRATO	¿Considera que el personal brinda un buen trato a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		SEGURIDAD	¿Considera seguro el servicio que brinda la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		PERSONAL CAPACITADO	¿Considera que el personal está capacitado para responder ante cualquier reclamo de los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
ELEMENTOS TANGIBLES	APARIENCIA DEL PERSONAL	¿Considera usted que el personal tiene una buena presentación?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	EQUIPOS	¿Considera que la empresa ofrece equipos modernos a sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	MATERIALES	¿Está de acuerdo con los materiales que presenta la empresa para captar clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	INFRAESTRUCTURA	¿Considera que la empresa cuenta con una buena infraestructura?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	COBERTURA AMPLIA	¿Considera que el servicio de telefonía cuenta con una buena señal?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	PROMOCIONES	¿Está de acuerdo con las promociones brindadas en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>				
SATISFACCIÓN	PRECIOS	¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los planes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	PROMOCIONES DE REGALO	¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los equipos?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	RENOVACION DE EQUIPO	¿Está de acuerdo que la empresa implemente promociones de regalo?	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto:			Fecha: <u>03/12/18</u>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES sólo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE LA OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "CALIDAD DEL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES URBANIZACIÓN EL PALOMAR, LA VICTORIA 2018".		ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	OBSERVACIONES
CALIDAD DE SERVICIO	CAPACIDAD DE RESPUESTA	RAPIDEZ	¿Considera que la empresa cuenta con un servicio rápido?	NUNCA CASI NUNCA A VECES CASI SIEMPRE SIEMPRE	
		CAPACIDAD DE RESOLVER	¿Considera que la empresa tiene la capacidad de resolver los problemas presentados en el servicio?		
	FIABILIDAD	CONFIANZA	¿Considera que los servicios ofrecidos de telefonia son de confianza?		
		DESEMPEÑO LABORAL PREOCCUPACION POR LOS CLIENTES	¿Esta de acuerdo con el desempeño del personal de la empresa? ¿Considera que la empresa se preocupa por sus clientes?		
	EMPATIA	NECESIDADES DEL CLIENTE	¿Considera que la empresa conoce las necesidades del cliente?		
		ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA	¿Considera que la empresa le brinda una atención individualizada? ¿Considera que el personal brinda un buen trato a sus clientes? ¿Considera seguro el servicio que brinda la empresa?		
	SEGURIDAD	BUEN TRAYO			
		SEGURIDAD			
	ELEMENTOS TANGIBLES	PERSONAL CAPACITADO			
		AFILIENCIA DEL PERSONAL			
EQUIPOS		¿Considera usted que el personal tiene una buena presentación? ¿Considera que la empresa ofrece equipos modernos a sus clientes?			
MATERIALES		¿Esta de acuerdo con los materiales que presenta la empresa para captar clientes?			
NIVEL DE SATISFACCIÓN	INFRAESTRUCTURA	COBERTURA AMPLIA	¿Considera que la empresa cuenta con una buena infraestructura? ¿Considera que el servicio de telefonia cuenta con una buena señal?		
		PROMOCIONES	¿Esta de acuerdo con las promociones brindadas en la empresa?		
		PRECIOS	¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los planes? ¿Considera que la empresa brinda precios accesibles con respecto a los equipos?		
	PROMOCIONES DE REGALO		¿Esta de acuerdo que la empresa implemente promociones de regalo?		
		RENOVACION DE EQUIPO	¿El tiempo de renovación de 1 año para cambiar tu equipo es el adecuado?		
	Firma del experto:	 Fecha: 03-12-2018			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES sólo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Yo, DÍAZ SAUCEDO, SEVERINO ANTONIO, docente de la Facultad ciencias empresariales y Escuela Profesional de administración de la Universidad César Vallejo - Lima Norte, revisor de la tesis titulada.

“CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JOVENES, URBANIZACIÓN EL PALOMAR, LA VICTORIA 2018.” de la estudiante WENDOLY MUÑANTE GARCIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **25 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.



Lima, 03 de diciembre del 2018



.....
Firma

Dr. DÍAZ SAUCEDO, SEVERINO ANTONIO

DNI: 07162975

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

25 %

1	apps.w.lateveveras	Fuente de Internet	1 %
2	Entregado a Universida...	Trabajo de estudiante	1 %
3	repositorio.ujcm.edu.pe	Fuente de Internet	1 %
4	www.aedem-virtual.com	Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.autonomia.e...	Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.ugv.edu.pe	Fuente de Internet	1 %
7	Entregado a Universida...	Trabajo de estudiante	1 %
8	repositorio.unherval.edu...	Fuente de Internet	1 %
9	cybertesis.unmami.edu...	Fuente de Internet	1 %
10	repositorio.uncp.edu.pe	Fuente de Internet	1 %
11	itzamaa.bnct.ipn.mx	Fuente de Internet	1 %
12	dspace.unitu.edu.pe	Fuente de Internet	1 %
13	biblioteca2.ucate.edu.ve	Fuente de Internet	1 %



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES. URBANIZACIÓN EL PALOMAR, LA VICTORIA 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Autor:
 MC. NANTE GARCÍA, WENDOLY CAROLINA

Asesor:
 DR. DÍAZ SACUCEDO SEVERINO ANTONIO

Línea de Investigación:
 MARKETING

LIMA-PERÚ
 2018





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES, URBANIZACIÓN EL
PALOMAR, LA VICTORIA 2018.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**



Autor:

MUÑANTE GARCÍA, WENDOLY CAROLINA

Asesor:

Dr. DIAZ SACUCEDO SEVERINO ANTONIO

Línea de Investigación:

MARKETING

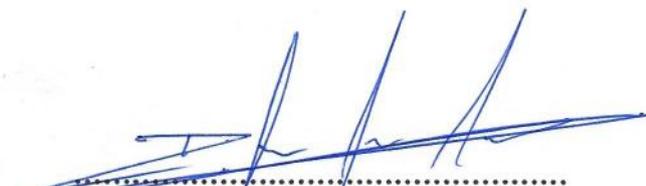
LIMA-PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(ña) Wendoly Carolina Muñante García cuyo título es: "CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES, URBANIZACIÓN EL PALOMAR, LA VICTORIA 2018."

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 11 (número) once (letras).

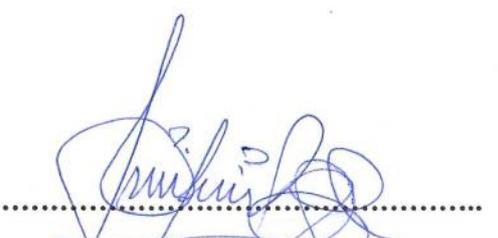
Lugar y fecha: 29 de noviembre del 2018



.....
Dr. Iván Orlando Tantaleán Tapia
PRESIDENTE



.....
Mg. Carlos Antonio Casma Zárate
SECRETARIO



.....
Dr. Díaz Saucedo Severino Antonio
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN – SEDE LIMA NORTE, A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA EL:

Sr. WENDOLY CAROLINA MUÑANTE GARCIA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TÍTULADO:

“CALIDAD DE SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS JÓVENES, URBANIZACIÓN EL PALOMAR LA VICTORIA 2018”

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO Y/O TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION EMPRESARIAL

SUSTENTADO EN FECHA : 29 de noviembre del 2018

NOTA O MENCIÓN : 11 (once)



[Handwritten signature]
Dr. Iván Orlando Tartalean Tapia

Coordinador de Investigación de la IP de Administración