



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**EL FACTOR DE SERVICIO AL CLIENTE DE CAFETERIAS
ALTOMAYO Y LA INFLUENCIA EN LA PREFERENCIA DE LOS
CONSUMIDORES, LIMA 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:

VILLAR NAUCAPOMA, CAROL MISHELL

ASESOR:

DR. SAAVEDRA GONZALES, RAFAEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Lima – Perú

2016

Página del jurado

.....

CÈSAR SMITH
PRESIDENTE

.....

ELENISA UBIDIA
SECRETARIO

.....

FERNANDO ROSSI
VOCAL

La presente tesis está dedicada a mis abuelos y mi madre Lucy Naucapoma, quienes me brindaron su apoyo incondicional y serán siempre el motivo de mis triunfos.

Agradezco de manera especial a mis docentes asesores, por su guía, tiempo y conocimiento brindado. A todas las personas que de una u otra forma hicieron posible la elaboración de esta tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Carol Mishell Villar Naucapoma con DNI N° 48159508, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, Setiembre del 2016

Carol Mishell Villar Naucapoma

Señores miembros del Jurado: En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El factor de servicio al cliente de Cafeterías Altomayo y la influencia en la preferencia de los consumidores, Lima 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Carol Mishell Villar Naucapoma.

ÍNDICE

Carátula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	viii
I. Introducción	10
a. Realidad problemática	
b. Trabajos previos	
c. Teorías relacionadas al tema	
d. Justificación del estudio	
e. Formulación del problema	
f. Objetivos	
g. Hipótesis	
II. Método	21
a. Enfoque	
b. Tipo	
c. Nivel	
d. Diseño Metodológico	
III. Resultados	27
IV. Discusión	58
V. Conclusiones	59
VI. Recomendaciones	60
VII. Referencias bibliográficas	61

RESUMEN

En la presente investigación se planteo el siguiente problema ¿De qué manera el factor de servicio al cliente de cafeterías Altomayo influye en la preferencia de los consumidores, en adultos de 28 a 35 años de edad, del establecimiento ubicado en el Jockey Plaza, Lima 2016? Asimismo, como principal objetivo se identifico la influencia que existe entre una variable y otra, se utilizo la técnica de recolección de datos y la encuesta como instrumento con un factor de validación de 91% y confiabilidad de 0.76%. Por lo expuesto, se concluyó que el servicio al cliente de cafetería Altomayo si influye en la preferencia de los consumidores del establecimiento ubicado en el Jockey Plaza, Lima 2016. El cual está comprobado por el dato cuantitativo del chi cuadrado.

Palabras claves: Servicio al cliente y preferencia del consumidor.

ABSTRACT

In the present investigation the following problem was raised: In what way the customer service factor of Altomayo coffee shops influences the preference of the consumers, in adults between 28 and 35 years of age, of the establishment located in the Jockey Plaza, Lima 2016? Also, the main objective was to identify the influence that exists between one variable and another, the data collection technique and the survey were used as an instrument with a validation factor of 91% and reliability of 0.76%. Based on the above, it was concluded that the Altomayo cafeteria customer service does influence the consumers preference of the establishment located in the Jockey Plaza, Lima 2016. This is verified by the quantitative data of the chi square.

Key words: Customer service and consumer preference.