



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DISCOTECA
BASS DISCO, CHICLAYO, 2018**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

**Bach. Tineo Reyes, Pedro Ladimir
<https://orcid.org/0000-0002-7403-3564>)**

Asesor:

**Dr. Echeverría Jara, José Foción
<https://orcid.org/0000-0002-7403-3564>)**

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

**Pimentel – Perú
2022**

Aprobación del jurado

**TESIS
CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DISCOTECA BASS DISCO,
CHICLAYO, 2018**

Asesor :

Dr. Echeverría Jara, José Foción

Presidente :

Dr. García Yovera Abraham José

Secretaria :

Mg. Falla Gómez Carolina de Lourdes

Vocal :

Mg. Silva Gonzales Liset Sugeily

Dedicatoria

Dedico principalmente este trabajo a Dios, por ser el inspirador y me da fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

Asimismo, a mis padres, por su amor, comprensión, trabajo y sacrificio en todos estos años de estudio, ellos fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida personal.

A mis hermanas por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa universitaria.

Asimismo, de manera especial a mi novia por su amor permanente, cariño y comprensión.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que este trabajo se realice con éxito en especial a mi profesor Echeverría Jara, José Foción, por sus enseñanzas y comprensión en todo momento.

Pedro

Agradecimiento

Quiero agradecer en primer lugar a Dios, por guiarme en el camino y fortalecerme espiritualmente para empezar un camino lleno de éxito.

Así mismo gracias a mi novia por entenderme en todo momento y ser el apoyo incondicional en mi vida, es la felicidad encajada en una sola persona, fue mi todo reflejado en otra persona a la cual yo amo demasiado y por la cual estoy dispuesto a enfrentar todo y en todo momento

A mis compañeros, quienes a través de tiempo fuimos fortaleciendo una amistad y creando una familia, muchas gracias por toda su colaboración, por compartir experiencias, alegrías, frustraciones, llantos, tristezas, peleas, celebraciones y múltiples factores que ayudaron a que hoy seamos como una familia.

Por último, quiero agradecer a la base de todo, a mi familia, en especial a mis padres, quienes con sus consejos fueron el motor de arranque y mi constante motivación, muchas gracias por su paciencia, su comprensión y sobre todo por su amor.

Pedro

Resumen

En la presente investigación titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018”, misma que presentó como principal problemática ¿Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario? Por ello se planteó como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco , teniendo como objetivos específicos: Analizar la calidad de servicio, Medir el nivel de satisfacción del usuario, Identificar la relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario, Identificar la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario, Identificar la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario, Identificar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del usuario y finalmente Identificar la relación existente entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2019. Para la ejecución de la investigación, ésta tuvo que tomar un nivel de tipo descriptivo y un diseño no experimental de enfoque transversal. Así mismo se utilizó como herramienta de recolección al cuestionario, el cual fue aplicado a los trabajadores de la discoteca Bass disco. La investigación concluyó que, existe una relación positiva y significativa entre la Calidad de servicio y la Satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

Palabras claves: Calidad de servicio, Satisfacción del usuario y Discoteca Bass.

Abstract

In this research entitled "Quality of service and its relationship with user satisfaction at the disco Bass Disco, Chiclayo, 2018", which presented as the main problem Is there a relationship between quality of service and user satisfaction? Therefore, the general objective was: Determine the relationship between the quality of service and user satisfaction in the disco Bass Disco, having as specific objectives: Analyze the quality of service, Measure the level of user satisfaction, Identify the existing relationship between the tangible elements and user satisfaction, Identify the relationship between reliability and user satisfaction, Identify the relationship between responsiveness and user satisfaction, Identify the relationship between security and user satisfaction and finally, to identify the relationship between empathy and user satisfaction in the disco Disco Bass, Chiclayo, 2019. For the execution of the research, it had to take a level of descriptive type and a non-experimental design with a transversal focus. Likewise it was used as a collection tool to the questionnaire, which was applied to the workers of the disc disco Bass. The research concluded that there is a positive and significant relationship between Quality of Service and User Satisfaction in the disco Bass Disco, Chiclayo, 2018.

Keywords: Quality of service, User satisfaction and Bass disco.

Índice general

Aprobación del jurado.....	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Índice general.....	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	xi
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad problemática.	14
1.2. Trabajos previos.	16
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	26
1.4. Formulación del Problema.	37
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	38
1.6. Hipótesis	39
1.7. Objetivos.....	40
1.7.1. Objetivo general.....	40
1.2.1. Objetivos específicos.....	40
II. MATERIAL Y MÉTODO	41
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	41
2.2. Población y muestra	42
2.3. Variables, Operacionalización.	42
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	45
2.5. Procedimiento de análisis de datos.	47
2.6. Aspectos éticos.....	47
2.7. Criterios de rigor científico.	48
III. RESULTADOS.....	50
3.1. Tablas y Figuras	50
3.2. Discusión de Resultados.	94
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
REFERENCIAS	104
ANEXOS	110

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable calidad de servicio.	43
Tabla 2. Operacionalización de la variable Satisfacción del usuario.	44
Tabla 3. Criterios de confiabilidad	47
Tabla 4. Criterios de Rigor científico.....	48
Tabla 5. Contrastación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario	50
Tabla 6. La infraestructura exterior de la discoteca es atractiva.....	51
Tabla 7. Los espacios al interior del local están bien acondicionados.....	52
Tabla 8. El equipo de sonido utilizado para la ambientación, es de calidad.....	53
Tabla 9. La cantina o servicio de barra está bien surtido.	54
Tabla 10. La discoteca cuenta con herramientas para comunicarse con el personal de contacto	55
Tabla 11. Es fácil tener acceso de comunicación con el personal de contacto	56
Tabla 12. Las promociones, comunicadas a través de publicidad, son cumplidas como tal.....	57
Tabla 13. El servicio brindado por la discoteca es el que se difunde en sus propagandas.....	58
Tabla 14. Asiste usted regularmente a la discoteca.	59
Tabla 15. Las experiencias vividas con el servicio ofrecido en el establecimiento son en su mayoría positivas.	60
Tabla 16. El personal de servicio está capacitado para atender dudas y reclamos por parte de los usuarios	61
Tabla 17. Considera usted que el personal de contacto de la discoteca cuenta con previa experiencia con respecto a la atención al público.....	62
Tabla 18. El personal dedicado a la atención al público se muestra receptivo ante cualquier inquietud por parte de los usuarios.	63
Tabla 19. Considera que el personal de atención es dinámico y constantemente se muestra servicial.....	64
Tabla 20. El local cuenta con ambientes seguros ante cualquier desastre.	65
Tabla 21. Existen herramientas y equipos de seguridad y primeros auxilios dentro de las instalaciones.	66
Tabla 22. Considera que la discoteca cuenta con personal especializado en primeros auxilios.....	67

Tabla 23. Piensa que la discoteca cuenta con un servicio externo ante cualquier emergencia.....	68
Tabla 24. Independientemente de la zona donde se encuentre el usuario, el personal de servicio brinda atención personalizada.	69
Tabla 25. Considera que las zonas exclusivas, como VIP, cuentan con un servicio preferencial.....	70
Tabla 26. El personal se muestra disponible ante cualquier sugerencia o queja.	71
Tabla 27. El personal de contacto muestra una adecuada forma de responder ante las inquietudes y solicitudes por parte de los usuarios.....	72
Tabla 28. Las referencias acerca de la discoteca que recibe, en su mayoría, son positivas.....	73
Tabla 29. Consideraría, el recomendar la asistencia a dicho establecimiento	74
Tabla 30. Piensa usted recomendar a la discoteca, en general, como una prestadora de un servicio de calidad.	75
Tabla 31. Constantemente asiste a lugares de entretenimiento como discotecas o bares.	76
Tabla 32. Considera que la discoteca cumplió con lo esperado.....	77
Tabla 33. El servicio recibido dentro del local le permitió satisfacer sus necesidades.	78
Tabla 34. Considera el asistir nuevamente a la discoteca.	79
Tabla 35. Por lo general, cuando asiste al local, pretende permanecer el mayor tiempo posible	80
Tabla 36. Constantemente asiste a la discoteca porque el servicio ofrecido, en general, es de su agrado.	81
Tabla 37. Es posible entablar comunicación con los directivos del establecimiento.	82
Tabla 38. Consideraría el recomendar mejoras a los directivos sobre el servicio brindado.....	83
Tabla 39. Tiene usted experiencias positivas con respecto al trato brindado por el encargado o administrador del establecimiento.	84
Tabla 40. El trato brindado por el personal fue de su agrado.....	85
Tabla 41. La ambientación dentro de la discoteca fue agradable para usted.	86

Tabla 42. En general, considera usted que el servicio tanto a nivel de infraestructura y de atención fue satisfactorio.	87
Tabla 43. Mientras se encontraba en el local, el personal de contacto se mostró receptivo.	88
Tabla 44. Cuando hizo uso del servicio de cantina o barra, el personal de contacto le brindó la atención requerida.	89
Tabla 45. Al momento de abandonar el local, considera que sus necesidades fueron satisfechas y que tuvo una buena experiencia.	90
Tabla 46. Relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario.....	91
Tabla 47. Relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario	91
Tabla 48. Relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario.....	92
Tabla 49. Relación existente entre la seguridad y la satisfacción del usuario	93
Tabla 50. Relación existente entre la empatía y la satisfacción del usuario.....	93

Índice de figuras

Figura 1. La infraestructura exterior de la discoteca es atractiva.	51
Figura 2. Los espacios al interior del local están bien acondicionados	52
Figura 3. El equipo de sonido utilizado para la ambientación, es de calidad.	53
Figura 4. La cantina o servicio de barra está bien surtido	54
Figura 5. La discoteca cuenta con herramientas para comunicarse con el personal de contacto	55
Figura 6. Es fácil tener acceso de comunicación con el personal de contacto.....	56
Figura 7. Las promociones, comunicadas a través de publicidad, son cumplidas como tal.....	57
Figura 8. El servicio brindado por la discoteca es el que se difunde en sus propagandas.....	58
Figura 9. Asiste usted regularmente a la discoteca.....	59
Figura 10. Las experiencias vividas con el servicio ofrecido en el establecimiento son en su mayoría positivas.	60
Figura 11. El personal de servicio está capacitado para atender dudas y reclamos por parte de los usuarios	61
Figura 12. Considera usted que el personal de contacto de la discoteca cuenta con previa experiencia con respecto a la atención al público.....	62
Figura 13. El personal dedicado a la atención al público se muestra receptivo ante cualquier inquietud por parte de los usuarios.	63
Figura 14. Considera que el personal de atención es dinámico y constantemente se muestra servicial.....	64
Figura 15. El local cuenta con ambientes seguros ante cualquier desastre.....	65
Figura 16. Existen herramientas y equipos de seguridad y primeros auxilios dentro de las instalaciones.	66
Figura 17. Considera que la discoteca cuenta con personal especializado en primeros auxilios.....	67
Figura 18. Piensa que la discoteca cuenta con un servicio externo ante cualquier emergencia.....	68
Figura 19. Independientemente de la zona donde se encuentre el usuario, el personal de servicio brinda atención personalizada.	69

Figura 20. Considera que las zonas exclusivas, como VIP, cuentan con un servicio preferencial.....	70
Figura 21. El personal de muestra disponible ante cualquier sugerencia o queja.	71
Figura 22. El personal de contacto muestra una adecuada forma de responder ante las inquietudes y solicitudes por parte de los usuarios.....	72
Figura 23. Las referencias acerca de la discoteca que recibe, en su mayoría, son positivas.....	73
Figura 24. Consideraría el recomendar la asistencia a dicho establecimiento	74
Figura 25. Piensa usted recomendar a la discoteca, en general, como una prestadora de un servicio de calidad.	75
Figura 26. Constantemente asiste a lugares de entretenimiento como discotecas o bares.	76
Figura 27. Considera que la discoteca cumplió con lo esperado.	77
Figura 28. El servicio recibido dentro del local le permitió el satisfacer sus necesidades.	78
Figura 29. Considera el asistir nuevamente a la discoteca	79
Figura 30. Por lo general, cuando asiste al local, pretende permanecer el mayor tiempo posible	80
Figura 31. Constantemente asiste a la discoteca porque el servicio ofrecido, en general, es de su agrado.....	81
Figura 32. Es posible entablar comunicación con los directivos del establecimiento.	82
Figura 33. Consideraría el recomendar mejoras a los directivos sobre el servicio brindado.....	83
Figura 34. Tiene usted experiencias positivas con respecto al trato brindado por el encargado o administrador del establecimiento.	84
Figura 35. El trato brindado por el personal fue de su agrado.....	85
Figura 36. La ambientación dentro de la discoteca fue agradable para usted.	86
Figura 37. En general, considera usted que el servicio tanto a nivel de infraestructura y de atención fue satisfactorio.	87
Figura 38. Mientras se encontraba en el local, el personal de contacto se mostró receptivo.....	88

Figura 39. Cuando hizo uso del servicio de cantina o barra, el personal de contacto le brindó la atención requerida.	89
Figura 40. Al momento de abandonar el local, considera que sus necesidades fueron satisfechas y que tuvo una buena experiencia.	90

I.INTRODUCCIÓN

1.1.Realidad problemática.

Actualmente, las compañías prestadoras de servicios se hallan enfocadas en lograr ofrecer un mejor y óptimo servicio hacia sus clientes, esto, a través del empleo de estrategias y lineamientos, los cuales, son previamente establecidos en base a las necesidades que esta posea y a las metas que se deseen lograr. Así mismo, las organizaciones pertenecientes a este rubro, pretenden el brindar una mejor experiencia a sus usuarios, esto, debido a que la calidad del servicio ofrecido es imprescindible en relación a poder recibir opiniones y críticas que logren posicionar el buen desempeño de la empresa, otorgándole así, mayor posicionamiento en el mercado (Gutierrez, 2017, pág. 1).

Así mismo, la calidad del servicio incluye a aquellos patrimonios que tienen la capacidad de cumplir con las carencias que tienen los clientes, los cuales de caracterizan en base a su contenido, pudiendo ser estos palpables e impalpables; en donde los bienes palpables acostumbran a ser reconocidos con los nombres de los productos y cuentan con una firmeza física; tratándose de entes corporales los que tienen un uso por el usuario que da una solución a la carencia poseída. Por su parte aquellos que son impalpables son denominados, de manera general, como los servicios y la estructura que ellos poseen son etérea; tratándose de actuaciones recibidas por los clientes y mediante las que tiene la habilidad de solucionar problemáticas y necesidad propias. Generalmente, es posible comprender ya sea por un producto palpable como uno impalpable (Salazar & Cabrera, 2016, págs. 13-14).

Por su parte, la satisfacción del usuario es un factor de vital importancia para las organizaciones dedicadas a los préstamos de servicios, esto, debido a que mediante este, es que se logra medir e identificar como es que la empresa emplea las herramientas poseídas y, a su vez, como es que realiza los procedimientos internos poseídos, los cuales, dan como resultado la apreciación final por parte de los individuos que hicieron uso de sus servicios, los cuales posterior a ello,

brindarán su respectiva apreciación por lo obtenidos, pudiendo ser esta tanto positiva como contraria (Calidad & Gestión, 2014, págs. 1-2).

A nivel nacional, el sector referido a la prestación de servicios es amplio, abarcando ciertos puntos específicos tales como educación, salud, transporte, comunicación, etc. Así mismo, se resalta el hecho de que son más las experiencias negativas que las positivas, para las cuales, lo que se pretende es dar un vuelco a esa situación; todo ello, a través de la introducción de programas que logren mejorar ciertas actitudes presentadas por el factor persona, actitudes como liderazgo, guías y esquemas de gestión adecuados (Diario Gestión, 2014, págs. 1-2)

En referencia con ello, la calidad sobre los servicios es percibida por los usuarios como un factor imprescindible al momento de optar por alguna u otra empresa prestadora de estos, siendo así que los consumidores optan por aquella opción en la cual ofrezcan una asistencia personal, con una llamativa oferta llena de promociones y precios más accesibles, con bonos y regalos extra por cierta cantidad de consumo y beneficios adicionales por ser clientes de la empresa; todas estas estrategias sirven no solo en la captación de atención sobre posibles consumidores en potencia, sino también permiten el fijarse en la mente de estos, brindándoles facilidades que permitan de una u otra forma obtener mucho más que la satisfacción de sus necesidades; en donde, posteriormente, las empresas prestadoras de servicio puedan con sus estrategias lograr establecerse y obtener un lugar con mayor privilegio en el mercados con relación a sus competidores (García, 2017, págs. 1-2).

Así mismo, se evidencia que, el consumidor peruano, con el transcurso del tiempo se ha vuelto mucho más exigente, esto, con respecto a elementos ya sea la calidad sobre el producto o los servicios obtenidos; esto, debido a que actualmente el consumidor se encuentra mucho más informado y, adicionalmente, posee muchos otros sustitutos, en donde, a su vez, este realiza una comparación de estos, midiendo sus cualidades y la satisfacción de sus necesidades. Se establece, además, que existen algunos rubros que lideran el sector de la

prestación de servicios, tales como las clínicas privadas, cadenas de farmacias y los cines (Comercio, 2016).

En la ciudad de Chiclayo, existen varias empresas dedicadas al sector servicio, entre las cuales, al rubro de entretenimiento es de lo más frecuentados, referido a las discotecas de la ciudad. Si bien existen varios de estos establecimientos, el presente estudio se enfocó en el caso de la discoteca Bass Disco, la cual se encuentra ubicada en el centro de Chiclayo. Dicho local, presenta una vistosa e innovadora infraestructura, la cual resalta entre el resto de locales; sin embargo, se evidencia que la asistencia ha ido disminuido con el transcurso de los días, es decir, la afluencia de usuarios al establecimiento ha disminuido y no es constante (comparada con otros días); lo que los dueños consideran que existen aspectos en su servicio que está provocando la poca asistencia de los clientes, quizá pudiera ser tema de ambientación, trato por parte del personal, la capacidad que tiene el personal para entender al cliente, la música ofrecida o los productos que ofrecen, puesto que están observando que los clientes están prefiriendo ir a discotecas de la competencia. De continuar este precedente conllevará a que cada vez más exista ausencia de clientes al local lo que terminará con cada vez menos ingresos y un posterior cese del local.

El actual estudio proyecta determinar cuál es la relación entre la calidad del servicio ofrecido por la discoteca Bass Disco y la satisfacción de los usuarios, esto, para evidenciar cuales son los factores que influyen estos, así como la capacidad de la empresa para responder ante la problemática acontecida y las estrategias que la esta emplea para contrarrestar resultados negativos.

1.2. Trabajos previos.

1.2.1. Internacional.

Villalba (2016). Con el trabajo investigativo titulado: Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y Q restaurant, y sugerencias de mejora; para el cual, estableció el objetivo principal de estudiar la calidad en el servicio y la asistencia hacia los clientes en los tres bares y

restaurants antes mencionados. El tipo de investigación a la que correspondió el proyecto de estudio fue el cuantitativo; de igual manera, con nivel descriptivo y de diseño no experimental; así mismo, la población fue compuesta por los miembros del personal que labora en los mencionados negocios y la muestra fue censal, por lo que se consideró a la misma cantidad que en la población. Al final del proceso de recopilación y análisis de la información obtenida, el investigador concluyó que: Es necesaria la elaboración de una propuesta que sirva de guía para los trabajadores de los negocios estudiados; esto, con el propósito de brindar las pautas y lineamientos necesarios para que logren cumplir con los objetivos propuestos por las empresas en cuanto a la atención y satisfacción de sus clientes.

Vega (2016) con el estudio que tienen por título: Calidad del servicio y lealtad del cliente de los Bares del Cantón Baños, provincia de Tungurahua; en el cual, tuvo como objetivo principal el examinar la aptitud que posee el servicio y lealtad de la cliente en bares de la mencionada localidad; utilizó para ello un estudio del tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, contando a su vez con diseño no experimental – transversal. Para la población, fue tomada en cuenta la cantidad total de habitantes de la localidad, haciendo un total de 159199 y la muestra estuvo conformada por 245 individuos. Luego del examen sobre los resultados conseguidos en base a información recopilada mediante los instrumentos aplicados, el investigador concluyó: Para conseguir un nivel elevado en fiabilidad y lealtad por parte de los usuarios, es importante que los bares cuenten con un buen desempeño en cuanto a la atención brindada a los clientes; adicionalmente, proporcionando pautas y guías para mejorar el trato ofrecido por parte del personal de contacto.

Fuentes (2017). En su trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de calidad del servicio para "Mi Quinta Restaurante" de la parroquia de Calderón, Cantón Quito; cuyo propósito general se trató de medir la calidad en el servicio ofrecido por mencionado establecimiento; en donde, para dar respuesta a ello, se procedió a emplear un estudio del tipo cuantitativo, con nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal. Para el proyecto de estudio la población estuvo

conformada por los clientes mensuales, haciendo un total de 863 y la muestra la conformaron un total de 200 sujetos. Seguido al análisis de las informaciones conseguidas por medios de los instrumentos administrados, el investigador concluyó que: Resulta necesario un adecuado análisis de los puestos asignados, así como de un buen proceso de selección del personal; además, se valora mucho lo relacionado al diseño de la infraestructura, pudiendo esta ser atractiva y cómoda para los clientes.

Muñoz (2017). En su trabajo de investigación titulado: Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas; cuyo objetivo general fue el analizar la calidad sobre el servicio brindado por parte de los empleados en mencionada empresa; donde, para lograr dar respuesta al objetivo planteado, el investigador procedió a realizar un estudio del tipo inductivo - deductivo, con nivel descriptivo – exploratorio y diseño no experimental. Fue compuesta la población por 190 individuos considerados entre colaboradores y ciudadanos y la muestra estuvo conformada por un total de 130 sujetos. El investigador, seguido a la examinación sobre los resultados logrados, concluyó: El factor predominante relacionado a la calidad con referencia al servicio brindado, el compromiso evidenciado por colaboradores; así mismo, considerando también la capacidad de respuesta de estos en el cumplimiento de requerimientos por parte de los clientes.

Nieto (2016). En su trabajo de investigación titulado: Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca; y, propuesta de diseño del modelo servqual para: Hotel Zahir 360”, año 2015; consideró el establecer como objetivo principal el establecer las fallas en el prestamos de servicios y contar con la potestad para instituir las medidas a este; en donde, para conseguir adquirir las informaciones pertinentes y su adecuado progreso, el investigador procedió en aplicar un investigación con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental. Se compuso la población de los hoteles cuatro estrellas en la localidad aludida y la muestra de la tipología censal, debido a ello la muestra consideró una cantidad igual a la de la población. Llegando a concluir, de aquellos elementos que más resaltan, los cuales son valorados por los clientes, se encuentran los elementos tangibles, la habilidad de

réplica de los miembros del personal ante requerimientos por los clientes, claridad de la atención y el trato recibido por parte del personal de contacto.

Huentelicán (2017). En su trabajo de investigación titulado: Aplicación de modelo servqual y teoría psicológica de colas para la mejora de la calidad del servicio del Casino de la Universidad Austral de Chile, Sede Puerto Montt; para el cual, estableció el objetivo principal de proponer soluciones a la empresa responsable del servicio de alimentación de la mencionada institución; para lo cual, se procedió a establecer un estudio del tipo cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo. Se compuso la población por la empresa encargada de brindar el servicio y la muestra fue el personal perteneciente a esta. En base al examen sobre los resultados conseguidos, concluyó: de los elementos de mayor relevancia y en los que se encontraron más insatisfacciones por parte de los clientes fueron la fiabilidad y habilidad para la respuesta; por otro lado fueron elementos tangibles aquellos que obtuvieron una mejor apreciación por los interesados, destacando además, que la aptitud del servicio ofrecido debería mejorar en ciertos aspectos fundamentales.

Carrasco & Flores (2015). Con el trabajo investigativo que tienen por título: Medición de la calidad del servicio en clientes Horeca (hoteles, restaurantes, casinos y empresas del sector público), de empresa Ariztía en la provincia de Ñuble; para el cual, establecieron como objetivo principal el hallar aquellas variables incidentes en los niveles satisfactorios que le son entregados a los consumidores usuarios del mencionado sector; para lo cual, los investigadores procedieron a establecer una investigación con tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal. Fue considerada para el estudio la población estuvo conformada por 124 clientes los cuales utilizaron mencionado servicio por el periodo mensual de diciembre y su muestra de 75 sujetos. Concluyendo: mediante el estudio sobre las expectativas y percepciones de los clientes sobre los factores que consideran imprescindibles para una buena calidad de servicio, siendo entre ellos los elementos tangibles, la atención brindada por el personal y la capacidad de respuesta que esté presente.

1.2.2. Nacional

Faustor (2016). Con la investigación: Nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de servicio en discotecas y karaokes en los distritos de Huánuco y Amarilis – 2016; cuyo objetivo principal fue el de examinar los niveles de satisfacción sobre los consumidores en la calidad en relación al servicio prestado por los locales del rubro mencionado en dichos distritos; metodológicamente, fue aplicado un estudio de tipo cuantitativo - aplicativo, de nivel descriptivo y no experimental. Quedó compuesta la población de la población encontrada en dichos distritos, haciendo un total de 12172000 y luego de la aplicación de la fórmula correspondiente, la muestra fue de un total de 261 individuos. Seguido al proceso de estudio sobre los resultados que se lograron, llego a concluir que: Dentro de los principales resultados obtenidos en relación a la satisfacción del cliente, es que, los trabajadores desempeñan un papel muy importante, esto, relacionado al tipo de atención que brindan, considerando desde la entrada del local, el servicio ofrecido durante su estancia y al momento de retirarse; es por ello, que el desempeño de las funciones del personal ejecutan un rol muy importante con respecto a la satisfacción de los clientes.

Espinoza (2016), En su trabajo de investigación, cuyo título fue: Gestión del personal de contacto y calidad del servicio al cliente en la discoteca EGA – VIP; en la ciudad de Huamachuco; en el cual, tuvo como objetivo general el demostrar cómo es que la gestión del personal de contacto tiene una influencia en la calidad sobre los servicios brindados por el ambiente antes mencionado; para lo cual, en el estudio fue aplicado, del tipo cuantitativo, con nivel descriptivo – correlacional y diseño no experimental. Constó la población de 14 trabajadores pertenecientes a dicho local, en el caso de la muestra esta quedo en el tipo no probabilística, y debido a ellos fue tomada en consideración el mismo total que compone a la población. El investigador, seguido a realizar el análisis sobre los datos conseguidos llego a concluir: Los elementos que tienen una mayor influencia más sobre la complacencia de clientela, relacionados con la gestión del personal, son el profesionalismo por parte de estos, así como la selección de personal previa y las capacitaciones que puedan ser brindadas a estos con respecto a la atención de clientes.

Oropeza (2016). Con su estudio que se encuentra titulado: En su trabajo de investigación titulado: Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (Karaoke) del distrito de Huaraz, 2016; estableció como objetivo principal el detallar los primordiales rasgos sobre la dirección de calidad siguiendo el modelo SERVQUAL en la mencionadas compañías ubicadas en el sector relacionado; en donde, para ello, se prosiguió a aplicar un estudio del tipo cuantitativo, de diseño no experimental – transversal y nivel descriptivo. Para la consideración de la población esta fue de 202 clientes y la muestra se compuso de 133 individuos. El investigador, estableciéndose en el análisis de la información recopilada, llegó a la conclusión que: Los factores más resaltantes relacionados a la satisfacción de los clientes son en un 24.06% la modernidad de la infraestructura y el inmobiliario, el 27,07% consideró al comportamiento y trato proporcionado por los trabajadores y un 24,81% manifestó que considera bastante el aforo de réplica por parte de empleados y la capacitación que reciben en cuanto a trato y atención al cliente.

Cajilima (2015). En su trabajo de investigación titulado: Incidencia del servicio de atención en el grado de satisfacción de los clientes de un Café - Bar; en el cual estableció como objetivo principal estipular a cual medición el servicio para asistencia a clientela reformaría la categoría de complacencia en clientes que actualmente posee el mencionado negocio; para lo cual, el investigador procedió a emplear una investigación de tipo cuantitativa, así mismo, consideró pertinente el desarrollar con diseño no experimental y nivel descriptivo. La población estimada para el presente estudio estuvo conformada por 28 sujetos, mientras que su muestra se ubicó en una tipología no probabilística, y debido a ello fue considerada una cantidad igual a la que se presenta en la población. Luego de analizar los efectos obtenidos, finalizó: Un adecuado servicio en asistencia a la clientela, genera un alto índice en satisfacción por estos, es así, que se hace énfasis en la selección del personal adecuado para dichas labores, así como someterlos a capacitaciones constantes en relación a atención de clientes; además, cabe resaltar que la mejora de los espacios de entretenimiento, así como de la infraestructura en general del local, generan comodidad en los asistentes.

Cruz (2016). Con el trabajo titulado: La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante La Huerta- Puno, periodo 2015; estableció como objetivo principal el estudiar los niveles de complacencia del consumidor basándose en la valoración sobre la calidad de servicio empleando el modelo SERVQUAL para el mencionado establecimiento; en donde, metodológicamente fue del tipo cuantitativa, de nivel descriptivo – correlacional y diseño no experimental. Tomo en cuenta para la investigación una población compuesta por 903 comensales que asistieron durante un mes al establecimiento y la muestra estuvo formada de 80 individuos. Luego del análisis de los resultados alcanzados, el investigador concluyó que: En la empresa, los factores más resaltantes fueron la capacidad del personal para realizar una buena atención a los comensales y su capacidad de respuesta ante las solicitudes requeridas por los clientes, siendo esta última un poco baja.

Vásquez (2018). En su trabajo de investigación: Percepción de la calidad del servicio y satisfacción del socio con el servicio de Bar y Restaurant del Club Central de Trujillo – 2017; para el cual, propuso a modo de propósito general el establecer el nivel en la correlación que se da en medio del nivel de percepción entre calidad del servicio y nivel en la complacencia del socio referido al mencionado servicio y con respecto a la organización referida. La investigación que fue aplicada correspondió al tipo cuantitativo, contando también de diseño no experimental y un nivel correlacional; en el que, además, se conformó la población de la totalidad de los socios pertenecientes al club y tuvo una muestra de tipología no probabilística, considerando un total de 192 sujetos, los cuales fueron elegidos a conveniencia. El investigador, después de analizar los resultados obtenidos, llegó a concluir: Concorre una fuerte correspondencia entre calidad en el servicio y la agrado del socio, dada por un valor de 0 con respecto a la prueba correlación de Pearson; a su vez, implicando una adecuada atención brindada y considerando aspectos como la infraestructura, productos y servicios adicionales y capacidad de respuesta ante nuevas solicitudes por parte de los socios.

Ñahuirima (2015). En el estudio que tienen como título: Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015; estableció como objetivo principal el estipular la correlación que ocurre entre calidad del servicio y gusto de la clientela en pollerías de la mencionada localidad; en donde, para obtener respuesta al objetivo planteado, el investigador procedió a emplear en el ámbito de la metodología un tipo correlacional – transaccional, enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La población que fue considerada quedó compuesta de las pollerías que pertenecen al mencionado distrito y como muestra existieron 348 clientes de estos establecimientos. El investigador, luego de analizar la data obtenida, logro concluir: Concorre una concordancia positiva y de significancia entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, esto evidenciado por el valor obtenido de la prueba correlación de Pearson, dando un valor de 0.841; adicionalmente, resultaron importantes los aspectos de empatía, preparación para contestación y elementos palpables respecto al servicio brindado.

1.2.3. Local

Díaz & Soto (2018). Con el trabajo de investigación: La atención y la satisfacción del cliente en la discoteca Magno, en la ciudad de Chiclayo, 2016; en donde, tuvieron a manera de finalidad principal el saber los niveles satisfactorios de la clientela de mencionado establecimiento. Como manera de metodología el tipo del estudio fue cuantitativo, contó de nivel descripto junto a diseño no experimental; en donde, además, fue formada la población de los asistentes mensuales a la discoteca, haciendo un total de 6600 y en el caso de su muestra quedo de 363 entes. Con basamento en lo obtenido por medio de los resultados a partir de los instrumentos aplicados, el investigador concluyó que: Entre todos los componentes influyentes sobre el agrado del cliente, el más resaltante fue el de la fiabilidad, puesto que representa imprescindible con respecto a los productos que el establecimiento ofrece.

Guerrero & Villaseca (2015). Por medio del trabajo investigativo: La calidad de servicio en las discotecas en la ciudad de Chiclayo, 2014; en donde, tuvieron la

finalidad principal de tener en conocimiento la calidad con respecto a los servicios ofrecidos por los establecimientos mencionados en dicha localidad; en donde, para esto, se consideró pertinente el emplear un estudio de nivel descriptivo, diseño no experimental y del tipo cuantitativo. Para el proceso de investigación, fue considerada una población de 1260650, correspondiente a la población total del distrito de Lambayeque y la muestra estuvo conformada por 355 individuos. Luego de un análisis los efectos obtenidos por medio de la administración de dichos instrumentos para recopilar de datos, el investigador concluyó que: De todos los locales de entretenimiento en la localidad de Chiclayo, tres son los más concurridos, esto, en base a la información proporcionada por los encuestados, se debe a su disposición en la asistencia ofrecida por estos, tomando en cuenta su infraestructura, ambientación, calidad de productos ofrecidos y la variedad ofrecida.

Cajo & Vásquez (2016). Y el estudio que es titulado: Satisfacción del cliente en la Licorería – Lounge Take It, de la ciudad de Chiclayo, 2015; propusieron el propósito general de tener en conocimiento los niveles de complacencia de la clientes que frecuenta el mencionado establecimiento. En base al objetivo propuesto y que se desea responder, es que fue aplicado un estudio de nivel descriptivo, tipología cuantitativa y diseño no experimental; en donde, adicionalmente, se compuso la población de 1280 asistentes mensuales al mencionado local y la muestra estuvo considerada por 207 individuos. Luego de analizar la información obtenida de la encuestas aplicadas, llegando a concluir: Uno de los componentes relevantes con respecto a la satisfacción de los clientes en el local es el de su capacidad de respuesta, esto, debido a que la capacidad de atención es rápida en cuanto a preparación de tragos y, a su vez, la fiabilidad, esto, debido a la calidad de los ingredientes empleados y el resultado final que son los tragos brindados hacia los consumidores.

Ávila, (2015). Cuyo trabajo de investigación titulado: Expectativas del cliente y la satisfacción en la atención de la discoteca Free Dance-Jayanca; tuvo como objetivo principal el fijar la correspondencia en medio de las esperanzas de la clientela y la complacencia por la asistencia en mencionada discoteca; para ello, fue aplicada una investigación correspondiente al objetivo establecido, siendo esta

de tipo cuantitativa, nivel descriptivo – correlacional y diseño no experimental. Fue considerada para esta investigación la población general de la localidad y la muestra quedó compuesta de 97 entes. El investigador, tomando como base lo obtenido en resultados, concluyó: A través de los instrumentos aplicados, se encontró una correspondencia significativa que se da en medio de las variables de investigación, mediante la técnica de reciprocidad Pearson; adicionalmente, se resalta que uno de los factores principales en relación a la satisfacción de la clientela es con relación a la asistencia por el local, así como su infraestructura, los productos que pueda ofrecer, su ambientación y el trato esperado por parte del personal de contacto.

Barrientos (2017). En cuyo trabajo de investigación titulado: Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la sala de juegos Las Vegas – Chiclayo; tuvo como objetivo principal el determinar la influencia sobre la calidad de los servicios en el deleite al cliente en mencionada sala de juegos; donde, para obtener toda la información requerida para lograr el objetivo general, fue empleada como metodología al tipo cuantitativo, de diseño no experimental y nivel descriptivo – correlacional. Quedó compuesta la población por 61 individuos, considerando entre trabajadores y clientes frecuentes y la muestra fue censal, es decir, se procedió a considerar a la misma cantidad que en la población. En base a las deducciones obtenidas durante el estudio, el investigador consiguió a manera de conclusión que: Los factores de mayor influencia en la complacencia de la clientela son las actuaciones eficientes y eficaces con respecto a las competencias presentadas por los colaboradores del negocio relacionadas a habilidades, que sean competentes y el compromiso con sus labores.

Baca (2016). En su trabajo de investigación titulado: Calidad de servicio de Bali Bar Lounge en la ciudad de Chiclayo; para el cual presentó como propósito principal conocer la realidad de la particularidad en la satisfacción que tienen los clientes hacia el mencionado negocio; para lo cual, fue realizada una investigación con nivel descriptivo, tipo cuantitativo y diseño no experimental. En el área de metodología fue tomada en cuenta una población de 500 individuos asistentes mensuales al negocio y la muestra estuvo conformada por 219 personas. El

investigador, luego de analizar los resultados obtenidos, pudo concluir que: Los componentes de mayor influencia en el satisfacer de la clientela corresponden a la infraestructura presentada por los locales, tanto externa como interna; así mismo, la tención presentada por el personal de contacto y la ambientación presente.

Dávila & Flores (2017). Con su estudio titulado: Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque; y en el cual tuvieron a manera de objetivo general evaluar calidad en el servicio del mencionado establecimiento. Buscando conseguir respuesta al objetivo planteado, el investigador utilizó un estudio del nivel descriptivo, tipo cuantitativo junto a un diseño no experimental – transversal; además, quedó compuesta su población de 100 clientes que acuden junto a familiares y amigos y la muestra consideró a 80 individuos. Tomando como baso los resultados alcanzados pudo concluir que: Los clientes se sientes satisfechos no solo con los productos ofrecidos, sino que también destacan la competencia para réplica por parte de los empleados que los atiende, así mismo la infraestructura del establecimiento y sus ambientaciones.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Calidad de servicio.

Para conceptualizar dicha calidad sobre los servicios, resulta pertinente caracterizar inicialmente sus componentes, los cuales son la calidad y el servicio.

En base a ello, es que se entiende por calidad como una herramienta o instrumento de carácter básico y de imprescindible importancia, mediante la cual se realiza la respectiva comparación referida a un artefacto con respecto a otro; adicionalmente, se refiere a las propiedades poseídas e innatas de un ente, las cuales conceden al mismo la competencia de compensación en carencias, ya sean claras e expresas (Montaudon, 2010).

Así mismo, la calidad es considerada como un factor imprescindible, el cual, sirve para asegurar el desarrollo y la perduración de las organizaciones, siendo a su vez, un aspecto dinamizador con respecto a los procesos internos, de variación con respecto al entorno, de la complacencia sobre las carencias presentadas por

conjuntos de interés, sociedad y de su adaptación con el medio (Sanabria, Romero, & Flórez, 2014).

Además, el concepto de calidad implica dos aspectos fundamentales, los cuales permiten su constatación y estos son el estándar y el resultado; es decir, se halla como producto de la comparación del resultado, pudiendo ser este parcial o completo, obtenido mediante un proceso en base a ciertos requerimientos previamente establecidos (Vargas & Aldana, 2014).

Es así que, dentro de las organizaciones, la aplicación de estos dos aspectos, son susceptibles a variaciones con respecto a al enfoque y avance a nivel teórico acerca del tema y, es por ello, se procede a realizar una descripción a nivel general con relación a su desarrollo (Sanabria, Romero, & Flórez, 2014).

Es así que, también se menciona lo referente a la cultura de calidad, la cual es entendida como como la implicación de un cambio en la base de los valores culturales arraigados a los individuos; así mismo, los valores presentes dentro de las organizaciones deben de transformarse en un principio de trabajo, el cual deberá ser orientado hacia el mejoramiento constante. Es por ello que, es importante que los valores orientados a la obtención de la calidad se encuentren sujetos a la cultura general dentro de las organizaciones, pudiendo así, que estas logren avanzar en relación al desarrollo de la cultura por calidad (Aldana et al, 2011).

En relación a ello, cabe mencionar que la planificación de la calidad consiste en (Aldana et al, 2011):

- Caracterización de asiduos.
- Decretar las carencias que posee el consumidor.
- Ampliar los rasgos distintivos que tiene el producto o servicio y las cuales otorguen respuesta a las carencias del consumidor.
- Desplegar técnicas con capacidad de originar mencionados rasgos características.
- Instaurar controles de transcurso y trasladar los procedimientos a potencias obrantes.

- Trasladar ordenamientos.

Así mismo, debe ser realizado un control de la calidad, el cual será seguido a partir de la formulación de productos o servicios que la organización pueda brindar, esto, con la finalidad en poder garantizar el cumplimiento de los propósitos y metas relacionadas a calidad, a partir de los siguientes movimientos:

- Valuar la conducta sobre la calidad consecuente (calidad real).
- Cotejar la derivación con las finalidades establecidas.
- Proceder con relación a las discrepancias.

Adicionalmente, a través de la mejora en constancia que posee la calidad, se está en la búsqueda del constante mejoramiento de esta misma, siendo también compromiso de las unidades de progreso. Se encuentran basados los procesos en los siguientes:

- Instituir la organización requerida sobre el aseguramiento en la mejora de calidad.
- Señalar las carencias que quieren de mejora.
- Diseñar según cada uno de los proyectos un equipo, el cual debe tener claro el compromiso de dirección sobre mencionado proyecto en rumbo al objetivo trazado.
- Suministrar recursos, estimulación e instrucción de necesidad para que puedan ser capaces los equipos de entregar un diagnóstico sobre los causantes del desvío, arreglar e implantar controles en aras de la conservación sobre las metas logradas.

Continuando con la línea de la investigación, es pertinente el mencionar también lo relacionado al servicio, en donde, se entiende por este, como un conjunto de actividades, las cuales tienen como propósito el satisfacer las necesidades solicitadas por los clientes; adicionalmente, incluyen una gran variedad de actividades, pudiendo ser estas planificadas y desempeñadas por diversos individuos, pudiendo trabajar estos tanto para entidades públicas como privadas (Monsalve & Hernández, 2015).

En relación a lo anterior mencionado es que la calidad de servicio refiere a un requisito imprescindible el cual funciona como factor sobre competencia para las organizaciones que los proveen, siendo además un componente importante el cual concede de una delantera de diferencia, competitiva y perpetua a través de la época (Mendoza, 2009).

Así mismo, la calidad de servicio puede ser medida mediante distintos tipos de métodos, entre los cuales se tiene (Torres & Vásquez, 2015):

El modelo de calidad del servicio de Grönroos

El cual se trató de un modelo integrado sobre la calidad de los servicios, con ocupación sobre 3 unidades, las cuales son:

La calidad técnica; la cual se refiere a lo representado por el servicio obtenido por clientes mediante la compra de este; poseyendo así mismo, una actitud objetiva.

La calidad funcional; representa como es que el consumidor o usuario final del servicio lo recibe y experimenta, relacionándose también con la manera en que fue prestado el servicio por parte del personal perteneciente al establecimiento u organización.

La imagen corporativa; la cual se refiere al resultado de cómo es que el usuario percibe a la organización mediante el servicio que esta brinda, afectando la percepción de este con relación a la particularidad de los servicios asociándose a la imagen formada sobre el establecimiento, fijándose en sus vivencias o mediante la información recibida.

Modelo SERVQUAL

Elaborado por Parasuraman, Berry y Zeithaml; conformado por cinco dimensiones, y estas se tratan de:

- Empatía
- Fiabilidad
- Seguridad
- Capacidad de respuesta

– Elementos tangibles

En base a las cinco dimensiones anteriores, se plantearon un total de 22 preguntas, las cuales están direccionadas desde la perspectiva del consumidor o beneficiario, las cuales están asociados a sus expectativas y de igual manera, otros 22 ítems para calcular las apreciaciones sobre el servicio que les fue brindado. Es así que, cuando las expectativas son superadas, es entonces que el servicio pasa a ser considerado de excepcional calidad y, caso contrario, no logre cumplir con estas, es que pasa a ser considerada como deficiente.

Este modelo puede ser aplicado a una diversidad de tipos sobre el servicio, por ejemplo educación, salud, supermercados, hotelería y telecomunicaciones.

Para la dimensionalización de esta variable, se consideró pertinente el aplicar el modelo SERPERF, el cual fue planteado por Cronin y Taylor; y se halla basado en la premisa sobre el hecho que el modelo SERQUAL para la calidad de los servicios, desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry no se trata del más correcto en la evaluación sobre dicha calidad.

El modelo SERPERF se cimienta solamente en los discernimientos y elimina las esperanzas, relacionándose con las problemáticas en interpretación con relación a la terminología de expectación, en su mutabilidad a través del tiempo sobre el prestamos de o los servicios, así como en la redundancia con relación a laos discernimientos. Entonces, en base a lo anteriormente mencionado es que se procede a conceptualizar las dimensiones pertenecientes a dicho método, las cuales son (Torres & Vásquez, 2015):

Es así que, las dimensiones que pertenecen al modelo SERVPERF, junto con los indicadores correspondientes y adecuados al tipo de investigación aplicada, son las siguientes (Ibarra & Casas, 2015):

Dimensión 1: Elementos tangibles, la presente dimensión incluye objetos con la suficiente tecnología en las labores de la organización, la construcción, aspecto de

aseo y pulcritud de los trabajadores y los utensilios físicos (trípticos, cuentas en el banco, entre otros).

Los indicadores considerados dentro de esta dimensión y correspondientes al tipo de investigación desarrollada, son:

Instalaciones; haciendo referencia a la infraestructura tanto externa como interna del local.

Equipo; refiriéndose a los equipos de sonido, barra, asientos y demás aditamentos y espacios necesarios para atender a los clientes.

Materiales de comunicación; son los aditamentos para la facilitación de comunicación entre miembro de contacto y usuarios del servicio.

Dimensión 2: Fiabilidad, se refiere al momento en el cual una organización se adjudica el deber de brindar un servicio o producto a través de un lapso temporal, y cumple el mismo; de frente a una situación complicada para la clientela la compañía está interesada en realidad en otorgarle una solución; tratándose esta de la vez primera en la cual se brinda dicho servicio y es realizado de manera eficiente; lapso temporal notificado para la conclusión del servicio, lapso cumplido; la institución posee una normativa que trabaja por la disminución de fallas en su servicio.

Los indicadores considerados para esta dimensión, fueron los siguientes:

Cumplimiento del servicio prometido; haciendo referencia a aquellos servicios dados por una organización tanto de manera promocional como ofertas que fueron previamente comunicadas como parte del marketing.

Confianza; refiriéndose a la confianza generada por la empresa hacia los usuarios, valiéndose estos por experiencias pasadas de manera satisfactoria.

Dimensión 3: Capacidad de respuesta, en el que los contribuyentes de la organización de manera previa realizan una señalamiento para el cliente sobre el

periodo de tiempo desde el inicio hasta el final de servicio brindado; dichos colaboradores se mueve rápidamente en el cumplimiento del servicio; ellos se hallan a disposición de proceder en escenarios dificultosos para el usuario; y además estos colaboradores poseen un sentir sobre la resolución de preguntas del consumidor.

Para esta, fueron considerados los siguientes indicadores:

Conocimiento; refiriéndose a la información manejada por parte del personal de contacto para brindar a los usuarios ante cualquier duda o incertidumbre.

Proactividad; haciendo referencia a la capacidad del personal encargado de la atención para responder y anticiparse ante posibles dificultades.

Dimensión 4: Seguridad, las labores realizadas por el personal simbolizan un lazo de confiabilidad para la clientela; los clientes sienten seguridad instituyendo transmisiones con la compañía; los contribuyentes exponen actitud genera y de conocimientos en la asistencia; ellos también poseen capacidades sistemáticas primordiales para darle respuesta a las dudas presentada por los usuarios.

En base a lo anterior expuesto, para la siguiente dimensión fueron considerados los siguientes indicadores:

Implementos; refiriéndose a las herramientas disponibles ante la ocurrencia de cualquier inconveniente.

Respaldo; es decir, servicios adicionales tanto como personal externo o refiriéndose a instituciones que acudan ante cualquier suceso de riesgo dentro del local.

Dimensión 5: Empatía, la organización genera cuidado dirigido a las carencias que tienen el cliente (de manera individual); el tiempo de asistencia se conectan con la disponibilidad poseída por los usuarios; los colaboradores ofrecen una asistencia personificada a usuarios; la institución vela por los provechos de la clientela que

poseen; la compañía estudia y comprende las preferencias y gustos de cada cliente.

Atención individualizada; esto, hacia ciertas zonas exclusivas como VIP o Box, en las cuales los usuarios abonan montos adicionales para recibir un servicio adicional.

Predisposición; refiriéndose a la disponibilidad y el tipo de respuesta presentada por el personal de contacto para con los usuarios, independientemente de la zona en donde se encuentren.

1.3.2 Satisfacción del usuario

La satisfacción hace referencia a impresiones sobre el goce o desilusión con las cuales cuenta un individuo al momento de hacer una comparación entre el cometido que percibió de un producto y las expectativas que tenía del mismo. En caso de que el rendimiento sea corto de cara a las expectativas, el consumidor va a quedar descontento, ahora bien, en caso de que el cometido tenga coincidencia con las expectativas, en ese caso el usuario quedará satisfecho y si se da la situación en el que dicho desempeño aventaja por encima a las esperanzas, la clientela quedará muy satisfecha o encantada (Arocha et al, 2015).

Actualmente, el alcanzar una satisfacción total de la clientela se trata de un requerimiento imprescindible para obtener un sitio en la percepción de la cliente, y como consecuencia, en el mercado al cual se está apuntando. Debido a eso, la finalidad de conservar “compensado a todos los cliente” se han movido más allá de las líneas que dividen al departamento encargado del marketing, todo para formar como uno de los primordiales propósitos en todos los ambientes funcionales en las instituciones.

Por su parte, Pérez et al (2015) definen a la satisfacción del usuarios como la experiencia de este luego de haberse dado el consumo de cierta mercancía y/o servicio. Esta se presenta como una respuesta emocional por parte de la clientela o usuarios frente a la valoración propia sobre discordancia distinguida entre las experiencias previas/expectaciones sobre nuestra mercancía y el desempeño real

que experimentó cuando establece el contacto con la empresa, luego de hacer probado dicha mercancía. Igualmente, se hace de necesidad conocer que la complacencia de un usuario tiene influencia en las relaciones futuras con la institución.

Así mismo, existen ciertos beneficios, los cuales, son generados en base a la satisfacción de los usuarios, los cuales son Baena et al. (2016):

- El comprador satisfecho, generalmente, regresa a consumir.
- El consumidor satisfecho es aquel que informa a terceros sobre las experiencias positivas que tuvo con una mercancía o servicio.
- Un usuario satisfecho ignora y aparta a la competencia.

En relación a lo anterior mencionado, es que se tienen ciertos modelos que sirven para la medición sobre la satisfacción de usuarios o consumidores, y se destacan entre estos:

Modelo análisis importancia – desempeño IPA

Viendo sus inicios en los años 70 el modelo de Análisis Importancia-Desempeño IPA (Importance-Performance Analysis) conceptualiza a la satisfacción de los usuarios a modos de una individualización sobre las fortalezas y debilidades con basamento en dos elementos, y que los mismos tienen en cuenta para seleccionar la opción de adquisición o consumiÓ entre la diversidad de ofrecimientos aquella brinda por el mercado. El primero manifiesta el proceso de derivación sobre los rasgos, y el segundo a la indagación con relación a la oferta en asuntos de propiedades, según lo señalado por Martilla y James (1977); a su vez, dicho modelo IPA se exhibe como aquel instrumento el cual acepta elaborar una investigación al nivel básico sobre el tipo de correspondencia que se da entre satisfacción y relevancia otorgada por la cliente a los servicios recibidos. Este, está dividido en 4 cuadrantes:

En el primero se encuentra la elevada preeminencia y rendimiento, para el segundo la alta relevancia y bajo rendimientos, el tercero ubica la baja preeminencia y bajo cometido, y para el último, y cuarto cuadrante, se halla la baja relevancia y el elevado cometido. Así mismo, de acuerdo a Mullins, G. & Spetich, B. (2010) la

escala de importancia-desempeño radica en la instauración de que va a tener una afectación en los dos componente, trascendencia de los rasgos y el desempeño divisado en la propiedad.

Modelo de creación de la calidad atractiva (Modelo de Kano)

El presente modelo conceptualiza a la satisfacción que percibe el usuario o cliente tomando en consideración las emociones y requerimientos que poseen los mismo, todo al mismo tiempo en el que fragmenta otros requerimientos primordiales en calidad que esperan, brindando esto un auxilio imperativo en los entornos de selección (trade-off) a través del tiempo de avance de la mercancía, lo cual consiente la ejecución de los usuarios mediante la medida de características en la calidad de los productos por medio de dos ejes: nivel de satisfacción y nivel de ejecución, finalmente beneficioso para ilustra una representación de la "voz del cliente" en procesos de permuta o uso de las compañías para facilitar los servicios propios (Mora, 2011).

Adicionalmente, el modelo Kano desempeña una función importante con una gran valorización en el ámbito de la administración a modo de instrumento fomentador de progreso sobre las decisiones. Además, detallan que se trata de un instrumento el cual consiente valorar la esperanza en cada fragmento de la entidad sobre la estabilidad del consumidor. También se presenta como un utensilio de información e indagación que tiene que ser analizado, tomando en cuenta la última finalidad de entender la vía en la cual ven su función las empresas y cómo este se convierte de manera en primordial entre clientela; así mismo, este da la posibilidad de la administración del mismo en mercancías, procedimiento de negocios, servicio e inclusive en software (Mora, 2011).

Luego de mencionar y conceptualizar la teoría pertinente a la variable estudiada, es que se consideró adecuado el plantear las siguientes dimensiones para este apartado, las cuales fueron:

Expectativas

Las expectativas refieren a aquello lo cual se tiene expectativa de vivir o encontrar en alguna profesión o sociedad. Se debe mantener siempre en mente

que las expectativas de cada consumidor son variadas y distintas y las mismas tienen su dependencia mayormente en otras expectativas que adquirieron por estos, las cuales hayan adquirido bien sea con un servicio brindado anteriormente por la empresa o con otros, dependiendo además, mayormente, por la imagen ofrecida.

Así mismo, se originan por medio de uno o varios contextos: Propositiones hechas por la compañía con respecto a las ventajas ofrecida por el servicio o producto; experiencias de adquisiciones previas; resoluciones de compañeros, familias, conocidos y dirigentes de dictamen; y ofertas brindadas por la competencia.

En relación a ello, se tiene también que, las esperanzas se refieren a los reconocimientos con respecto a la transmisión del servicio, las cuales funcionan como estándar o referencias para calificar el rendimiento empresarial. Se trata de aquello esperado por el consumidor de cara a un servicio, y se crea partiendo de la comunicación, experiencias de otros individuos con el servicio. El nivel de expectativa tiene la posibilidad de alterarse ampliamente, acatando la referencia que posee el consumidor. También, estas expectativas tienen un aspecto dinámico y logran cambios rápidos en el competitivo y además volátil mercado (Matsumoto, 2014).

Para esta dimensión, en base a la teoría expuesta anteriormente, fueron propuestos los siguientes indicadores (Matsumoto, 2014):

Comunicación boca – boca; que es lo que los usuarios escuchan de otros que ya hicieron uso del servicio previamente.

Necesidades personales de los clientes; las cuales son individuales y varían en cada individuo, los cuales esperan poder satisfacer haciendo uso del servicio brindado.

Extensión de las experiencias; basándose en las experiencias vividas durante y después de ya haber hecho uso del servicio.

Comunicaciones externas; referentes y dirigidas hacia los proveedores del servicio brindado.

Percepciones

La percepción hace referencia a la captación y apreciación de estímulos externos, sean estos provocados o no de manera artificial; percibidos a través de los sentidos, dándole al individuo una impresión de manera consciente del espacio en el que se encuentra. Así mismo, se refiere al conjunto de procesos que experimenta un individuo, a través del cual, organiza, selecciona e interpreta la información proveniente de estos estímulos, basándose en experiencias previas, siendo estas de carácter lógico o significativo.

En relación a lo anterior, la percepción de un usuario o cliente, se basa en las experiencias vividas por este, teniendo este cierto grado de significancia para estos, los cuales, a su vez, las organizan, seleccionan y dan su propia e individual interpretación, puesto que no todos los usuarios de un servicio tienen la misma apreciación por este. Es así que, la percepción de los usuarios se relaciona con los estímulos recibidos por un servicio recibido, generando en ellos sentimiento y emociones tanto positivas como contrarias (Arciniegas & Mejía, 2017).

Este es lo obtenido seguido a que el cliente ha conseguido una mercancía o servicio. Encontrándose caracterizado por el hecho de que está basado en el enfoque, percepción y opinión del consumidor.

Y con relación a dicha dimensión, se tomaron en cuenta los indicadores que siguen: (Matsumoto, 2014):

Calidad percibida; refiriéndose a la eficiencia con que el cliente recibió el servicio, percibiendo cada una de las características experimentadas.

Experiencia vivida; refiriéndose al momento de vivencia en el instante en que hacía uso del servicio.

1.4. Formulación del Problema.

1.4.1. General

1. ¿Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?

1.4.2. Específicos

2. ¿Cómo es la calidad de servicio en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?
3. ¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?
4. ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?
5. ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?
6. ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?
7. ¿Cuál es la relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?
8. ¿Cuál es la relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

1.5.1. Justificación teórica

El presente estudio utiliza teorías ya establecidas, las cuales, fueron utilizadas debido a que guardan relación con las variables planteadas en el proyecto de estudio, siendo estas calidad del servicio y satisfacción de la clientela o de clientes; aceptando teorías como las propuestas por Vargas & Aldana (2011) en relación a la calidad del servicio y por Prats (2010) en lo que se refiere a satisfacción del cliente.

1.5.2. Justificación metodológica

Se encuentra justificado de manera metodológica debido a la creación y empleo de instrumentos y herramientas de recopilación de datos como cuestionarios, basándose en preguntas dirigidas a obtener información relacionada a la empresa; en donde a su vez, se especifican y detallan pautas establecidas en base a métodos ya establecidos.

1.5.3. Justificación práctica

Reside dicha justificación en el hecho de que, mediante el estudio de las variables establecidas, permitirá el analizar y solucionar la problemática presentada por el objetivo de estudio, siendo esta, relacionada con la calidad sobre el servicio y satisfacción del cliente.

1.5.4. Justificación social

Cuenta con su justificación en este aspecto puesto que los beneficiados por parte de la investigación realizada serán los clientes o usuarios del servicio proporcionado por el objeto de estudio; esto, porque tendrán acceso a sobresaliente servicio brindado y en consecuencia, compensar sus carencias en una manera más cómodo y adecuada, generando además una mayor satisfacción por su parte.

El actual estudio se ubicó con significativa preeminencia para discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018; puesto que, se consiguió el establecimiento sobre la correspondencia que concurre entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en dicho establecimiento; pudiendo identificar aparte de ello, como se da la influencia de ella en el comportamiento tomado por parte de usuarios del servicio; al mismo tiempo, se consiguió alcanzar información totalmente nueva con referencia a la temática abordada en el periodo de investigación, dando la posibilidad de que esta se presente como antecedente o fuente informática para futuros estudios que tengan relación con los temas.

1.6. Hipótesis

1.6.1. General

H₁: La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

1.6.2. Específicos

H.E.1: La calidad de servicio en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es inadecuada

H.E.2: El nivel de satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 bajo.

H.E.3: La relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

H.E.4: La relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

H.E.5: La relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

H.E.6: La relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

H.E.7: La relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

1. Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

1.2.1. Objetivos específicos

1. Analizar la calidad de servicio en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.
2. Medir el nivel de satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.
3. Identificar la relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.
4. Identificar la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.
5. Identificar la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.
6. Identificar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.
7. Identificar la relación existente entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

II. MATERIAL Y MÉTODO

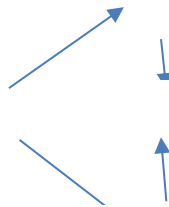
2.1. Tipo y diseño de investigación.

2.2.1 Tipo de investigación

La actual investigación es de tipo cuantitativo, aplicado, puesto que se emplearon utensilios estadísticos en la medición de las variables a estudiar. De tal manera se realizó mediante un nivel de investigación descriptivo-correlacional, en concordancia con los objetivos en la investigación se describió la situación actual relativa a calidad del servicio ofrecida en dicho establecimiento y el nivel en la satisfacción percibida por la clientela usuarios; y correlacional porque se midió cuál es la correlación que se da en medio de las presentes variables así como cuál es la influencia de la variable independiente sobre la dependiente, asimismo se evidencio los factores más resaltantes de esta con respecto al servicio ofrecido por la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 186).

2.2.2 Diseño de investigación

En tal sentido, se realizó mediante un diseño no experimental, dado que, prescinde de manipular el entorno de desarrollo de la variable, conllevando el acopio de información sin ocasionar alteraciones, permitiendo analizar el estado actual de las variables que fueron uso de estudio (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 186).



En donde:

M = Usuarios del servicio
O₁ = Calidad de servicio

O₂ = Satisfacción del usuario
r = Relación

2.2. Población y muestra

2.2.1 Población

La población que se consideró fueron los usuarios del servicio de entretenimiento brindado por Bass Disco, Chiclayo, 2018; tenido un promedio mensual de 1500 asistentes al establecimiento.

2.2.2 Muestra

Para establecer la muestra en el presente trabajo, hizo uso de una fórmula para poblaciones finitas, la cual es la siguiente:

Donde:

N: 1500

n: muestra

p: 0.05

q: 0.95

d: 0.05

Z: 1.96

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n = 306

Consecuentemente, la muestra considerada será de 306 consumidores.

2.3. Variables, Operacionalización.

Variable independiente

Calidad de servicio

Variable dependiente

Satisfacción del usuario

Tabla 1.
Operacionalización de la variable calidad de servicio.

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Calidad de servicio	En base a ello, es que se entiende por calidad como una herramienta o instrumento de carácter básico y de imprescindible importancia, mediante la cual se realiza la respectiva comparación referida a un artefacto con respecto a otro; adicionalmente, se refiere a las propiedades poseídas e inherentes a un objeto, las cuales le confieren la capacidad para satisfacer necesidades, ya sean explícitas e implícitas (Montaudon, 2010).	La variable calidad de servicio se evaluará en base a las dimensiones propuestas por Montaudon (2010), que se desglosarán en un cuestionario con un total de 22 ítems y una escala de Likert de 5 puntos.	Elementos tangibles	Instalaciones Equipo Materiales de comunicación Cumplimiento del servicio prometido	Ordinal
			Fiabilidad	Confianza	
			Capacidad de respuesta	Conocimiento Proactividad	
			Seguridad	Implementos Respaldo Atención individualizada	
			Empatía	Predisposición	

Fuente: Base teórica
Elaboración: Propio

Tabla 2.
Operacionalización de la variable Satisfacción del usuario.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Satisfacción del usuario	La satisfacción se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño percibido de un producto con sus expectativas. Si el desempeño se queda corto ante las expectativas, el cliente queda insatisfecho, pero si el desempeño coincide con las expectativas, el cliente queda satisfecho y si el desempeño excede a las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (Arocha et al, 2015).	La variable satisfacción del usuario se evaluará en base a las dimensiones propuestas por Arocha et (2015). Que se desglosarán en un cuestionario con un total de 18 ítems y una escala de Likert de 5 puntos.	Expectativas	Comunicación boca - boca Necesidades personales de los clientes Extensión de las experiencias Comunicaciones externas Calidad percibida	Ordinal
			Percepciones	Experiencia vivida	

Fuente: Base teórica
Elaboración: Propio

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

2.4.1 Técnica

Encuesta

Como técnica para la recolección de los datos se empleó la encuesta, y esta es una técnica que se encuentra apoyada por medio de un concluyente dígito de ítems o preguntas, y estas estuvieron de manera previa establecidas, y son aquellas que se plantean desde el enfoque del investigador hacia el objeto a estudiar en la investigación, y en el que este se encuentra fijado a dar respuesta según las opciones que se le propusieron. De forma general, en estas encuestas, el elemento que mayormente predomina se trata de la escala nominal y la ordinal, en ese sentido, son las anteriores aquellas que entregan la posibilidad de recolectar informaciones y datos con el propósito de se pueda llevar a cabo una evaluación sobre las variables elaboradas (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

2.4.2 Instrumentos

Cuestionario

En referencia al instrumento, el investigador empleo al cuestionario, y esta se trata de un utensilio empleado en el ámbito de la sociología para la adquisición y registro de información. La capacidad de adaptarse le permite ser empleados a modo de instrumento de exploración y a manera de aparato para la evaluación de sujetos, ordenamientos y programas de elaboración. Refiere a una estrategia evaluativa con la capacidad de envolver diferentes enfoques cuantitativos como como subjetivos. Como factor único del mismo es el registro de datos solicitados a temáticas con similitud, lo que se da de forma menor significantes y genérica, mientras que, consiente aconsejar a una población significativa de modo rápido y financiera (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

2.4.3 Validez

Partiendo de lo señalado por Hernández, Fernández & Baptista (2014), quienes indican que "el factor de legitimidad, en la totalidad de conceptos, hace alusión a la medición real de un instrumento sobre la variable que representa medir" (p. 241).

La táctica de consentimiento para los instrumentos, el mismo se halla incluido de manera física, siendo empleado por tres expertos, a los cuales se les hace entregar de un itinerario para que el mismo pueda tener su aprobación. Aquellas señales obtenidas por parte de la mayoría de expertos se considerarán, evaluarán y equilibrarán, con la finalidad de que cuando se complete de manera general el total de la estrategia, sea respaldada la exposición general.

Luego de que dichos instrumentos hayan sido elaborados, se tomará un fallo con relación a quién favorecerá o, independiente, se buscarán los reajustes para que se dé la aprobación de estos.

Cuando se logre la aceptación del instrumento, las observaciones realizada por los expertos se levantarán, posteriormente a la competición sobre legalidad en mencionados instrumentos, el sistema para recopilación de información se utilizará, dicha administración considerará la totalidad de datos puntuales con referencia a componentes a ser considerado. Y por ello, es de suma importancia el aspecto legítimo de los instrumentos, puesto que con este se posee luz verde para el empleo de procesos.

2.4.4 Confiabilidad

Partiendo de lo señalado por Hernández, Fernández & Baptista (2014), señala que "la calidad es perpetua, al nivel en el cual un instrumento produce resultados con un paralelismo de convicción y confiables". (p.240)

Una vez que la prueba piloto se realizó, los resultados obtenidos se enviaran al programa SPSS, seleccionando el Alpha de Cronbach, entonces se prepararán dichos datos y demostrará el valor de la prueba, por lo que este valor al ser mayor a 0,5, se afirmará la existencia de un instrumento confiable según los criterios mencionados a continuación:

Tabla 3.
Criterios de confiabilidad

Criterio de Confiabilidad	Valores
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
Moderada confiabilidad	0.5 a 0.75
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Alta confiabilidad	1.9a 1

Fuente: Elaboración propia

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

Como primer paso se solicitará al administrador o gerente de la discoteca Bass Disco, el consentimiento oportuno al progreso del estudio, luego va a solicitarse a usuarios del servicio de entretenimiento su colaboración para realizar la investigación, luego se hará la administración de mencionados instrumentos a la muestra definida, posteriormente se elaborará un asiento de datos con las informaciones obtenidas, con ella van a analizarse los datos en el programa SPSS versión 22. Sumado a ello se realizarán tablas y figuras donde se expondrán los resultados obtenidos por medio de la administración de instrumentos. Finalmente, la información va a ser manejada de manera mecánica puesto que se tendrá que realizar interpretaciones sobre cada uno de los puntos en las encuestas aplicadas.

2.6. Aspectos éticos.

Los criterios éticos son nociones colaterales mediante el progreso que tienen un estudio, la misma consiente en la valoración de aplicación puntal y científica con relación a los métodos de estudio junto a la metodología para el análisis, preparación y el procedimiento de los datos informativo. Cuando se habla de rigor en indagación se presentan diferente corriente la cual escudan numerosos puntos de vista, algunas parten de no aplicación de medidas para la valoración sobre la calidad, hasta otras las cuales señalan más por la valoración de mismo juicio que el estudio. Sobre aspectos de rigor, ciertos autores sugieren que es la búsqueda de la calidad, en sí misma podría llevar a una ofuscación por demostrarla, haciendo exageradamente rígido; el proceso de evaluación de la investigación, en algunos casos, a proponer los diseños de los estudios sin

flexibilidad y rigor colocando en peligro el pensamiento, lo variable e impresionable sobre la contextualización de los fenómenos de investigación. Haciendo esto adquirir un valor al rigor, puesto que no se trata únicamente de la adhesión a las pautas y políticas determinadas, sino también a la relación con el mantenimiento y nobleza hacia el alma del estudio convirtiendo en un elemento único (Noreña, Alcaráz, Rojas, & Rebolledo, 2012, pp. 3-4).

2.7. Criterios de rigor científico.

Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012) propugnan asientos esenciales los cuales dan soporte al rigor del estudio y al mismo tiempo señalan cierto fundamento que dan garantía de su cumplimiento (pp. 3-4).

Tabla 4.
Criterios de Rigor científico

Criterios	Características del criterio	Procedimientos
Transferibilidad y aplicabilidad	Consecuencias para una concepción de bienestar en la organización por medio de la transferibilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se describirá objetivamente y detalladamente el pasaje y de quienes participan en el estudio. 2. Se procederá a una recopilación exhaustiva de datos a través de la colecta de bastante, apreciable y correcta información, por medio del cuestionario, la observación y la documentación.
Confirmabilidad y neutralidad	Los resultados del estudio cuentan con elementos veraces en la descripción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los resultados tuvieron un contraste con literatura existente. 2. Los descubrimientos del estudio tuvieron un contraste con estudio en contextos internaciones, nacionales y regionales, que presentaron similitud con las variables de estudio en los cinco ultimo años.

Relevancia	Permitió el alcance de las finalidades establecidas logrando una mejor investigación sobre las variables	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se llegará al entendimiento amplio sobre las variables de estudio. 2. Los resultados derivados poseyeron relación con justificación.
------------	--	--

Fuente: Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012)

Elaboración: Propia

En referencia a los criterios poseídos por el rigor científico, para esta investigación fue tomada la credibilidad por medio de la utilización de legitimidad y exactitud, lo que debe al hecho que los resultados que se presentan se consideran ciertos por los colaboradores. La observación sobre las variables fue obtenida del entorno mismo.

También considera la confiabilidad y neutralidad, por lo que los resultados estuvieron en contraste con estudio previos a nivel internacional, nacional y locales.

III. RESULTADOS

El tercer capítulo está compuesto por la presentación de los resultados conseguidos en el actual estudio que cuenta con el título “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018”, en esta parte describiremos los aspectos abordados de la investigación, así como los resultados obtenidos, análisis e interpretación de estos. Todo esto fue posible mediante la información obtenida mediante dos cuestionarios que fueron aplicados a los usuarios de Bass Disco; vaciándose la información obtenida al programa SPSS, para el debido análisis e interpretación, también fueron realizadas graficas en el sistema Excel y así poder obtener una alta comprensión en los resultados.

3.1. Tablas y Figuras

3.1.1. Prueba de Contrastación hipótesis.

Tabla 5.

Contrastación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario

			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,828**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	306	306
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,828**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	306	306

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propi

Interpretación: Según lo obtenido por medio de tabla anterior, es posible evidenciar, la presencia del nivel en significancia bilateral es inferior al p-valor (0.05), lo cual determina la presencia de una correspondencia entre variables, de igual manera, se presente un factor de correlación semejante a 0,828, lo que significa que existe una correlación positiva y significativa entre ambas variables. Permitiendo esto la aceptación de la hipótesis de estudio: la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

3.1.2. Analizar la calidad de servicio en la discoteca Bass Disco, Chiclayo.

Tabla 6.

La infraestructura exterior de la discoteca es atractiva.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	67	22%
En desacuerdo	105	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	21%
De acuerdo	43	14%
Totalmente de acuerdo	27	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

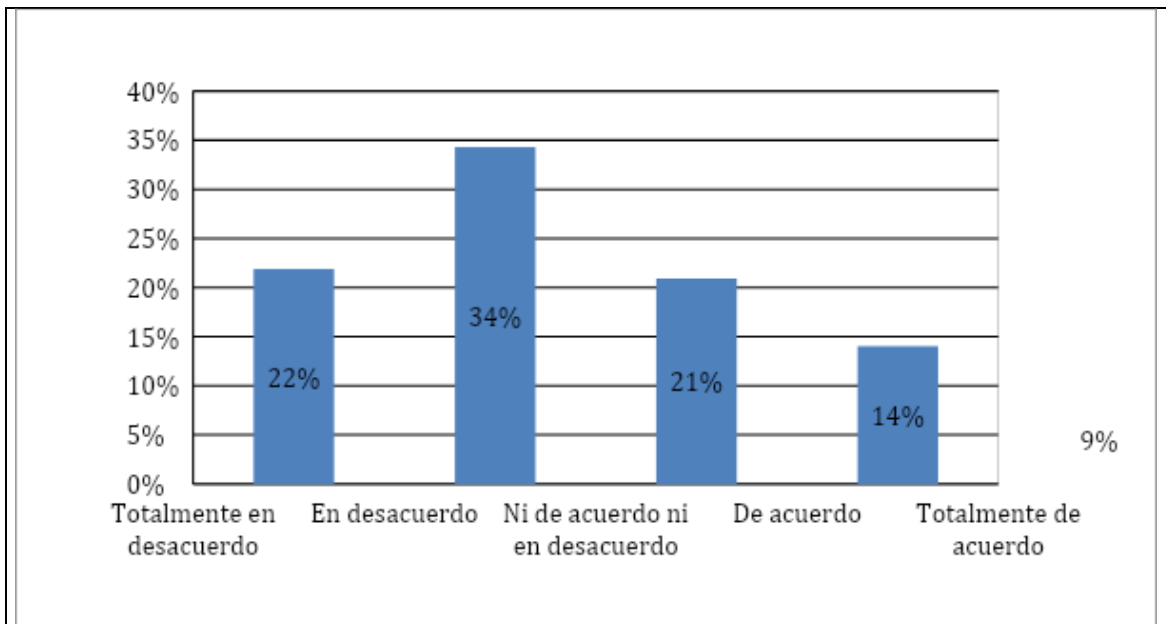


Figura 1. La infraestructura exterior de la discoteca es atractiva.

Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con lo obtenido en las derivaciones del presente cuestionario, obtuvo a 34% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que la infraestructura exterior de la discoteca es atractiva, el 22% de los usuarios indicaron están totalmente en desacuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 9% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 7.

Los espacios al interior del local están bien acondicionados.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	71	23%
En desacuerdo	103	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	19%
De acuerdo	45	15%
Totalmente de acuerdo	28	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

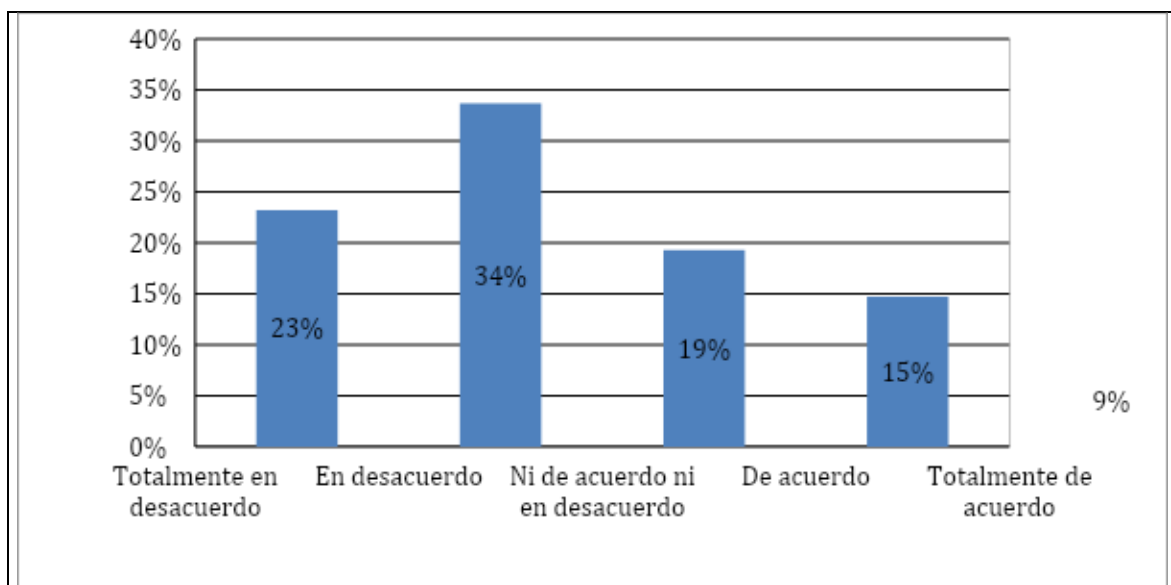


Figura 2. Los espacios al interior del local están bien acondicionados

Elaboración propia

Interpretación: Conforme con lo obtenido en resultados del presente cuestionario, se obtuvo a un 34% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que los espacios al interior del local están bien acondicionados, el 23% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15% de acuerdo y el 9% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 8.

El equipo de sonido utilizado para la ambientación, es de calidad.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	63	21%
En desacuerdo	101	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	23%
De acuerdo	40	13%
Totalmente de acuerdo	32	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

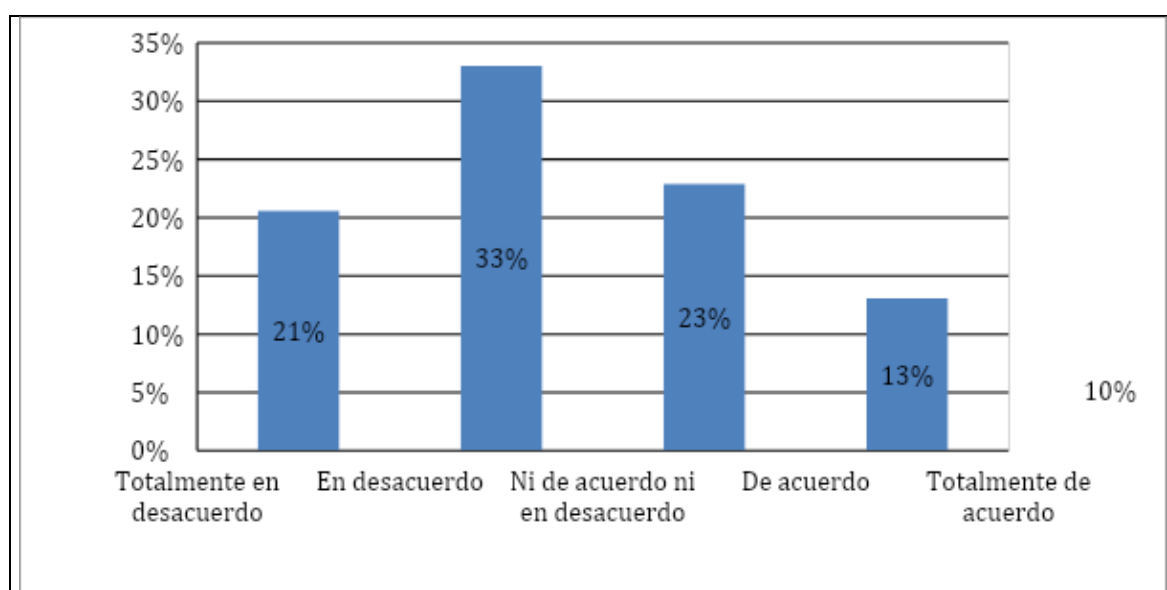


Figura 3. El equipo de sonido utilizado para la ambientación, es de calidad.

Elaboración propia

Interpretación: En conformidad con lo obtenido en deducciones del presente cuestionario, obtuvo a 33% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que el equipo de sonido utilizado para la ambientación es de calidad, el 21% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 10% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 9.

La cantina o servicio de barra está bien surtido.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	62	20%
En desacuerdo	117	38%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	21%
De acuerdo	40	13%
Totalmente de acuerdo	24	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

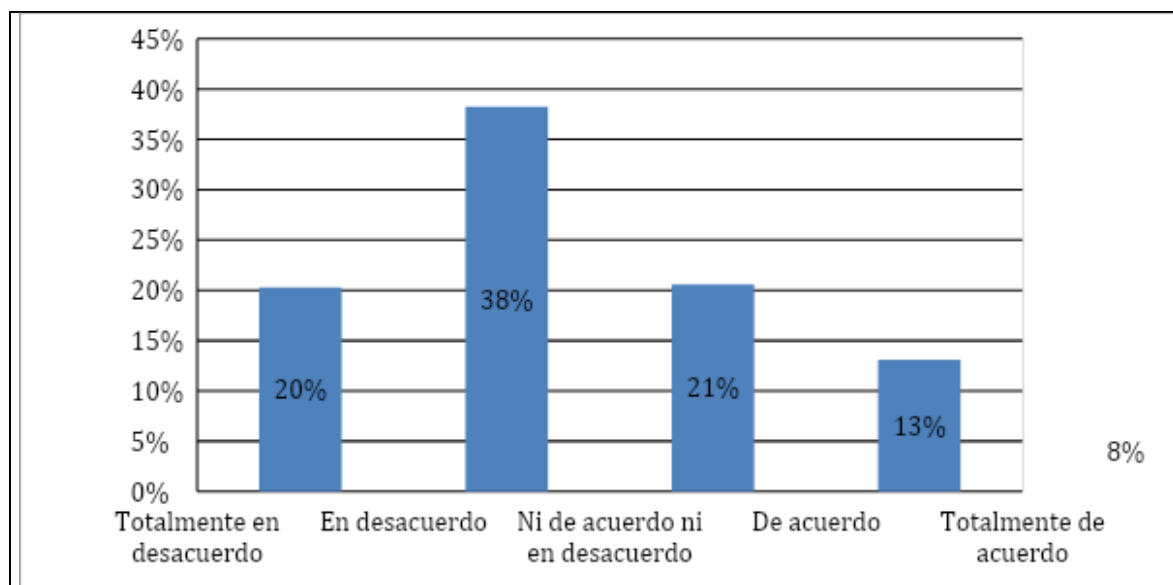


Figura 4. *La cantina o servicio de barra está bien surtido*

Elaboración propia

Interpretación: Acorde con lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo a 38% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que la cantina o servicio de barra está bien surtido, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 20% indicaron encontrarse totalmente en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 8% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 10.

La discoteca cuenta con herramientas para comunicarse con el personal de contacto

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	74	24%
En desacuerdo	87	28%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	76	25%
De acuerdo	46	15%
Totalmente de acuerdo	23	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

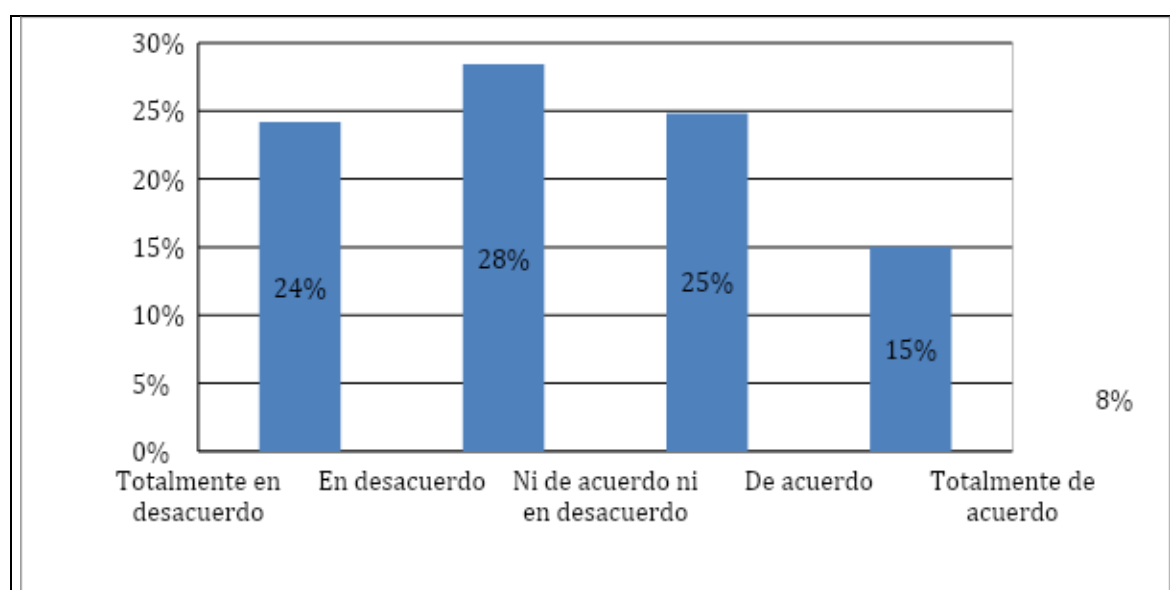


Figura 5. La discoteca cuenta con herramientas para comunicarse con el personal de contacto

Elaboración propia

Interpretación: Según lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo al 28% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que la discoteca cuenta con herramientas para comunicarse con el personal de contacto, el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 24% señalaron hallarse totalmente en desacuerdo, el 15% de acuerdo y el 8% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 11.

Es fácil tener acceso de comunicación con el personal de contacto

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	62	20%
En desacuerdo	105	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	23%
De acuerdo	36	12%
Totalmente de acuerdo	32	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

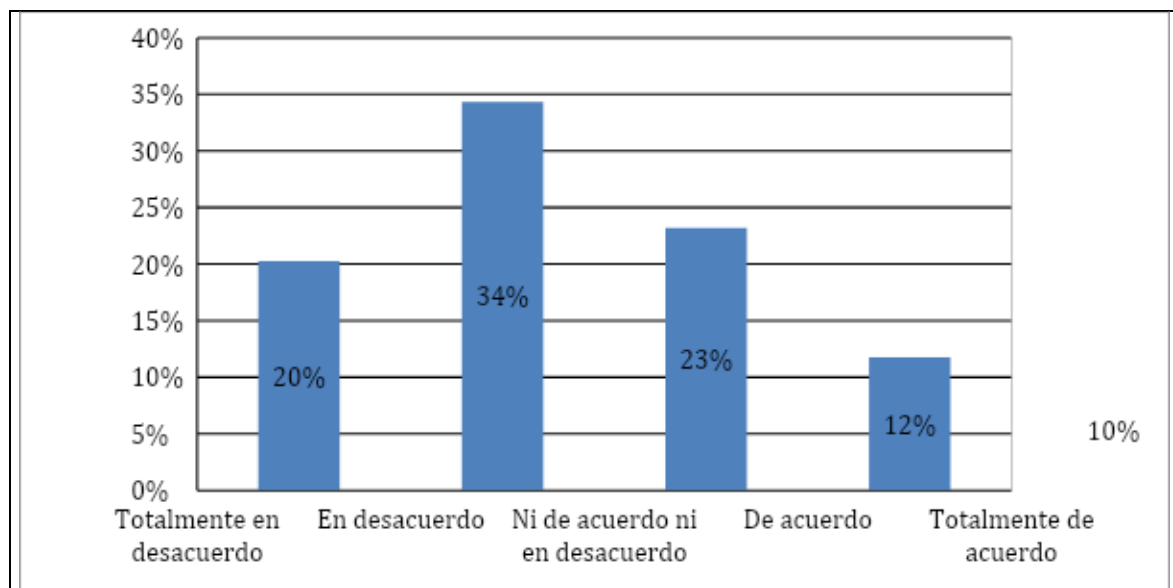


Figura 6. Es fácil tener acceso de comunicación con el personal de contacto

Elaboración propia

Interpretación: En conformidad con lo obtenido en deducciones del presente cuestionario, obtuvo al 34% en desacuerdo en considerar que es fácil tener acceso de comunicación con el personal de contacto, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 12% de acuerdo y el 10% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 12.

Las promociones, comunicadas a través de publicidad, son cumplidas como tal

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	73	24%
En desacuerdo	98	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	22%
De acuerdo	48	16%
Totalmente de acuerdo	19	6%
Total	306	100%

Elaboración propia

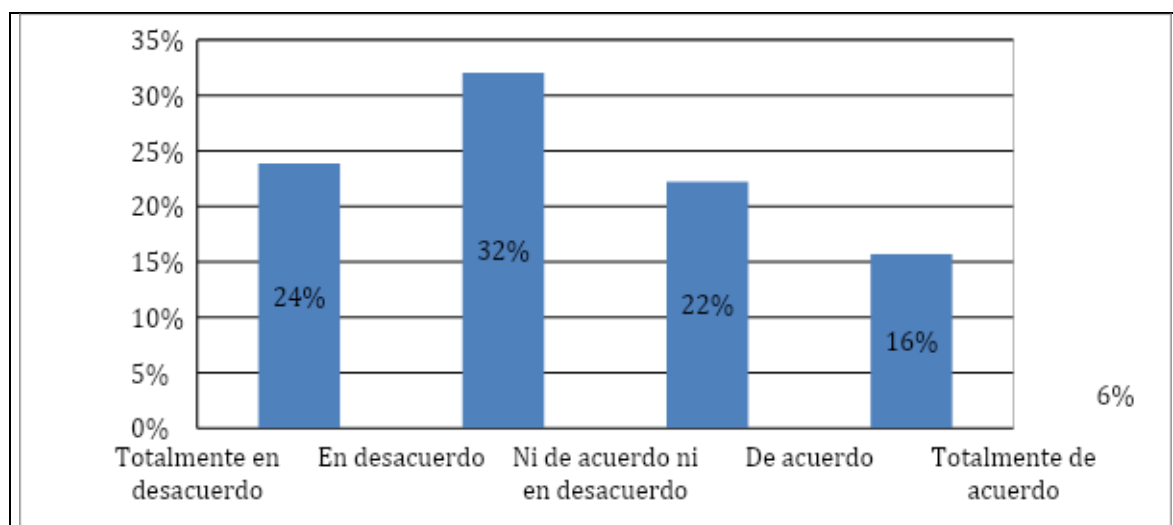


Figura 7. Las promociones, comunicadas a través de publicidad, son cumplidas como tal

Elaboración propia

Interpretación: Acorde con lo obtenido en sus deducciones del presente cuestionario, obtuvo a 32% en desacuerdo en considerar que las promociones, comunicadas a través de publicidad, son cumplidas como tal, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16% de acuerdo y el 6% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 13.

El servicio brindado por la discoteca es el que se difunde en sus propagandas

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	67	22%
En desacuerdo	99	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	75	25%
De acuerdo	37	12%
Totalmente de acuerdo	28	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

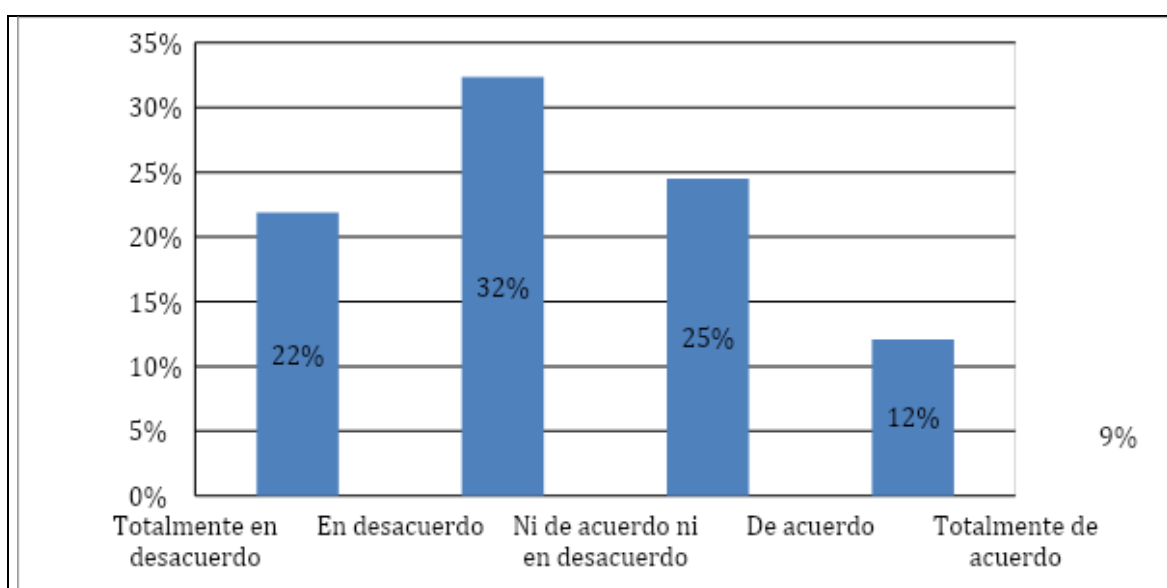


Figura 8. *El servicio brindado por la discoteca es el que se difunde en sus propagandas*

Elaboración propia

Interpretación: De conformidad con lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo a un 32% de los usuarios están en desacuerdo al considerar al servicio ofrecido por la discoteca se trata del cual difunde en sus propagandas, el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 22% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 12% de acuerdo y el 9% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 14.
Asiste usted regularmente a la discoteca.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	77	25%
En desacuerdo	88	29%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	69	23%
De acuerdo	42	14%
Totalmente de acuerdo	30	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

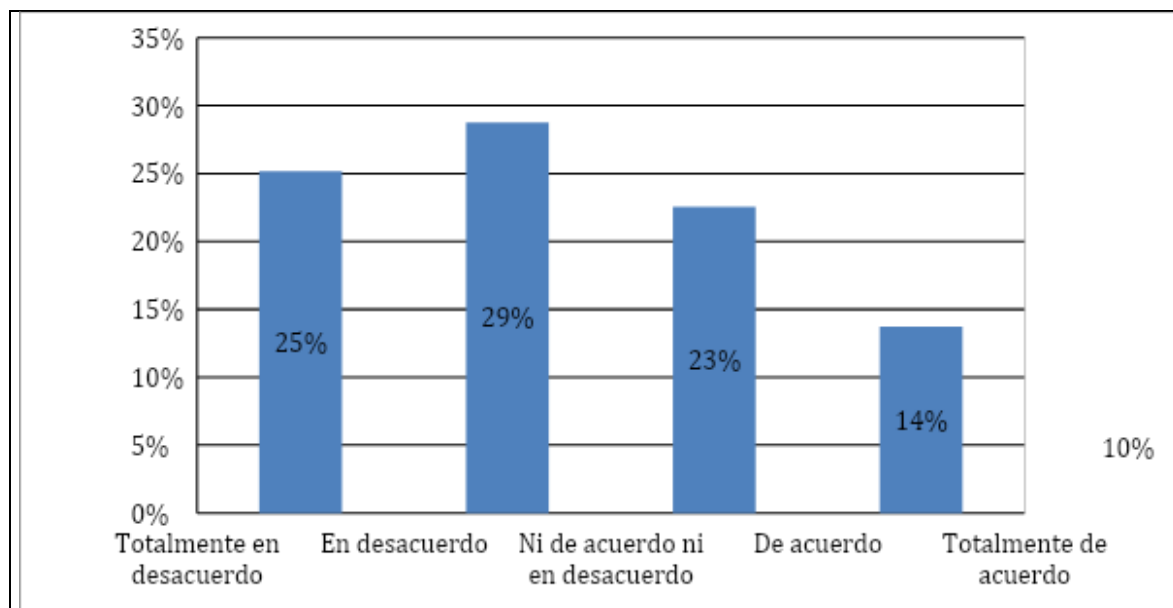


Figura 9. *Asiste usted regularmente a la discoteca.*

Elaboración propia

Interpretación: Según lo obtenido en derivaciones del presente cuestionario, obtuvo al 29% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que asiste usted regularmente a la discoteca, el 25% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 10% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 15.

Las experiencias vividas con el servicio ofrecido en el establecimiento son en su mayoría positivas.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	68	22%
En desacuerdo	99	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	21%
De acuerdo	47	15%
Totalmente de acuerdo	28	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

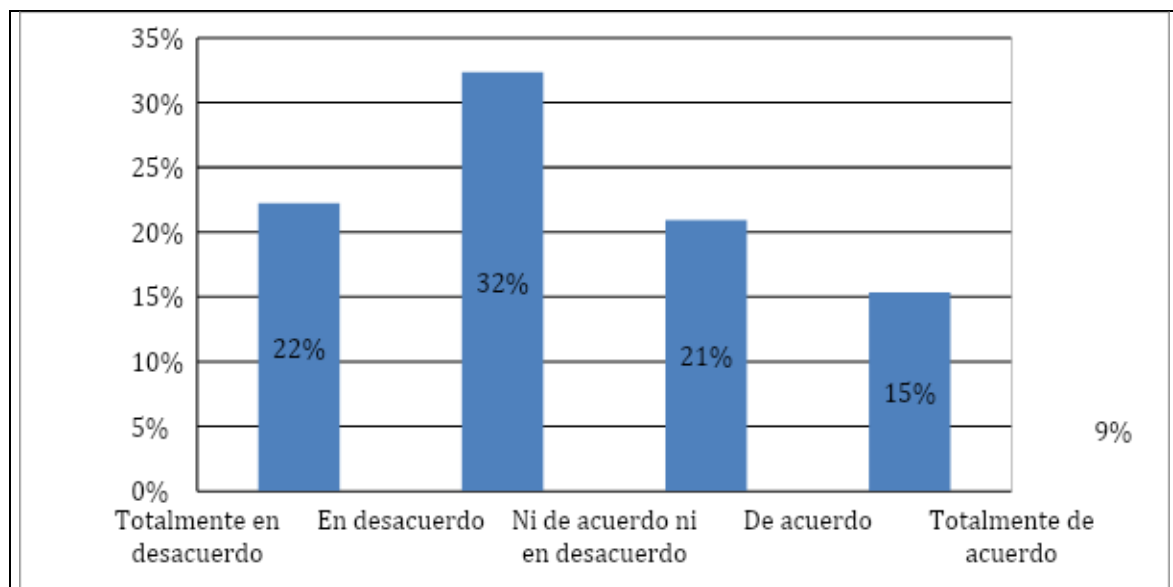


Figura 10. *Las experiencias vividas con el servicio ofrecido en el establecimiento son en su mayoría positivas.*

Elaboración propia

Interpretación: Mediante lo obtenido en resultados del presente cuestionario, manifestó el 32% están en desacuerdo en considerar que las experiencias vividas con el servicio ofrecido en el establecimiento son en su mayoría positivas, el 22% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15% de acuerdo y el 9% revelaron encontrarse totalmente de acuerdo.

Tabla 16.

El personal de servicio está capacitado para atender dudas y reclamos por parte de los usuarios

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	60	20%
En desacuerdo	108	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	80	26%
De acuerdo	32	10%
Totalmente de acuerdo	26	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

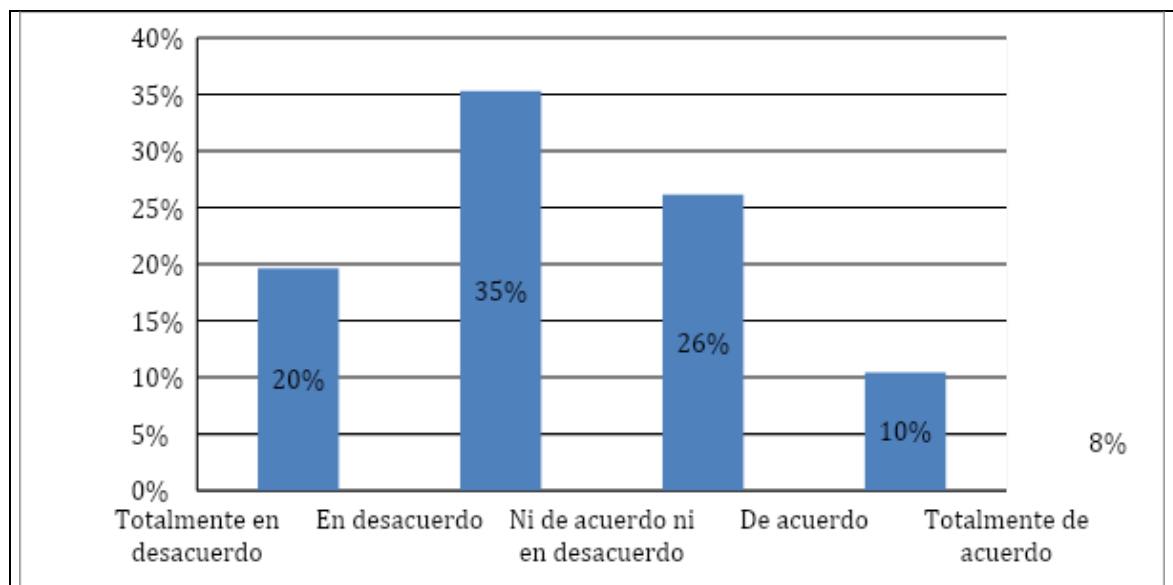


Figura 11. *El personal de servicio está capacitado para atender dudas y reclamos por parte de los usuarios*

Elaboración propia

Interpretación: Por medio de lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo al 35% en desacuerdo en considerar que el personal de servicio está capacitado para atender dudas y reclamos por parte de los usuarios, el 26% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 20% mostraron hallarse totalmente en desacuerdo, el 10% de acuerdo y el 8% de los usuarios señalaron encontrarse totalmente de acuerdo.

Tabla 17.

Considera usted que el personal de contacto de la discoteca cuenta con previa experiencia con respecto a la atención al público.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	73	24%
En desacuerdo	93	30%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	76	25%
De acuerdo	37	12%
Totalmente de acuerdo	27	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

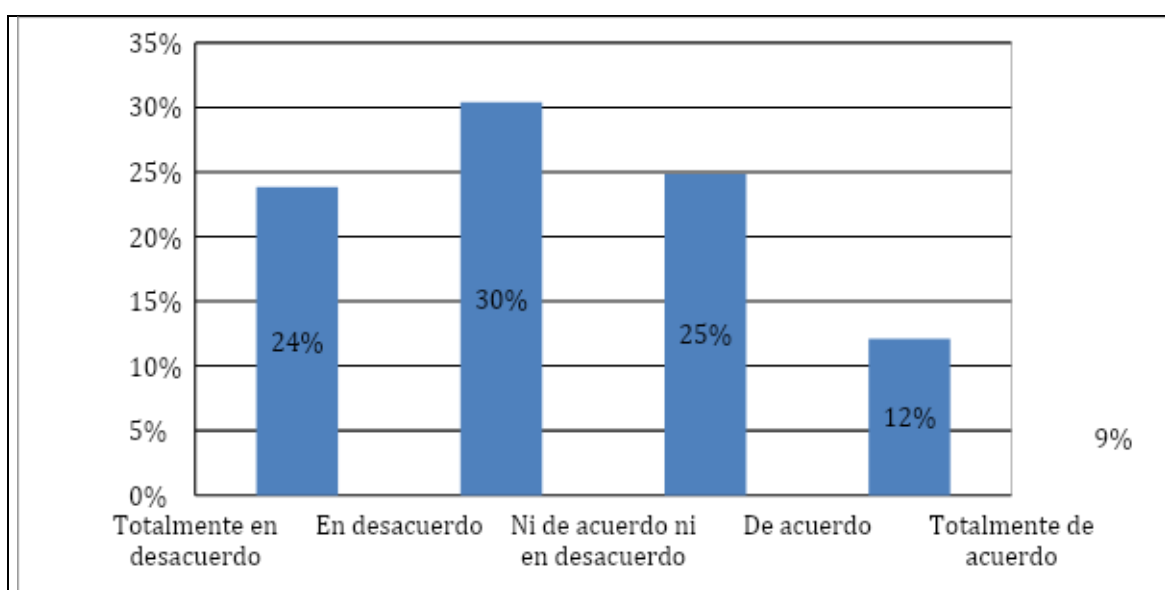


Figura 12. *Considera usted que el personal de contacto de la discoteca cuenta con previa experiencia con respecto a la atención al público.*

Elaboración propia

Interpretación: A través de lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo a un 30% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que el personal de contacto de la discoteca cuenta con previa experiencia con respecto a la atención al público., el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 12% de acuerdo y el 9% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 18.

El personal dedicado a la atención al público se muestra receptivo ante cualquier inquietud por parte de los usuarios.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	63	21%
En desacuerdo	110	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	21%
De acuerdo	39	13%
Totalmente de acuerdo	30	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

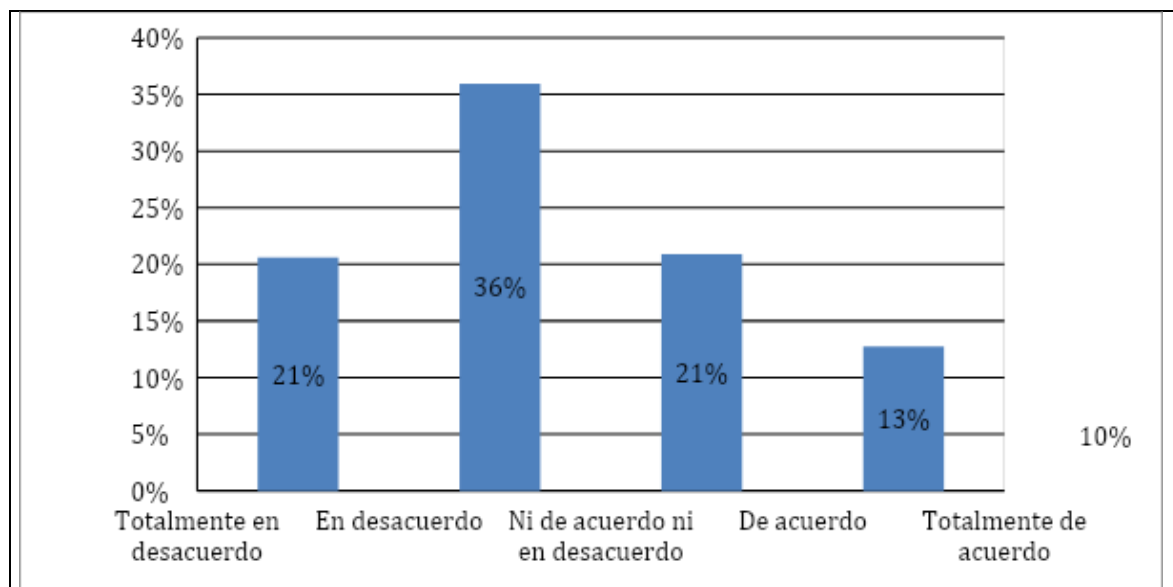


Figura 13. *El personal dedicado a la atención al público se muestra receptivo ante cualquier inquietud por parte de los usuarios.*

Elaboración propia

Interpretación: Partiendo de lo obtenido en los resultados del presente cuestionario, obtuvo al 36% en desacuerdo en considerar que el personal dedicado a la atención al público se muestra receptivo ante cualquier inquietud por parte de los usuarios, el 21% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 10% señalaron el encontrarse totalmente de acuerdo.

Tabla 19.

Considera que el personal de atención es dinámico y constantemente se muestra servicial

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	78	25%
En desacuerdo	96	31%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	22%
De acuerdo	47	15%
Totalmente de acuerdo	17	6%
Total	306	100%

Elaboración propia

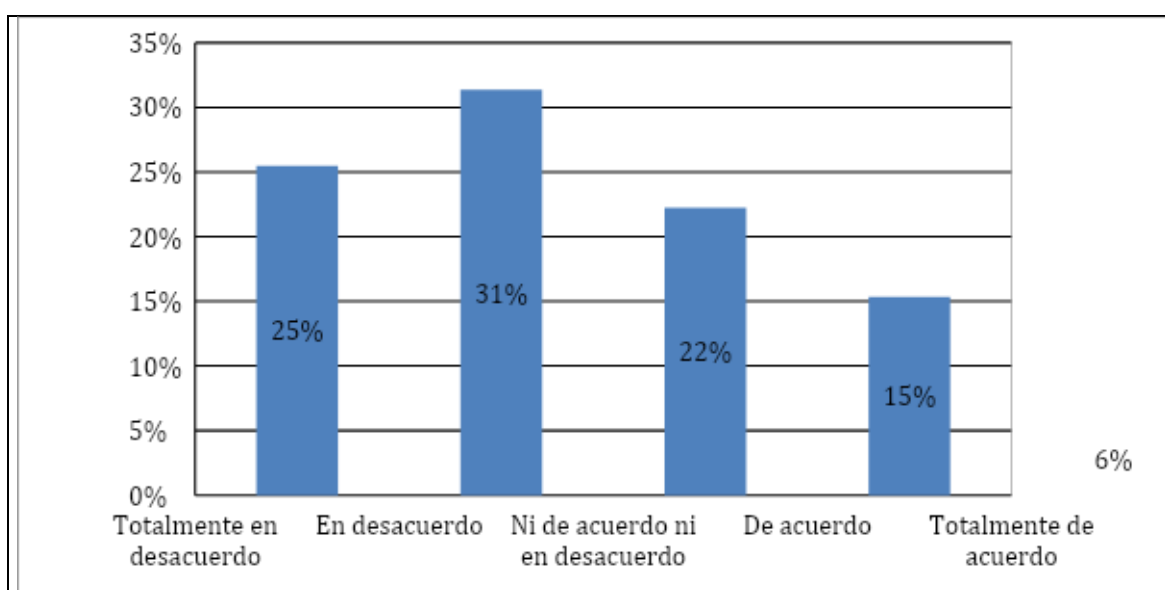


Figura 14. *Considera que el personal de atención es dinámico y constantemente se muestra servicial*

Elaboración propia

Interpretación: Según lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo a un 31% en usuarios en desacuerdo en considerar que el personal de atención es dinámico y constantemente se muestra servicial, el 25% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15% de acuerdo y el 6% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 20.

El local cuenta con ambientes seguros ante cualquier desastre.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	66	22%
En desacuerdo	101	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	23%
De acuerdo	44	14%
Totalmente de acuerdo	25	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

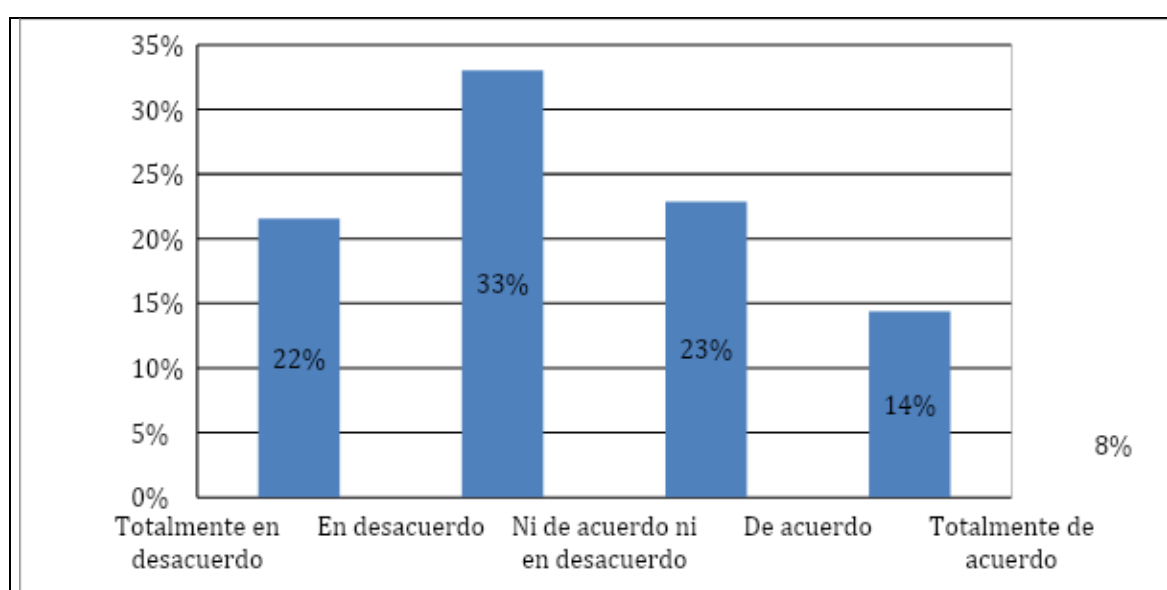


Figura 15. *El local cuenta con ambientes seguros ante cualquier desastre.*

Elaboración propia

Interpretación: Conforme con lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo a 33% usuarios están en desacuerdo en considerar que el local cuenta con ambientes seguros ante cualquier desastre, el 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 22% revelaron ubicarse totalmente en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 8% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 21.

Existen herramientas y equipos de seguridad y primeros auxilios dentro de las instalaciones.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	69	23%
En desacuerdo	111	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	22%
De acuerdo	30	10%
Totalmente de acuerdo	30	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

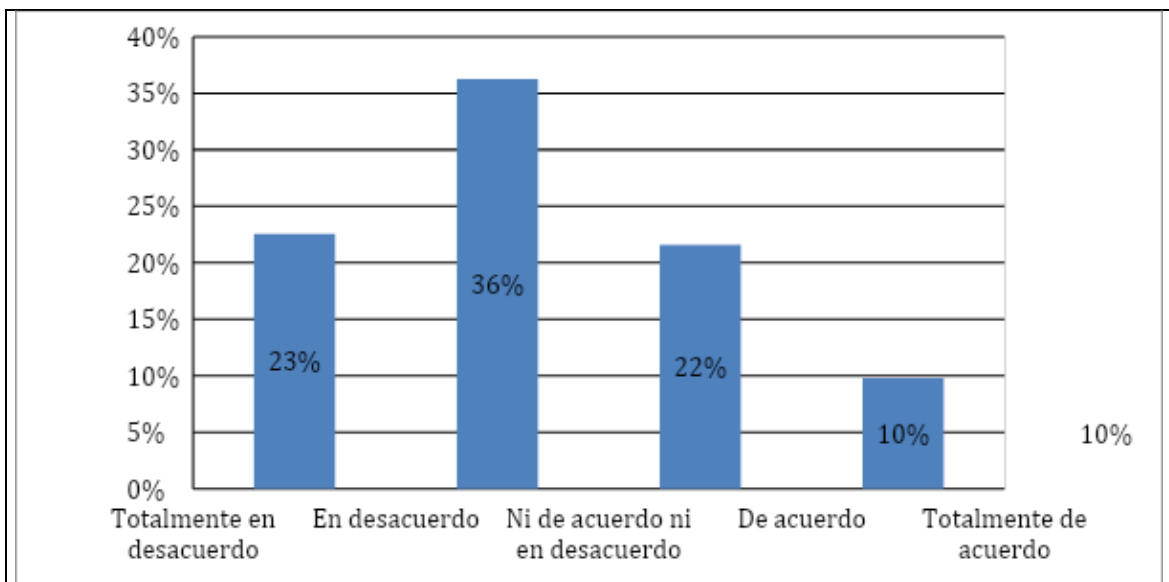


Figura 16. *Existen herramientas y equipos de seguridad y primeros auxilios dentro de las instalaciones.*

Elaboración propia

Interpretación: Conforme lo obtenido en deducciones del presente cuestionario, obtuvo a un 36% en desacuerdo en considerar si existen herramientas y equipos de seguridad y primeros auxilios dentro de las instalaciones., el 23% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% de acuerdo y el 10% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 22.

Considera que la discoteca cuenta con personal especializado en primeros auxilios.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	69	23%
En desacuerdo	102	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	22%
De acuerdo	38	12%
Totalmente de acuerdo	29	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

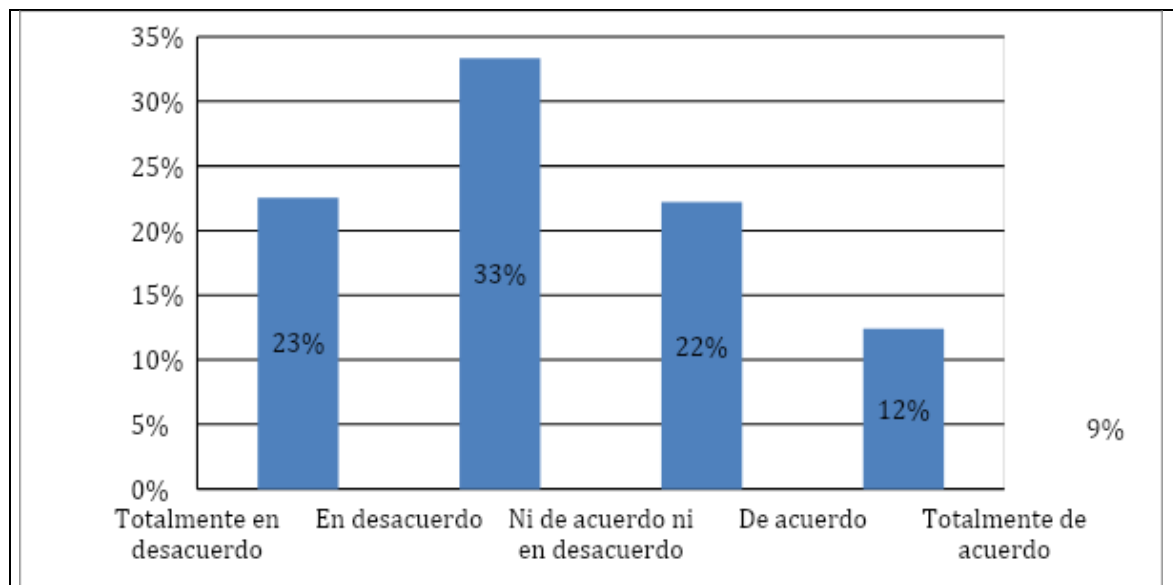


Figura 17. *Considera que la discoteca cuenta con personal especializado en primeros auxilios.*

Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo lo obtenido en resultados del presente cuestionario, consiguió al 33% en desacuerdo en considerar que la discoteca cuenta con personal especializado en primeros auxilios, el 23% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12% de acuerdo y el 9% totalmente de acuerdo.

Tabla 23.

Piensa que la discoteca cuenta con un servicio externo ante cualquier emergencia.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	64	21%
En desacuerdo	109	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	23%
De acuerdo	35	11%
Totalmente de acuerdo	27	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

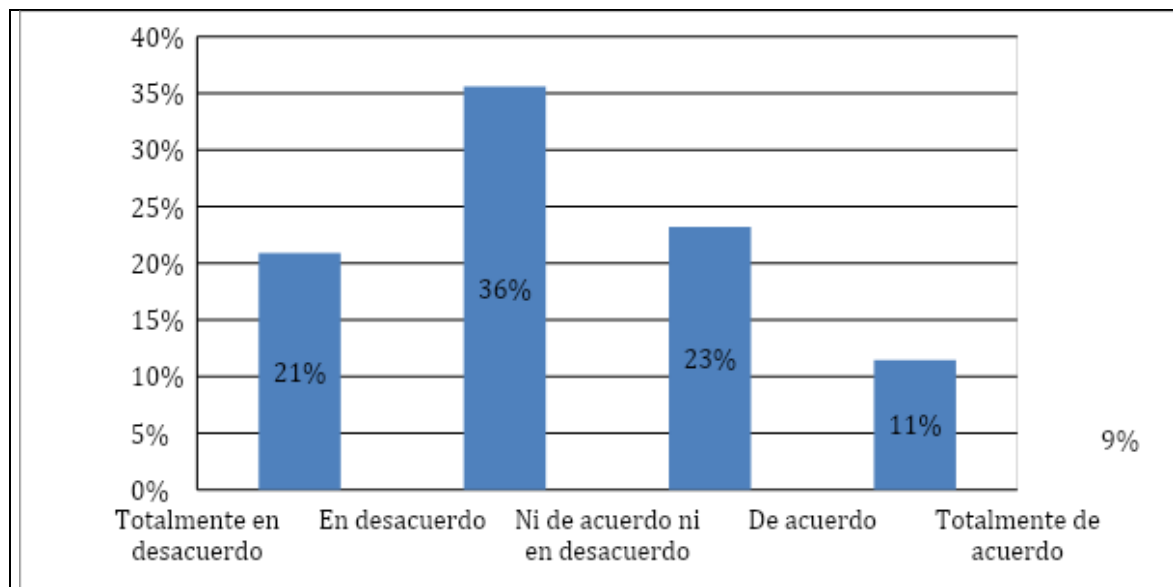


Figura 18. *Piensa que la discoteca cuenta con un servicio externo ante cualquier emergencia.*

Elaboración propia

Interpretación: Mediante lo obtenido en resultados del presente cuestionario, consiguió al 36% en desacuerdo en considerar que la discoteca cuenta con un servicio externo ante cualquier emergencia, el 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 21% totalmente en desacuerdo, el 11% de acuerdo y el 9% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 24.

Independientemente de la zona donde se encuentre el usuario, el personal de servicio brinda atención personalizada.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	61	20%
En desacuerdo	101	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	78	25%
De acuerdo	40	13%
Totalmente de acuerdo	26	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

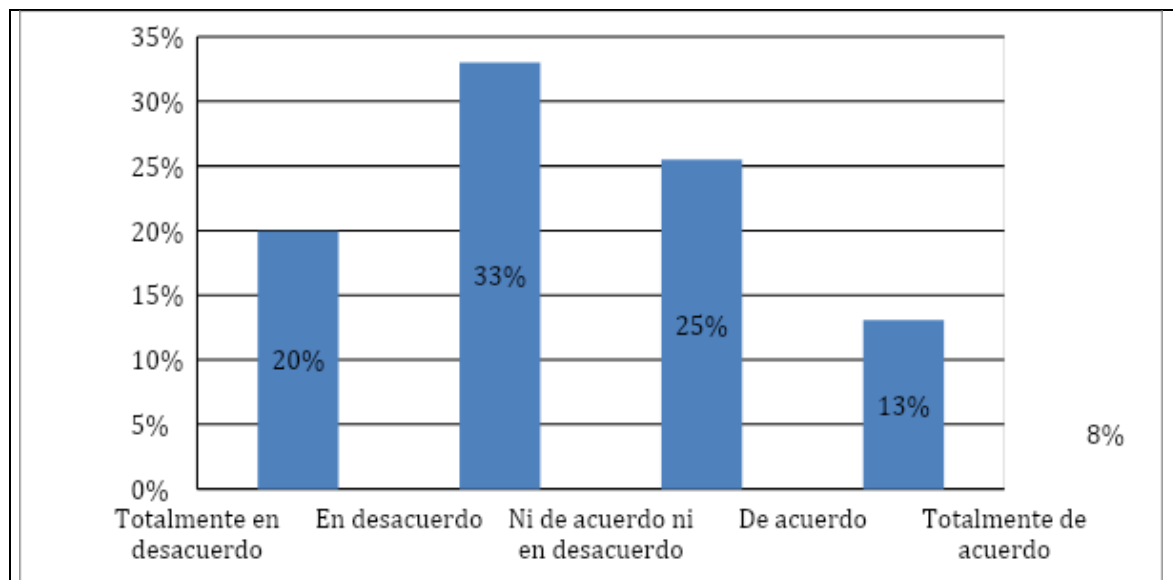


Figura 19. *Independientemente de la zona donde se encuentre el usuario, el personal de servicio brinda atención personalizada.*

Elaboración propia

Interpretación: Acorde con lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo al 33% en desacuerdo en considerar que independiente de la zona donde se encuentre el usuario, el personal de servicio brinda atención personalizada, el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 8% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 25.

Considera que las zonas exclusivas, como VIP, cuentan con un servicio preferencial.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	65	21%
En desacuerdo	107	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	23%
De acuerdo	36	12%
Totalmente de acuerdo	27	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

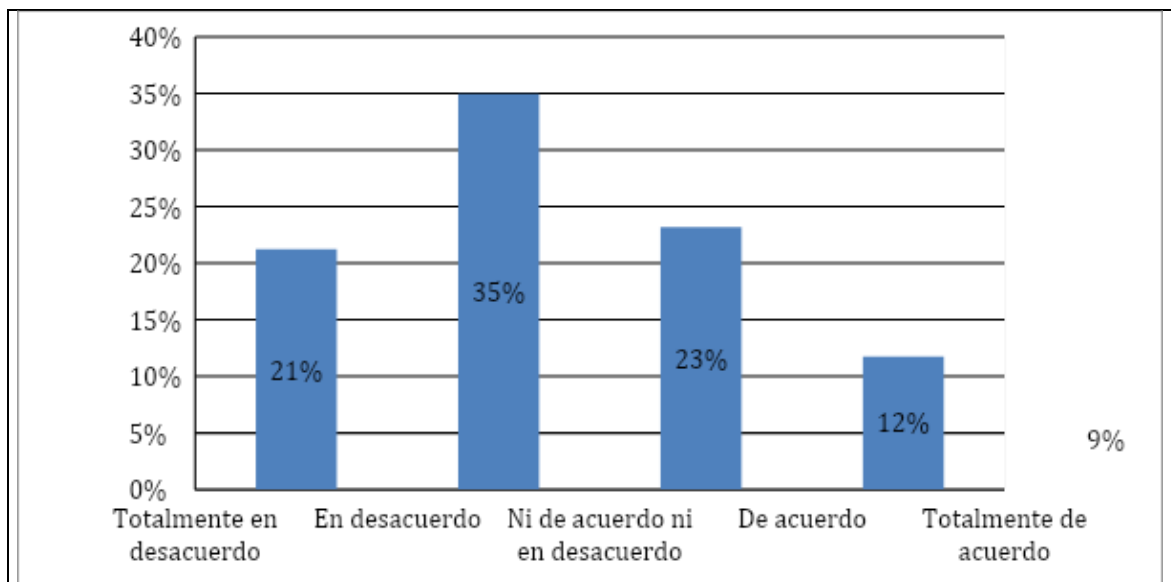


Figura 20. *Considera que las zonas exclusivas, como VIP, cuentan con un servicio preferencial.*

Elaboración propia

Interpretación: Por medio de lo obtenido en las derivaciones del presente cuestionario, obtuvo a un 35% en desacuerdo en considerar que las zonas exclusivas, como VIP, cuentan con un servicio preferencial, el 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 21% totalmente en desacuerdo, el 12% de acuerdo y el 9% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 26.

El personal se muestra disponible ante cualquier sugerencia o queja.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	70	23%
En desacuerdo	98	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	20%
De acuerdo	60	20%
Totalmente de acuerdo	17	6%
Total	306	100%

Elaboración propia

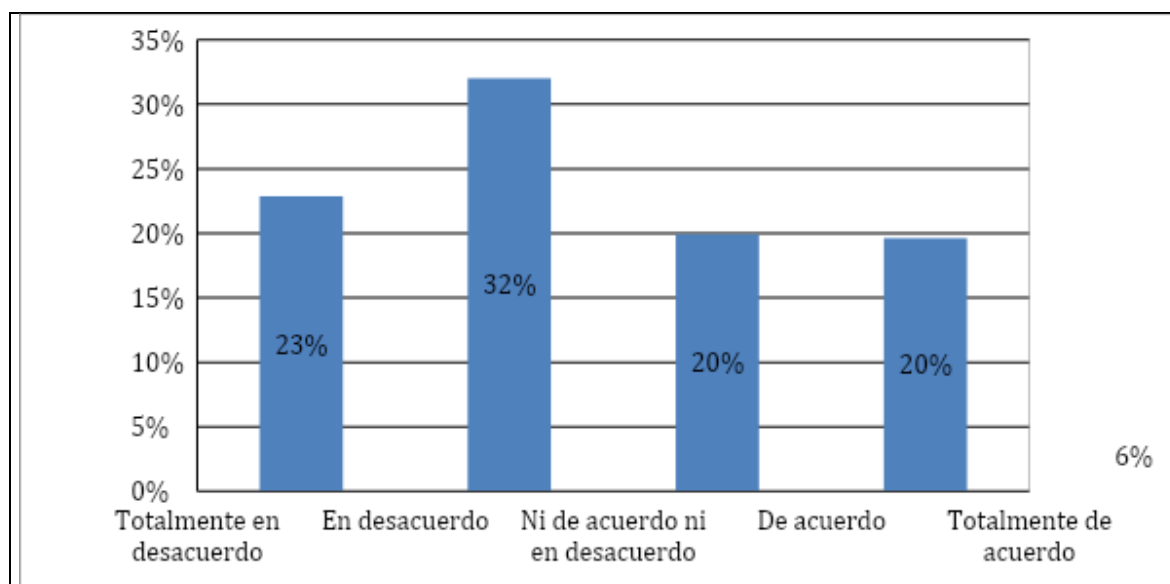


Figura 21. *El personal de muestra disponible ante cualquier sugerencia o queja.*

Elaboración propia

Interpretación: Según lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo a un 32% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que el personal de muestra disponible ante cualquier sugerencia o queja, el 23% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 20% de acuerdo y el 6% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 27.

El personal de contacto muestra una adecuada forma de responder ante las inquietudes y solicitudes por parte de los usuarios.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	73	24%
En desacuerdo	95	31%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	19%
De acuerdo	54	18%
Totalmente de acuerdo	26	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

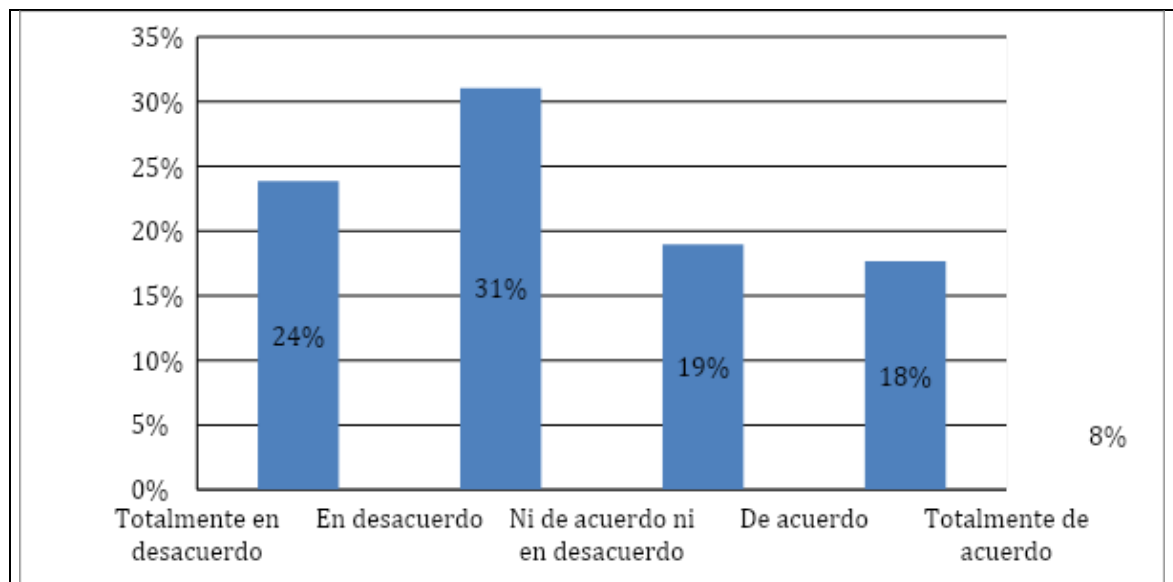


Figura 22. *El personal de contacto muestra una adecuada forma de responder ante las inquietudes y solicitudes por parte de los usuarios.*

Elaboración propia

Interpretación: En conformidad con lo obtenido en deducciones del presente cuestionario, consiguió al 31% en desacuerdo en considerar que personal de contacto muestra una adecuada forma de responder ante las inquietudes y solicitudes por parte de los usuarios, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18% de acuerdo y el 8% indicaron estar totalmente de acuerdo.

3.1.3. Medir el nivel de satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

Tabla 28.

Las referencias acerca de la discoteca que recibe, en su mayoría, son positivas.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	65	21%
En desacuerdo	103	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	77	25%
De acuerdo	39	13%
Totalmente de acuerdo	22	7%
Total	306	100%

Elaboración propia

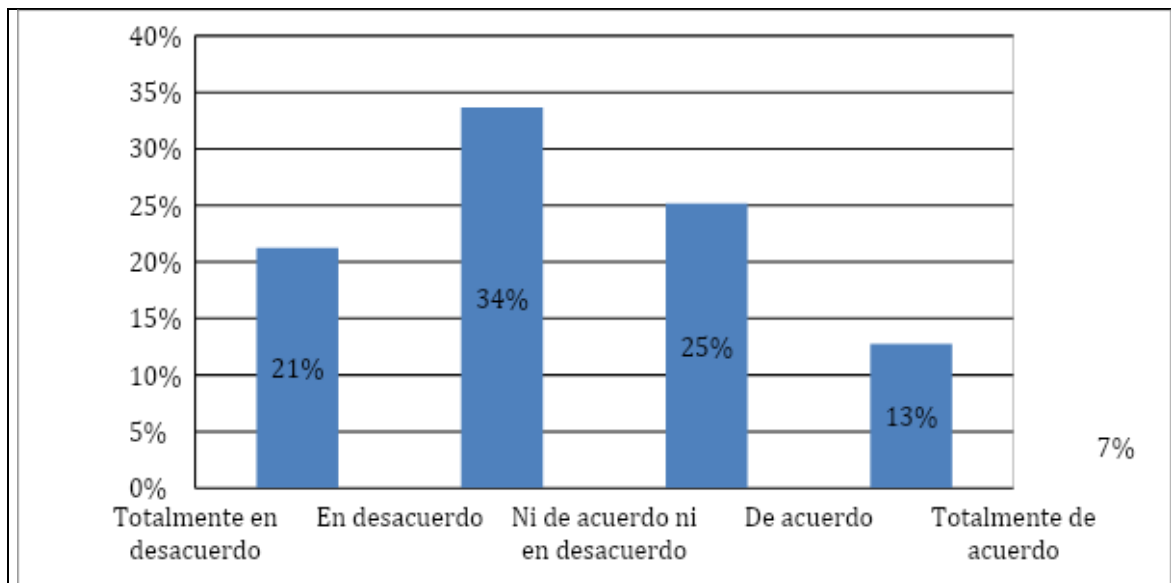


Figura 23. *Las referencias acerca de la discoteca que recibe, en su mayoría, son positivas.*

Elaboración propia

Interpretación: Acorde con lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo a un 34% en desacuerdo en considerar que las referencias acerca de la discoteca que recibe, en su mayoría, son positivas, el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 7% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 29.

Consideraría, el recomendar la asistencia a dicho establecimiento

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	68	22%
En desacuerdo	110	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	19%
De acuerdo	44	14%
Totalmente de acuerdo	26	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

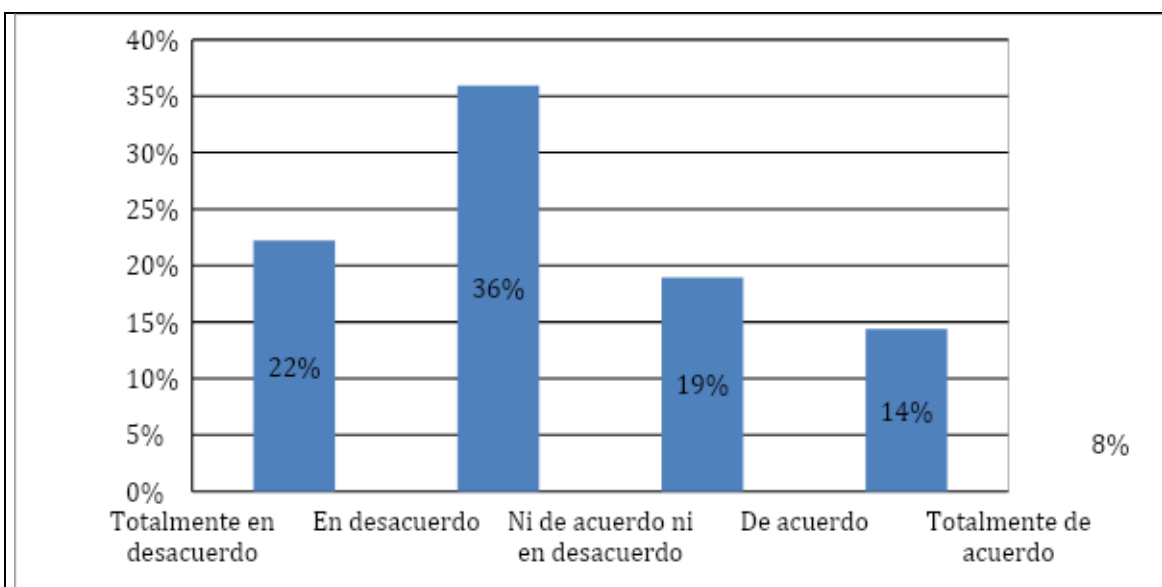


Figura 24. *Consideraría el recomendar la asistencia a dicho establecimiento*

Elaboración propia

Interpretación: Mediante lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo 36% en desacuerdo en considerar recomendar la asistencia a dicho establecimiento, el 22% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 8% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 30.

Piensa usted recomendar a la discoteca, en general, como una prestadora de un servicio de calidad.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	69	23%
En desacuerdo	106	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	20%
De acuerdo	41	13%
Totalmente de acuerdo	29	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

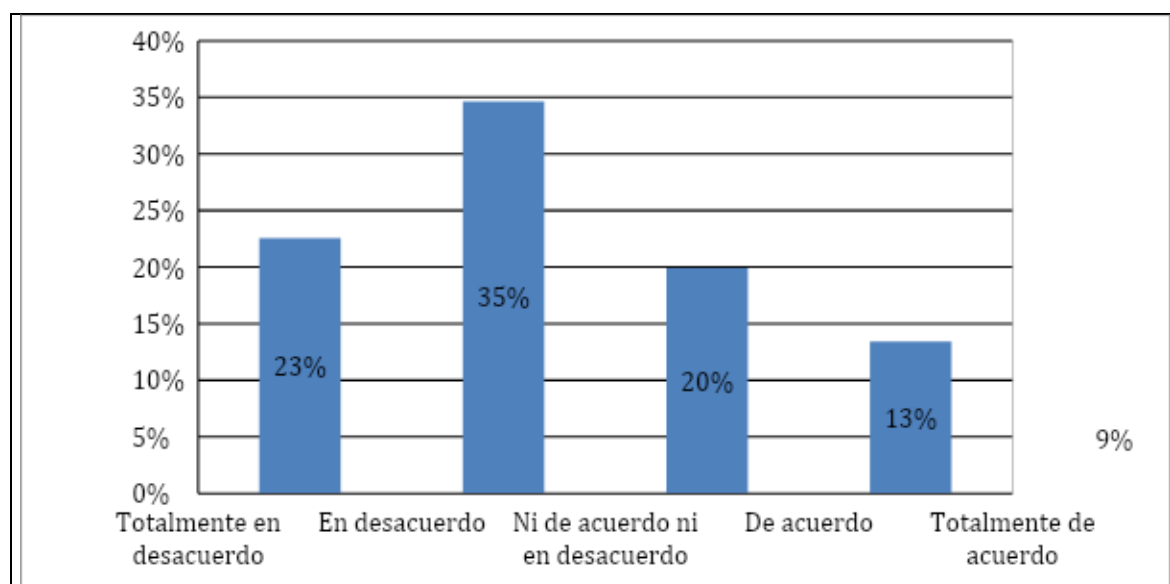


Figura 25. *Piensa usted recomendar a la discoteca, en general, como una prestadora de un servicio de calidad.*

Elaboración propia

Interpretación: A través de lo obtenido en derivaciones del presente cuestionario, obtuvo 35% usuarios están en desacuerdo en considerar recomendar a la discoteca, en general, como una prestadora de un servicio de calidad, el 23% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 9% señalaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 31.

Constantemente asiste a lugares de entretenimiento como discotecas o bares.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	61	20%
En desacuerdo	115	38%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	19%
De acuerdo	43	14%
Totalmente de acuerdo	29	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

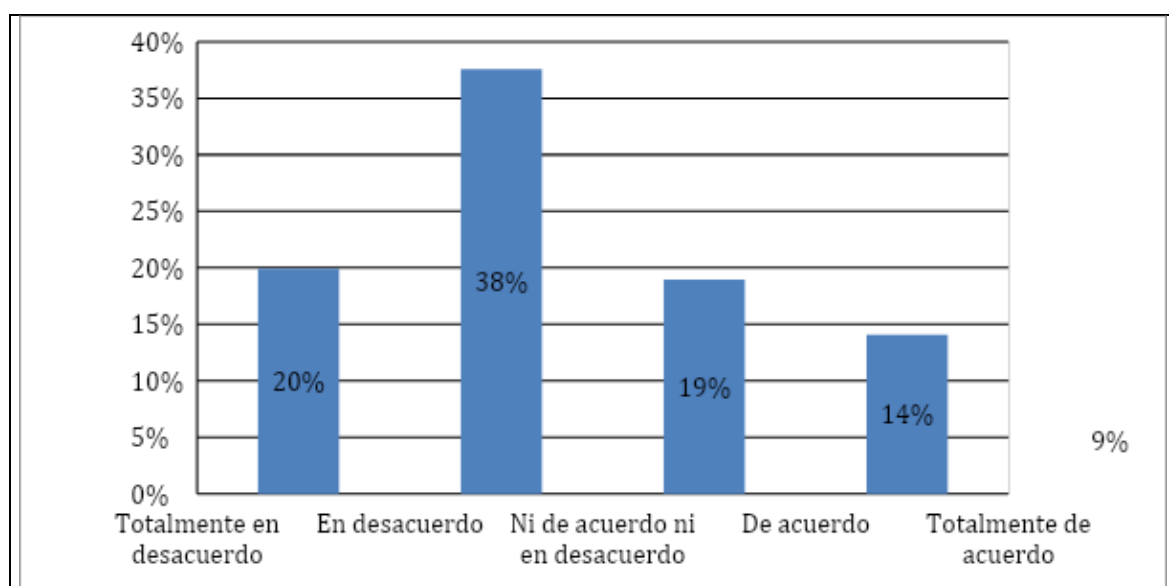


Figura 26. *Constantemente asiste a lugares de entretenimiento como discotecas o bares.*

Elaboración propia

Interpretación: Según lo obtenido en deducciones del presente cuestionario, obtuvo un 38% en usuarios en desacuerdo en asistir a lugares de entretenimiento como discotecas o bares, el 20% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 9% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 32.

Considera que la discoteca cumplió con lo esperado.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	74	24%
En desacuerdo	99	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	19%
De acuerdo	50	16%
Totalmente de acuerdo	25	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

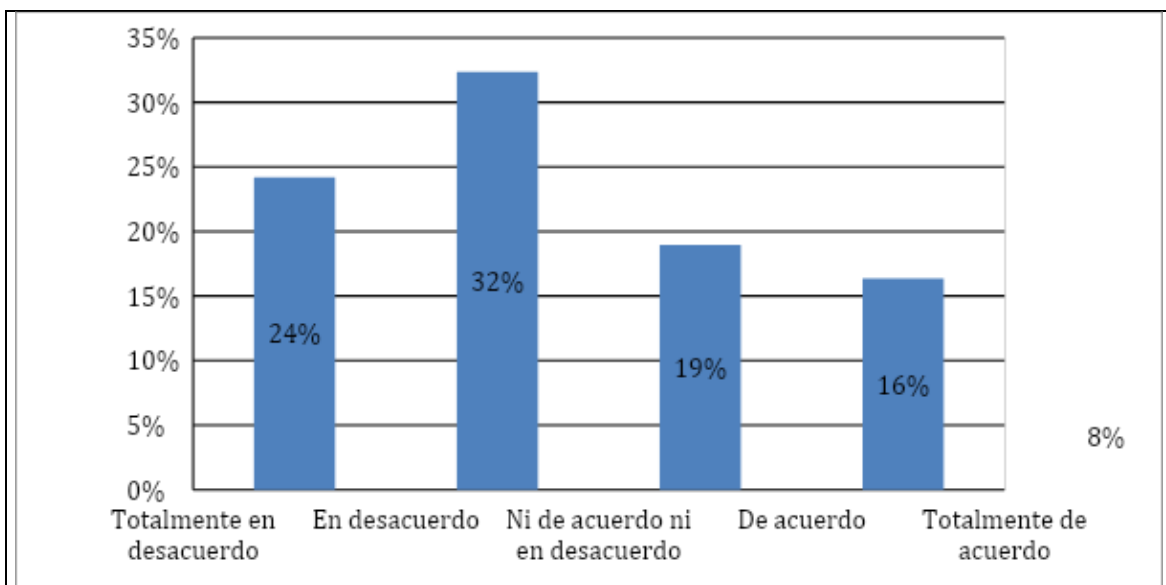


Figura 27. *Considera que la discoteca cumplió con lo esperado.*

Elaboración propia

Interpretación: Por medio de lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo al 32% en desacuerdo en considerar que la discoteca cumplió con lo esperado, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16% de acuerdo y el 8% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 33.

El servicio recibido dentro del local le permitió satisfacer sus necesidades.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	73	24%
En desacuerdo	105	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	21%
De acuerdo	39	13%
Totalmente de acuerdo	24	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

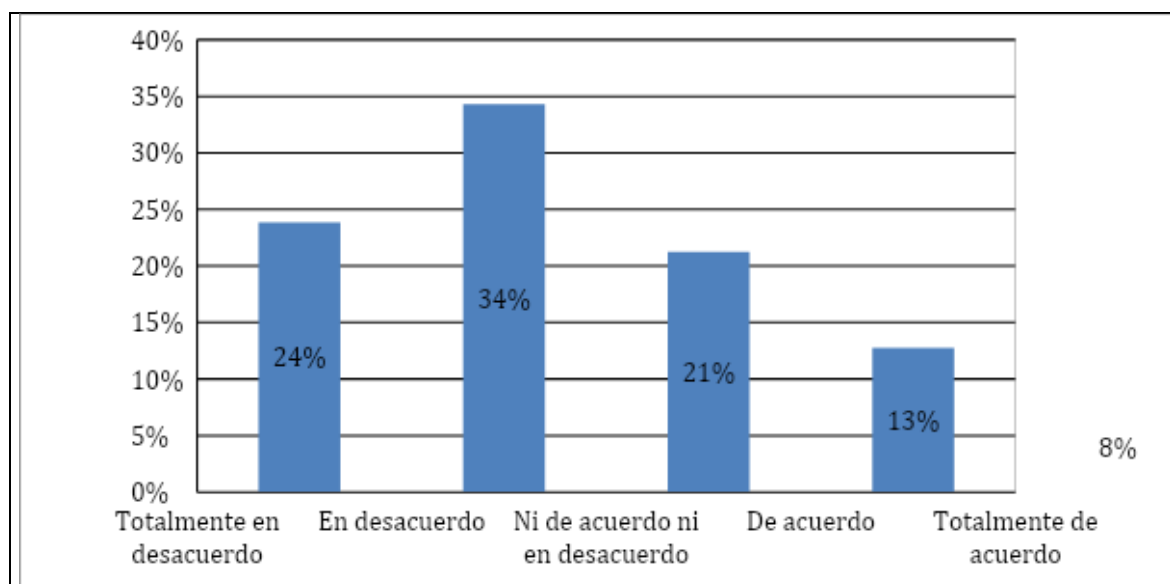


Figura 28. *El servicio recibido dentro del local le permitió el satisfacer sus necesidades.*

Elaboración propia

Interpretación: Mediante lo obtenido en las resultas del presente cuestionario, obtuvo a un 34% usuarios están en desacuerdo en considerar que el servicio recibido dentro del local le permitió satisfacer sus necesidades, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 8% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 34.
Considera el asistir nuevamente a la discoteca.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	69	23%
En desacuerdo	102	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	67	22%
De acuerdo	48	16%
Totalmente de acuerdo	20	7%
Total	306	100%

Elaboración propia

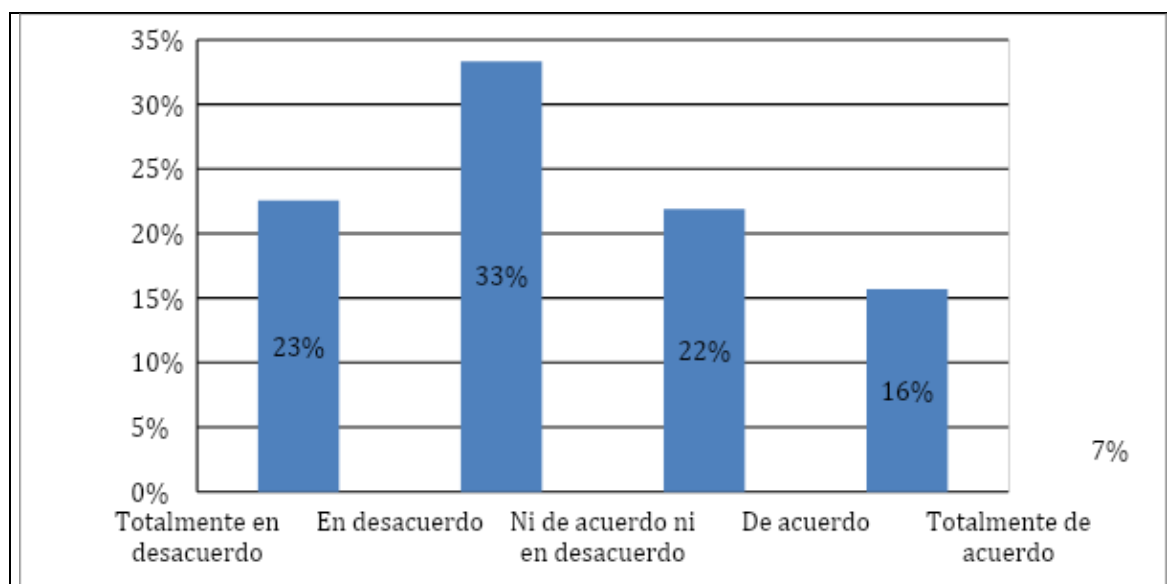


Figura 29. *Considera el asistir nuevamente a la discoteca*

Elaboración propia

Interpretación: En conformidad con lo obtenido en derivaciones del presente cuestionario, obtuvo que un 33% están en desacuerdo en considerar asistir nuevamente a la discoteca, el 23% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16% de acuerdo y el 7% totalmente de acuerdo.

Tabla 35.

Por lo general, cuando asiste al local, pretende permanecer el mayor tiempo posible

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	70	23%
En desacuerdo	101	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	21%
De acuerdo	47	15%
Totalmente de acuerdo	25	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

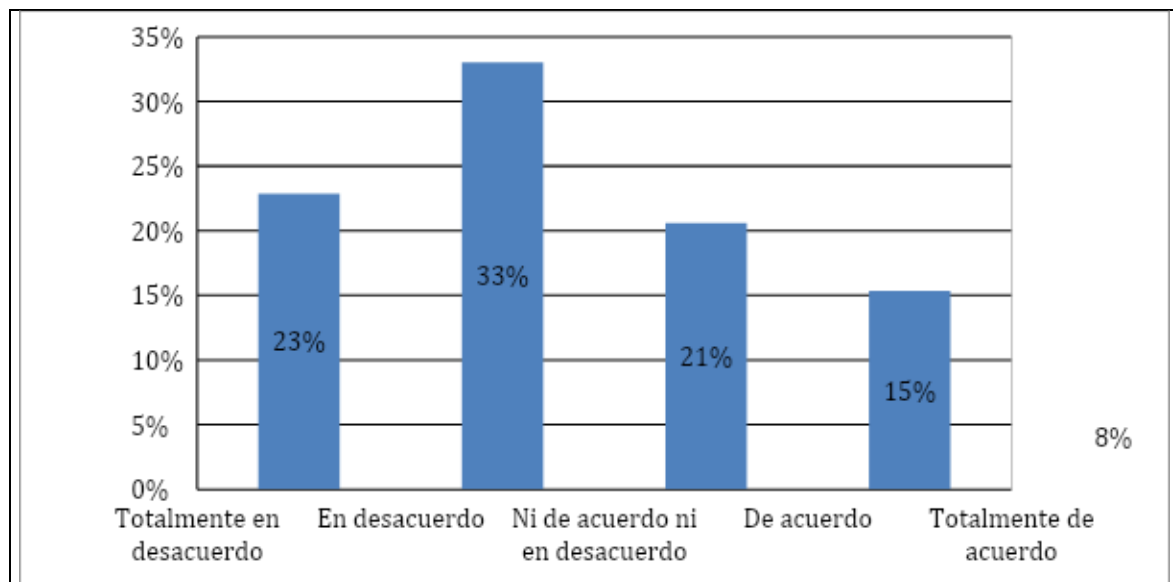


Figura 30. *Por lo general, cuando asiste al local, pretende permanecer el mayor tiempo posible*

Elaboración propia

Interpretación: Considerando lo obtenido en resultados del presente cuestionario, obtuvo que 33% están en desacuerdo por lo general, cuando asiste al local, pretender permanecer el mayor tiempo posible, el 23% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15% de acuerdo y el 8% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 36.

Constantemente asiste a la discoteca porque el servicio ofrecido, en general, es de su agrado.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	73	24%
En desacuerdo	108	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	20%
De acuerdo	42	14%
Totalmente de acuerdo	22	7%
Total	306	100%

Elaboración propia

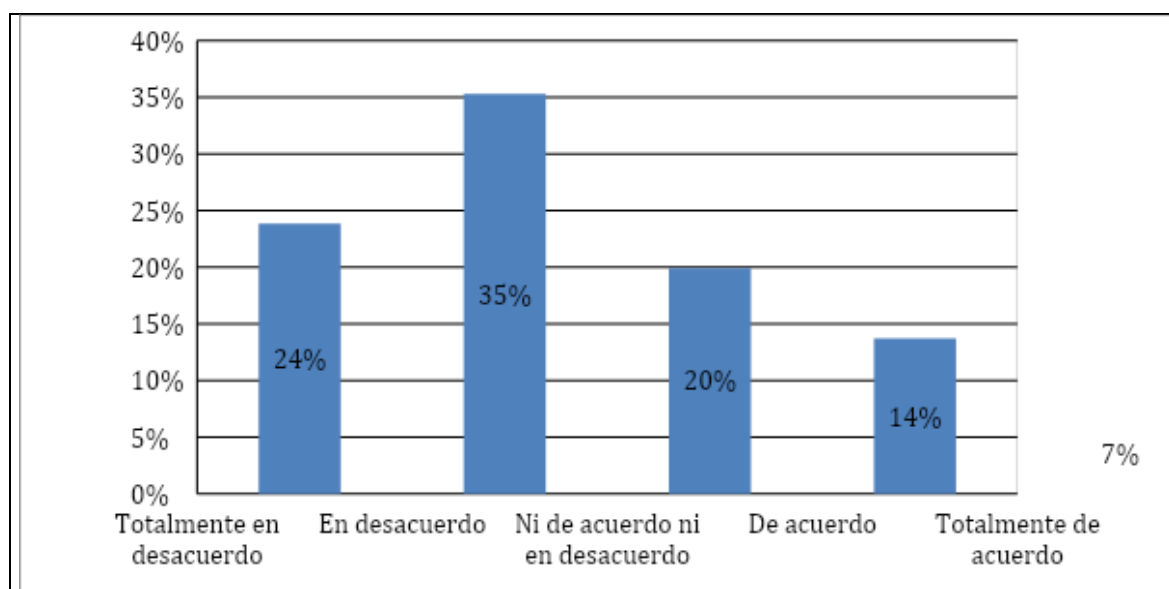


Figura 31. *Constantemente asiste a la discoteca porque el servicio ofrecido, en general, es de su agrado.*

Elaboración propia

Interpretación: Conforme con lo obtenido en las derivaciones del presente cuestionario, obtuvo en este un 35% en desacuerdo en considerar asistir constantemente a la discoteca porque el servicio ofrecido, en general, es de su agrado, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 7% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 37.

Es posible entablar comunicación con los directivos del establecimiento.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	75	25%
En desacuerdo	96	31%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	21%
De acuerdo	42	14%
Totalmente de acuerdo	28	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

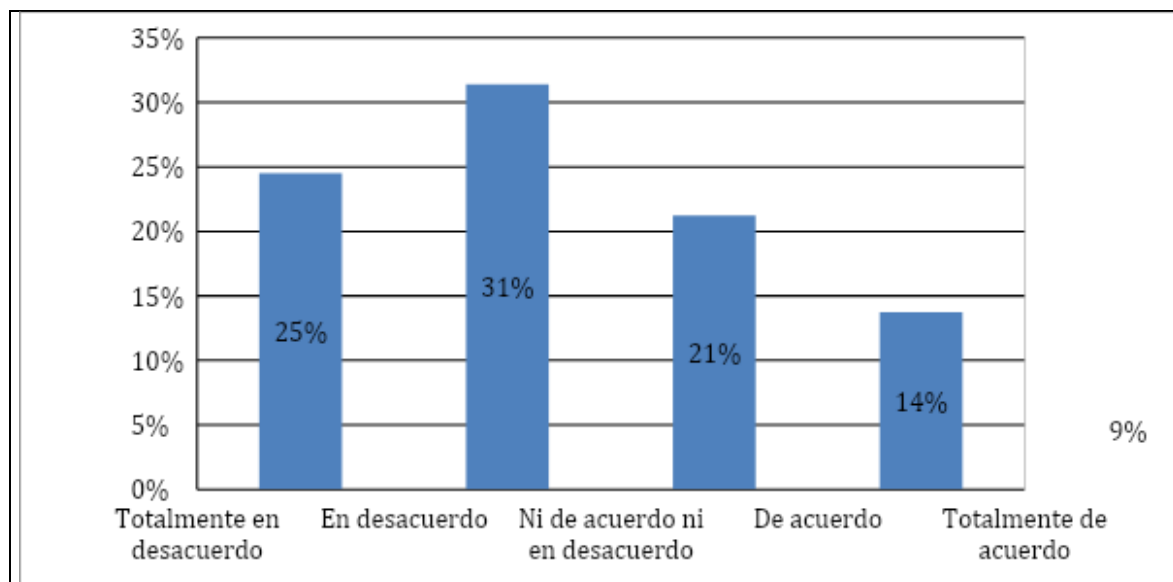


Figura 32. *Es posible entablar comunicación con los directivos del establecimiento.*

Elaboración propia

Interpretación: Según lo obtenido en resultados del presente cuestionario, alcanzó a un 31% están en desacuerdo en considerar la posibilidad de entablar comunicación con los directivos del establecimiento, el 25% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 9% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 38.

Consideraría el recomendar mejoras a los directivos sobre el servicio brindado.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	67	22%
En desacuerdo	116	38%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	18%
De acuerdo	40	13%
Totalmente de acuerdo	27	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

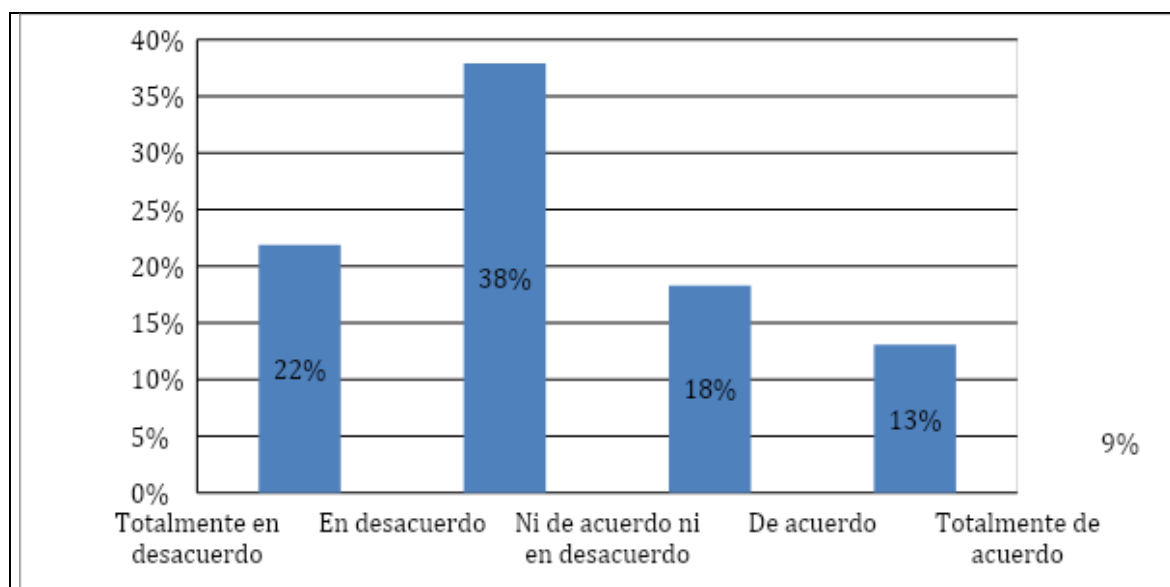


Figura 33. *Consideraría el recomendar mejoras a los directivos sobre el servicio brindado.*

Elaboración propia

Interpretación: A través de lo obtenido en resultados del presente cuestionario, demostró que 38% señalaron en desacuerdo en considerar recomendar mejoras a los directivos sobre el servicio brindado, el 22% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 18% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 9% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 39.

Tiene usted experiencias positivas con respecto al trato brindado por el encargado o administrador del establecimiento.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	74	24%
En desacuerdo	95	31%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	77	25%
De acuerdo	40	13%
Totalmente de acuerdo	20	7%
Total	306	100%

Elaboración propia

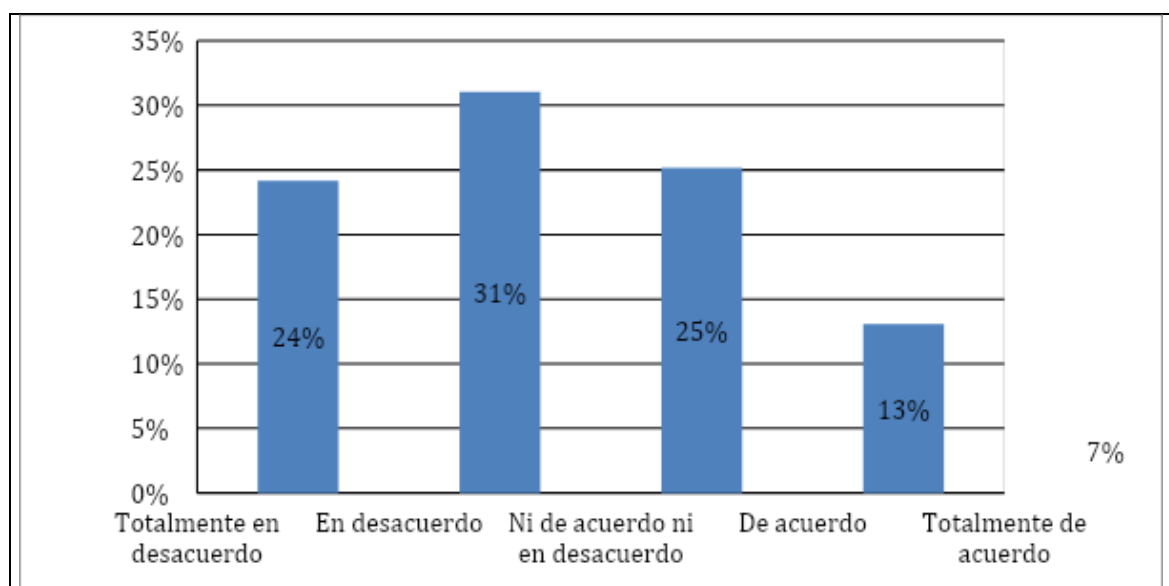


Figura 34. *Tiene usted experiencias positivas con respecto al trato brindado por el encargado o administrador del establecimiento.*

Elaboración propia

Interpretación: Por medio de lo obtenido en efectos del presente cuestionario, encontré a un 31% en desacuerdo en considerar tener experiencias positivas con respecto al trato brindado por el encargado o administrador del establecimiento, el 25% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 7% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 40.

El trato brindado por el personal fue de su agrado

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	66	22%
En desacuerdo	100	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	22%
De acuerdo	42	14%
Totalmente de acuerdo	30	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

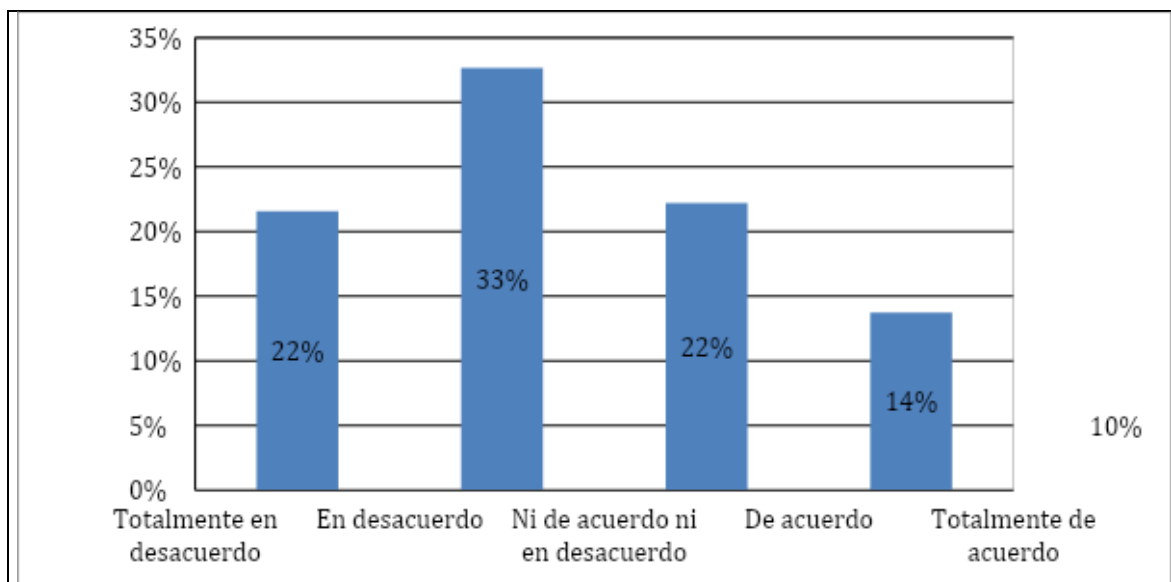


Figura 35. *El trato brindado por el personal fue de su agrado*

Elaboración propia

Interpretación: Conforme a lo obtenido en derivaciones del presente cuestionario presentó a 33% en desacuerdo al considerar que el trato brindado por el personal fue de su agrado, 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 22% exhibieron hallarse totalmente en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 10% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 41.

La ambientación dentro de la discoteca fue agradable para usted.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	56	18%
En desacuerdo	112	37%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	22%
De acuerdo	43	14%
Totalmente de acuerdo	27	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

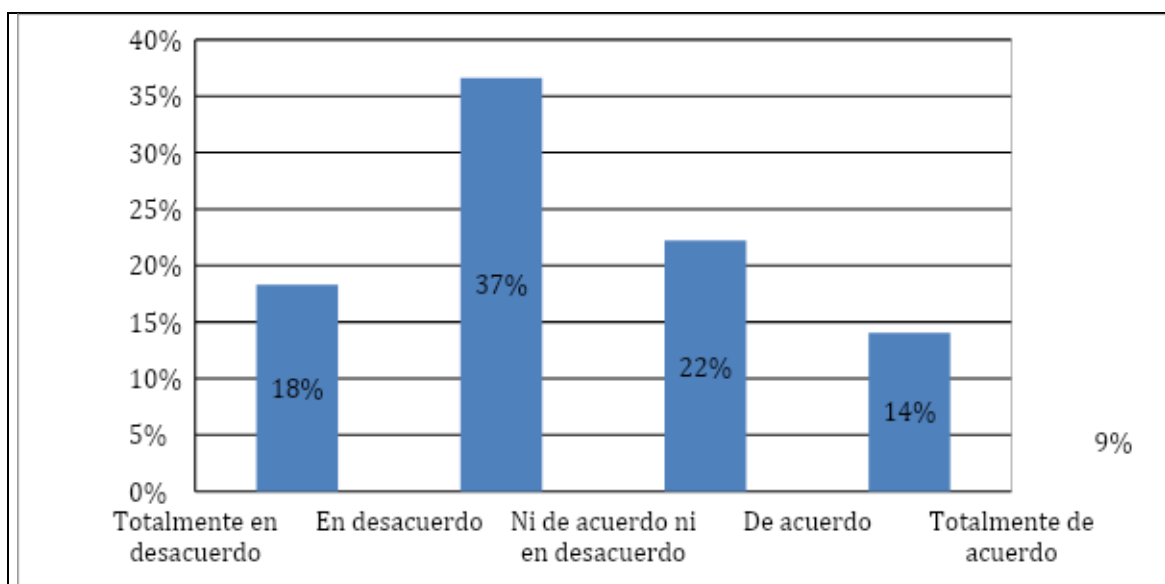


Figura 36. *La ambientación dentro de la discoteca fue agradable para usted.*

Elaboración propia

Interpretación: A través de lo obtenido en resultados del presente cuestionario, consiguió a 37% de usuarios en desacuerdo en considerar que la ambientación dentro de la discoteca fue de su agradable, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 14% de acuerdo y el 9% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 42.

En general, considera usted que el servicio tanto a nivel de infraestructura y de atención fue satisfactorio.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	72	24%
En desacuerdo	103	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	21%
De acuerdo	39	13%
Totalmente de acuerdo	27	9%
Total	306	100%

Elaboración propia

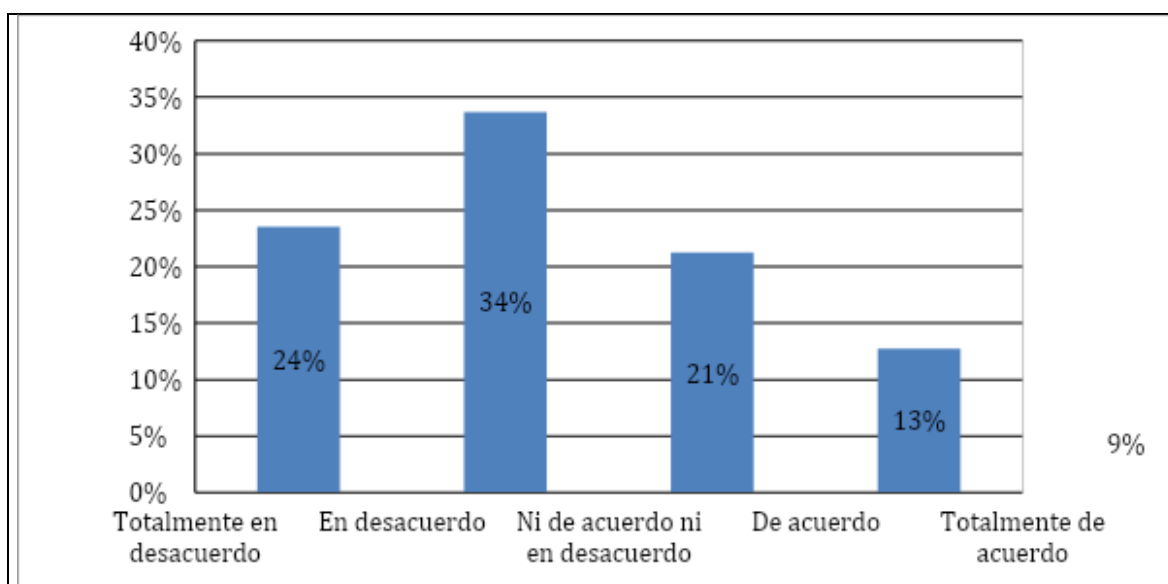


Figura 37. *En general, considera usted que el servicio tanto a nivel de infraestructura y de atención fue satisfactorio.*

Elaboración propia

Interpretación: Partiendo de lo obtenido en resultados del presente cuestionario, se obtuvo que, el 34% de los usuarios están en desacuerdo en considerar que el servicio tanto a nivel de infraestructura y de atención fue satisfactorio, el 24% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 9% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 43.

Mientras se encontraba en el local, el personal de contacto se mostró receptivo.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	64	21%
En desacuerdo	109	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	20%
De acuerdo	39	13%
Totalmente de acuerdo	32	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

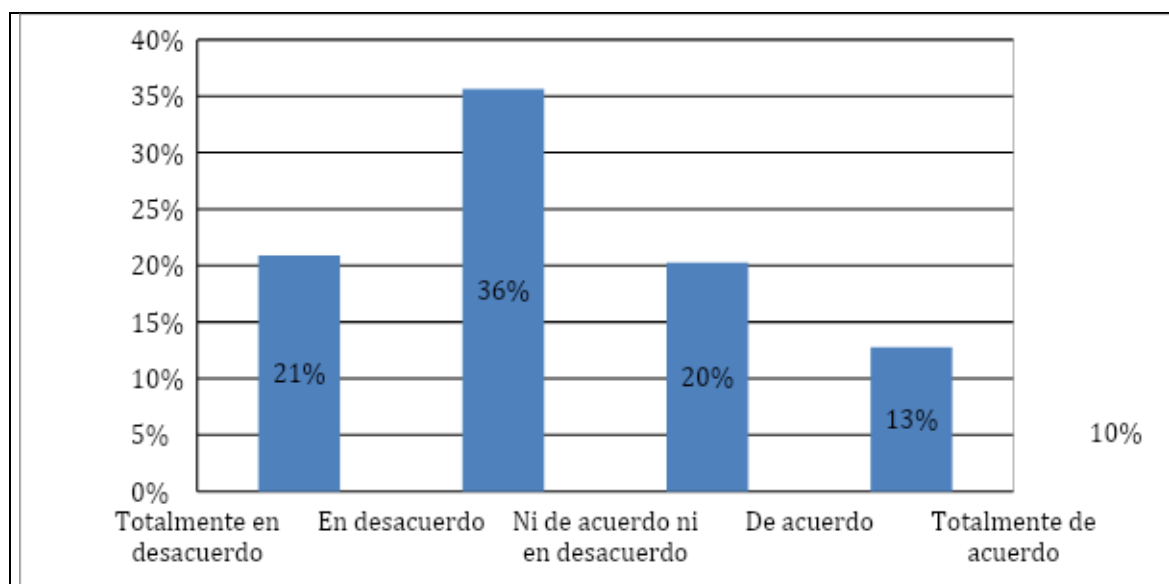


Figura 38. *Mientras se encontraba en el local, el personal de contacto se mostró receptivo.*

Elaboración propia

Interpretación: En conformidad a lo obtenido en los resultados del presente cuestionario, encontró a 36% en desacuerdo en considerar que mientras se encontraba en el local, el personal de contacto se mostró receptivo, el 21% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 10% indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 44.

Cuando hizo uso del servicio de cantina o barra, el personal de contacto le brindó la atención requerida.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	65	21%
En desacuerdo	103	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	24%
De acuerdo	36	12%
Totalmente de acuerdo	30	10%
Total	306	100%

Elaboración propia

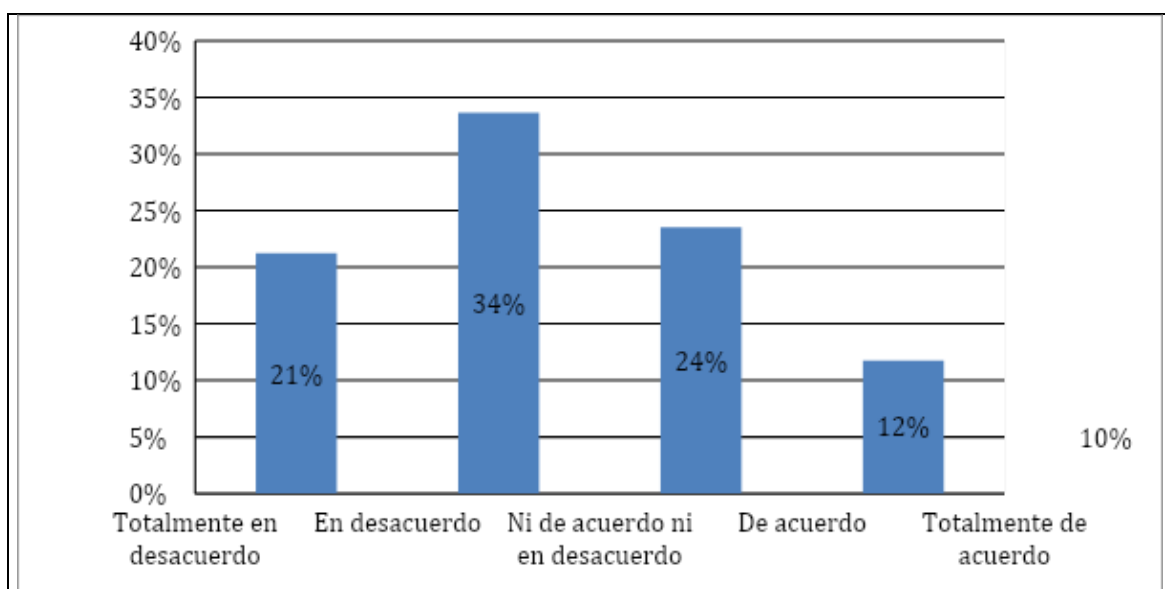


Figura 39. *Cuando hizo uso del servicio de cantina o barra, el personal de contacto le brindó la atención requerida.*

Elaboración propia

Interpretación: Según lo obtenido en derivaciones del presente cuestionario, manifestó a 34% en desacuerdo en considerar que cuando hizo uso del servicio de cantina o barra, el personal de contacto le brindó la atención requerida, el 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21% de los usuarios indicaron estar totalmente en desacuerdo, el 12% de acuerdo y el 10% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

Tabla 45.

Al momento de abandonar el local, considera que sus necesidades fueron satisfechas y que tuvo una buena experiencia.

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	68	22%
En desacuerdo	105	34%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	22%
De acuerdo	39	13%
Totalmente de acuerdo	26	8%
Total	306	100%

Elaboración propia

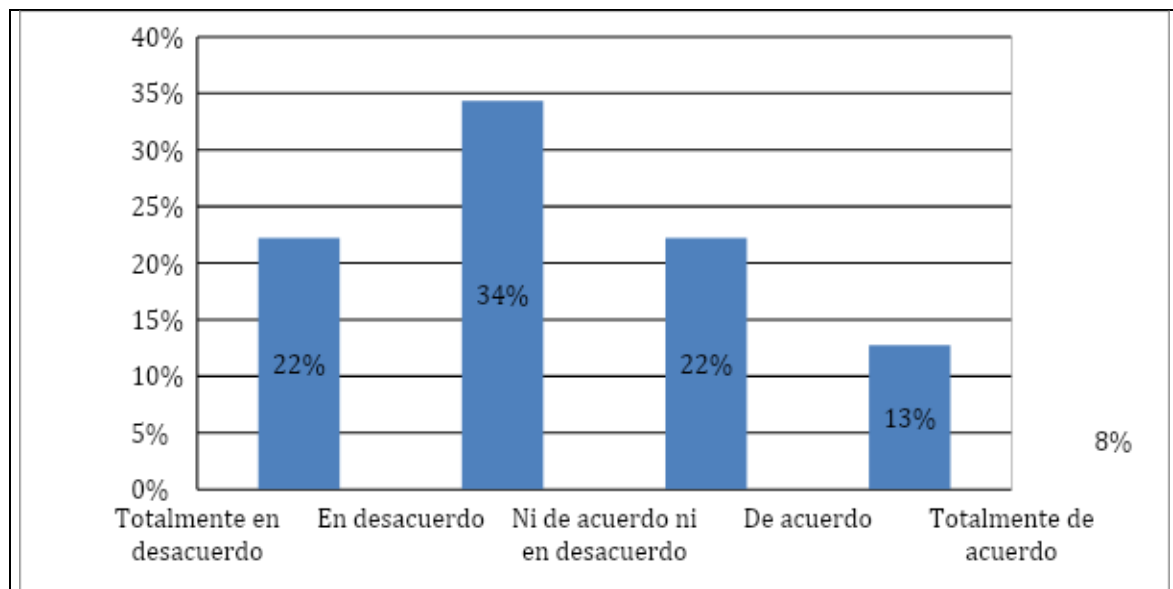


Figura 40. *Al momento de abandonar el local, considera que sus necesidades fueron satisfechas y que tuvo una buena experiencia.*

Elaboración propia

Interpretación: Con lo obtenido en resultados del presente cuestionario, consiguió a un 34% en desacuerdo en considerar que, al momento de abandonar el local, considera que sus necesidades fueron satisfechas y que tuvo una buena experiencia, el 22% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 22% demostraron quedar totalmente en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 8% de los usuarios indicaron estar totalmente de acuerdo.

3.1.4. Identificar la relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018

Tabla 46.

Relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario

			Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,828**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	306	306
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,828**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	306	306

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación: Acorde con lo obtenido en el paralelismo en la dimensión de elementos tangibles y satisfacción del usuario, alcanzó a señalar al factor de reciprocidad ubicado en una igualdad 0.828, el cual demuestra que se da la correspondencia positiva muy fuerte.

3.1.5. Identificar la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

Tabla 47.

Relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario

			Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,818**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	306	306
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	,818**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	306	306

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a lo obtenido en la relación en medio de dimensión Fiabilidad y Satisfacción del usuario, en la cual se logró un valor de correspondencia que se ubica semejante a 0,818, señalando que existe una reciprocidad positiva muy fuerte.

3.1.6. Identificar la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

Tabla 48.

Relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario

			Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,807**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del usuario	N	306	306
		Coeficiente de correlación	,807**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	306	306

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a lo obtenido en la relación de la dimensión Capacidad en la respuesta y variable Satisfacción del usuario, alcanzó la presencia de la correlación positiva fuerte, luciendo un coeficiente en correlación igual a 0,807.

3.1.7. Identificar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

Tabla 49.

Relación existente entre la seguridad y la satisfacción del usuario

			Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,818**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	306	306
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,818**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	306	306

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación: Convenio a lo obtenido en estos resultados sobre los resultados de la relación que se da en medio de la dimensión Seguridad y la variable Satisfacción del usuario, obtuvo un número de reciprocidad igual a 0,818, significando que existe una analogía positiva muy fuerte.

3.1.8. Identificar la relación existente entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.

Tabla 50.

Relación existente entre la empatía y la satisfacción del usuario

			Empatía	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,815**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	306	306
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,815**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	306	306

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a lo obtenido sobre la relación existente entre dimensión empatía y satisfacción del usuario, la cual tuvo un valor en reciprocidad igual a 0.815, significando que tiene un coeficiente de correlación muy fuerte.

3.2. Discusión de Resultados.

El propósito del trabajo consistió en establecer la relación existente en medio de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo 2018. El modelo teórico formulado pretende probar que, 1) La calidad sobre el servicio en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es inadecuada, 2) El nivel sobre la complacencia o satisfacción que posee el usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es bajo, 3) La reciprocidad ocurrente en medio de los elementos palpables y satisfacción de la clientela en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. 4) La correlación que se da entre fiabilidad y satisfacción del consumidor en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. 5) La correspondencia en medio de capacidad para contestación y complacencia del consumidor en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. 6) La correspondencia entre seguridad y satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. 7) La relación en medio de empatía y satisfacción de los clientes en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

En general, los resultados apoyan la primera hipótesis, en el sentido de que la Calidad de servicio, es inadecuada, debido a que, la infraestructura exterior de la discoteca no es atractiva para los usuarios, además los espacios al interior del local no están bien acondicionados, pocas veces cumplen con las promociones, que señalan través de la publicidad, el personal no se encuentra capacitado para atender dudas y reclamos por parte de los usuarios, además, la discoteca no cuenta con ambientes seguros ante cualquier desastre, tampoco cuenta con los equipos de seguridad y primeros auxilios dentro de las instalaciones. Lo encontrado con relación a particularidad del servicio de la discoteca Bass, guarda concordancia a lo presentado en la investigación brindada por Villalba (2016), quien señala la asistencia ofrecida por empleados de una discoteca, hace necesario que se realice una mejora para que aumente esta problemática, además el autor considera

necesario, que se realicen lineamientos y pautas necesarias para que logren desempeñar los propósitos establecidos en el establecimiento, y el cual se trata de brindar una buena calidad de servicio. La problemática abordada no sustenta la teoría brindada por Montaudon (2010), quien afirmó que la calidad con relación a los servicios tiende a ser considerada a modo de componente imprescindible, el cual, sirve para asegurar el desarrollo y la perduración de las organizaciones, siendo a su vez, un aspecto dinamizador con respecto a los procesos internos, de variación con respecto al entorno.

Los hallazgos sobre nivel en la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, fueron que las personas no brindan una buena referencia sobre la discoteca, en su mayoría no son positivas. Por otro lado, los usuarios no consideran recomendar la asistencia a dicho establecimiento, tampoco consideran que el servicio que brindan dentro de la discoteca cumple con lo esperado por ellos, pocos de los usuarios tienen experiencias positivas con la atención brindada dentro del lugar, y por último afirmaron que no se le brindó la atención requerida. Lo encontrado en ello, guarda concordancia con lo encontrado por Faustor (2016). Quien por medio de su trabajo de investigación que tiene por título: Nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de servicio en discotecas y karaokes en los distritos de Huánuco y Amarilis – 2016, señala el hecho de que los trabajadores desempeñan un papel muy importante, esto, relacionado al tipo de atención que brindan, considerando desde la entrada del local, el servicio ofrecido durante su estancia y al momento de retirarse; es por ello, que el desempeño de las funciones del personal ejecutan un rol muy importante con respecto a la satisfacción de los clientes. Asimismo, lo encontrado anteriormente, no concuerda con lo sustentado por Arocha et al (2015), quien afirmó que, para alcanzar una total satisfacción de la clientela se debe tener este como un requerimiento importante para conseguir un sitio en el pensar de los usuarios, y consecuentemente, al mercado que se está tomando como objetivo.

En lo referente a relación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario en mencionado establecimiento, esta resultó positiva y significativa, debido a que, la infraestructura exterior de la discoteca es un elemento que tiene influencia en el

ámbito de complacencia del cliente, así como la seguridad en las instalaciones frente a problemas de desastres, así como las herramientas para comunicarse con el personal de contacto, muchas veces esto implica en la satisfacción que tengan los usuarios respecto a una atención personalizada. Lo encontrado guarda concordancia con la investigación brindada por Oropeza (2016). Con el estudio titulado: Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (Karaoke) del distrito de Huaraz, 2016, quien señala que, los factores más resaltantes relacionados a la satisfacción de los clientes son en un 24.06% la modernidad de la infraestructura y el mobiliario. Además, sustenta la teoría brindada por Ibarra & Casas (2015), quien afirmó que, los objetos tecnológicos de suficiente para acciones en la institución, la construcción, aspecto de aseo y diligencia por empleados y los utensilios físicos (trípticos, cuentas bancarias, entre otros), quienes son importantes para la satisfacción de los clientes.

En lo referente a dicha correspondencia entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca, esta resultó positiva y significativa, donde las promociones que comunican por medios de publicidad influye en la satisfacción de los usuarios, ya que, estos llegan con una intención a la discoteca y al no ser cumplida provoca que la clientela salga insatisfecha con el servicio ofrecido. Lo encontrado en este objetivo, guarda concordancia con lo hallado por Díaz & Soto (2018). En su trabajo de investigación que llevó como título: La atención y la satisfacción del cliente en la discoteca Magno, en la ciudad de Chiclayo, 2016, quien concluyó que, de todos los factores influyentes sobre la satisfacción del cliente, el más resaltante fue el de la fiabilidad, puesto que se presenta imprescindible con respecto a los productos que el establecimiento ofrece. Lo cual guarda concordancia con lo sustentado por Ibarra & Casas (2015), quien afirmó que, en el momento en el cual la empresa adquiere el deber de brindar la mercancía o servicio a través de un lapso temporal, y llegar a cumplirlo; de frente a una situación complicada para el consumidor la compañía está interesada en entregarla una solución; y si esta es la primera vez en la cual se brinda dicho servicio, se lleva a cabo de manera eficiente.

En lo referente a concordancia entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la discoteca, esta resultó positiva y significativa, dado que en la discoteca Bass, muchas veces los trabajadores demoran un tiempo largo en atender a sus usuarios, además el personal no se encuentra dedicado a la atención al público, por lo que no se muestra receptivo ante cualquier inquietud por parte de los usuarios. Lo encontrado anteriormente mantiene una relación con el estudio presentado por Cajilima (2015). Quien con su trabajo investigativo titulado: Incidencia del servicio de atención en el grado de satisfacción de los clientes de un Café – Bar, concluyó un adecuado servicio de asistencia al consumidor, genera un alto índice de satisfacción por estos, es así, que se hace énfasis en la selección del personal adecuado para dichas labores, así como someterlos a capacitaciones constantes en relación a atención de clientes; además, cabe resaltar que la mejora de los espacios de entretenimiento, así como de la infraestructura en general del local, generan comodidad en los asistentes. Lo cual guarda concordancia con lo sustentado por Ibarra & Casas (2015), donde señaló que, los participantes tienen predisposición a la actuación en entorno con dificultad para el consumidor; los mismos participantes poseen un sentido de resolución sobre incertidumbres para con los consumidores.

En lo referente a una concordancia entre seguridad y satisfacción del usuario en el establecimiento, esta resultó positiva y significativa, se obtuvo que, el local no cuenta con ambientes seguros, tampoco es de confianza que se resuelva un conflicto de peleas, de modo que, el personal de primeros auxilios no siempre se encuentra a disposición de los usuarios, lo que hace que muchos de los asistentes se sientan insatisfechos. Lo cual coincide con lo encontrado por, Vega (2016). Por medio del trabajo titulado: Calidad del servicio y lealtad del cliente de los Bares del Cantón Baños, provincia de Tungurahua, donde concluyó que, en la búsqueda de conseguir un grado elevado en la seguridad y lealtad de consumidores, es importante que los bares cuenten con un buen desempeño en cuanto a la atención brindada a los clientes; adicionalmente, proporcionando pautas y guías para mejorar el trato ofrecido por parte del personal de contacto. Lo abordado anteriormente, guarda concordancia con lo encontrado por Ibarra & Casas (2015),

donde afirmó que, esta dimensión se caracteriza porque los participantes manifiestan características de conocimiento y generosidad al momento de la asistencia; ellos además poseen capacidades técnicas primordiales para la entrega de respuesta a las vacilaciones de los consumidores.

En lo referente a una concordancia presente en medio de empatía y satisfacción del usuario en la discoteca, esta resultó positiva y significativa, debido a que, cada una de sus dimensiones, está relacionada de manera directa con una complacencia en cliente, entonces, dado que existe una baja calidad que ofrecen los servicios se presentó de igual manera la satisfacción de los mismos. Lo cual coincide con lo encontrado por, Carrasco & Flores (2015). Por medio del trabajo titulado: Medición de la calidad del servicio en clientes Horeca (hoteles, restaurantes, casinos y empresas del sector público), quien concluyó que, a través del análisis de las expectativas y percepciones de los clientes sobre los factores que consideran imprescindibles para una buena calidad de servicio, siendo entre ellos la empatía, la atención brindada por el personal y la capacidad de respuesta que esté presente. Lo cual guarda concordancia con la teoría brindada por Ibarra & Casas (2015), quien señala que, los contribuyentes ofrecen una asistencia personal a cada uno de los consumidores; la institución estudia y comprende cada preferencia y gustos que tiene la clientela.

La correspondencia que se encuentra presente en medio de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018, es significativa y positiva, debido a todos los factores que han sido necesarios, para alcanzar un bajo nivel con referencia a la calidad del servicio hace repercutir esto en la satisfacción en clientes de dicho establecimiento. Lo cual guarda concordancia con la investigación de Faustor (2016). Con la investigación titulada: Nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de servicio en discotecas y karaokes en los distritos de Huánuco y Amarilis – 2016, donde concluyó, entre los principales resultados obtenidos en relación a la complacencia de clientes, es el hecho de que, el personal desempeña un papel muy importante, esto, relacionado al tipo de atención que brindan, considerando desde la entrada del local, el servicio ofrecido durante su estancia y al momento de retirarse; es por ello, que el

desempeño de las funciones del personal ejecutan un rol muy importante con respecto a la satisfacción de los clientes. Lo cual guarda concordancia con la teoría brindada por Arocha et al (2015), quien puntualizó, si la calidad sobre los servicios brindados es mantenido breve de cara a las expectativas, el consumidor va a quedar descontento, ahora bien, en caso de que la calidad de servicio coincida con las expectativas, el consumidor quedará satisfecho y en el caso de que dicha la calidad exceda las posibilidades, el consumidor queda muy satisfecho o encantado.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

1. La Calidad de servicio que se le brinda al usuario en la discoteca Bass Disco, se encuentra en un nivel bajo, debido a una mala infraestructura de la discoteca, y a una baja capacidad para entregar respuestas a los clientes.
2. El nivel de satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, se encuentra bajo debido a las expectativas poseídas por los interesados superan a lo brindado por la discoteca, lo que hace que exista una mala percepción de ello, implicando así en una baja satisfacción.
3. La correlación que se da en medio de los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca, es positiva y significativa, lo que se debe al hallar un nivel en la correspondencia semejante a 0,876, y un sig. bilateral semejante 0,000, y debido a ello, es aceptada la hipótesis específica tercera: La relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.
4. La correspondencia que ocurre entre fiabilidad y satisfacción del usuario en el establecimiento, resultó positiva y significativa, con un factor en analogía similar a 0,857, y un sig. Bilateral similar a 0,000, y es por ello que es aceptada la hipótesis del estudio: La relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.
5. La correspondencia entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la discoteca, se ubica siendo positiva y significativa, cuyo coeficiente en reciprocidad coexiste similar a 0,849, y el sig. Bilateral semejante a 0,000, y con ello es aceptada la hipótesis específica cuarta: La relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.
6. La relación que se da en medio de la seguridad y satisfacción de la clientela en la discoteca, se encuentra positiva y significativa, cuyo factor en reciprocidad es

similar a 0,862, y sig. Bilateral es paralelo a 0,000, admitiendo con ello la hipótesis específica quinta del estudio: La relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

7. La concordancia que ocurre en medio de empatía y satisfacción del usuario en la discoteca, resultó positiva y significativa, donde el factor en reciprocidad obtenido se trató de 0,856, y sig. Bilateral fue de 0,000, admitiéndose la hipótesis sexta específica del estudio: La relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

8. La relación que concurre en medio de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018, se halla siendo positiva y de significancia, donde se encuentra con un factor en la correlación obtenido de 0,884, y sig. Bilateral fue de 0,000, es así como es admitida la hipótesis del estudio: La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.

4.2. Recomendaciones

1. Se hace la recomendación a la gerencia o administración de la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, que realicen un control exhaustivo de las prácticas de un buen servicio a los clientes, cumpliendo con el tiempo mínimo de entrega de los pedidos que realizan, estando atentos a sus requerimientos, verificando que todos los lugares del establecimiento se encuentren óptimos para el servicio.
2. Se recomienda a la administración de la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, que destine presupuesto para realizar charlas sobre inteligencia emocional para que los trabajadores tengan una mejor disposición frente a los clientes, y se preocupen por realizar una mejor atención de acuerdo a las exigencias que tengan los usuarios, así también, se preocupen por mejorar en el trato que le brindan y estar a la altura de las exigencias de los usuarios.
3. A los dueños de la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, solicitar informes con respecto al estado de las instalaciones del establecimiento, que remarquen las zonas de seguridad e implementen ventilación para todas las áreas, así también, se preocupen por el fortalecimiento de la seguridad en la infraestructura.
4. A los miembros del personal que laboran en la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, que tengan la mejor propensión al instante de ofrecer un servicio a usuarios, atiendan de manera rápida a los usuarios y puedan cumplir con sus expectativas.
5. A los dueños de la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, que brinden capacitaciones a los trabajadores para que aprendan a desarrollar una mejor atención a los clientes mediante el reforzamiento de relaciones interpersonales brindando seguridad y confianza a los clientes.
6. Al personal que labora en la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, generen un vínculo de confianza para las personas que llegan, hablándoles de manera clara, orientándoles en las áreas que no conocen, mostrando generosidad y tener una escucha activa en las dudas que tienen los clientes dentro del establecimiento.

7. A los recursos humanos que brindas sus servicios laborales en la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, que se organicen por áreas para que estén atentos a las exigencias de los usuarios, así también, que se muestren amables y respondan con cordialidad a sus requerimientos.

8. Al personal que trabaja para la discoteca Bass Disco, en Chiclayo, realizar sus funciones dentro del establecimiento como experiencias positivas en los clientes, tomando en cuenta todas sus inquietudes por más pequeñas que parezcan.

REFERENCIAS

- Aldana et al. (2011). administración por calidad. colombia: alfaomega. obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docid=3199403&query=calidad>
- Arciniegas, j., & mejía, a. (2017). percepción de la calidad de los servicios prestados por la universidad militar nueva granada con base en la escala. *comuni@ccion: revista de investigación en comunicación y desarrollo*, 28. obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449852109003.pdf>
- Arocha et al. (2015). evaluación de la satisfacción de los usuarios y prestadores de servicios en la clínica estomatológica “fe dora beris”. *medisan*, 3. obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3684/368445180005.pdf>
- Ávila, v. (2015). expectativas del cliente y la satisfacción en la atención de la discoteca free dance-jayanca. pimentel: universidad señor de sipan. obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3631/avila%20garcia%20victor%20alberto-editado.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Baca, a. (2016). calidad de servicio de bali bar lounge en la ciudad de chiclayo. chiclayo: universidad católica santo toribio de mogrovejo. obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/1429/1/tl_bacacaldasalejandra.pdf
- Baena et al. (2016). el valor percibido y la satisfacción del cliente en actividades dirigidas virtuales y con técnico en centros de fitness. *revista de psicología del deporte*, 219-220. obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2351/235146515002.pdf>
- Barrientos, f. (2017). calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la sala de juegos las vegas – chiclayo. chiclayo: universidad cesar vallejo. obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/ucv/11149/barrientos_vf.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Cajilima, c. (2015). incidencia del servicio de atención en el grado de satisfacción de los clientes de un café bar . cajamarca: universidad privada del norte. obtenido de

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10951/cajilima%20n%c3%ba%c3%b1ez%20carla%20esther.pdf?sequence=1>

Cajo, r., & vásquez, m. (2016). satisfacción del cliente en la licorería – lounge take it, de la ciudad de chichlayo, 2015. chichlayo: universidad católica santo toribio de mogrovejo. obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/670/1/tl_cajosalazarruth_vasquezbaustistamarlenita.pdf

Calidad & gestión. (12 de febrero de 2014). calidad & gestión. obtenido de la satisfacción del cliente y su importancia para la empresa: http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html

Carrasco, b., & flores, c. (2015). medición de la calidad del servicio en clientes horeca (hoteles, restaurantes, casinos y empresas del sector público), de empresa ariztía en la provincia de ñuble. chillán, chile: universidad del bío-bío. obtenido de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1519/1/carrasco%20rubilar%20benjamin%20antonio.pdf>

Comercio, d. e. (16 de marzo de 2016). ¿qué tan satisfecho está el consumidor peruano? descúbrelo aquí. el comercio, pág. 1. obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/satisfecho-consumidor-peruano-descubrelo-213087>

Cruz, r. (2016). la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la huerta- puno, periodo 2015. puno: universidad nacional del altiplano. obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/unap/2962/cruz_atamari_rocio.pdf?sequence=1

Dávila, k., & flores, m. (2017). evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico el cántaro e.i.r.l. de lambayeque. chichlayo: universidad católica santo toribio de mogrovejo. obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/848/1/tl_davilatorreskaren_floresdiazmeliza.pdf

Diario gestión. (2 de enero de 2014). el Perú reúne las condiciones para ofrecer la mejor atención al cliente de América Latina. gestión, pág. 1. obtenido de

<https://gestion.pe/tendencias/peru-reune-condiciones-ofrecer-mejor-atencion-cliente-america-latina-289?ref=gesr>

Díaz, m., & soto, k. (2018). la atención y la satisfacción del cliente en la discoteca magno, en la ciudad de chiclayo, 2016. chiclayo: universidad católica santo toribio de mogrovejo. obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/1174/1/tl_diazvargasmilagros_sotollempenkeyko.pdf.pdf

Espinoza, n. (2015). gestión del personal de contacto y calidad del servicio al cliente en la discoteca ega - vip, en la ciudad de huamachuco. trujillo: universidad nacional de trujillo. obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/unitru/2022/paredescalderon_selene.pdf?sequence=1&isallowed=y

Faustor, k. (2016). nivel de satisfacción de los clientes en la calidad de servicio en discotecas y karaokes en los distritos de huánuco y amarilis – 2016. huanuco: universidad de huánuco. obtenido de http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/205/t047_71711872t.pdf?sequence=1&isallowed=y

Fuentes, c. (2017). propuesta de mejora de calidad del servicio para "mi quinta restaurante" de la parroquia de calderón, cantón quito. quito: universidad tecnica particular de loja. obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/17693/1/fuentes_fuentes_christian_giovanny.pdf

Guerrero, d., & villaseca, m. (2015). la calidad de servicio en las discotecas en la ciudad de chiclayo, 2014. chiclayo: universidad católica santo toribio de mogrovejo. obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/267/1/tl_guerrerolopezdalia_villasecavidaurremonica.pdf

Gutierrez, i. (31 de octubre de 2017). el insignia. obtenido de importancia de la calidad del servicio al cliente: <https://blog.elinsignia.com/2017/10/31/importancia-de-la-calidad-del-servicio-al-cliente/>

Hernandez, r., fernandez, c., & baptista, p. (2014). investigación científica. d.f. méxico: mc graw hill. obtenido de

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Huentelicán, c. (2017). aplicación de modelo servqual y teoría psicológica de colas para la mejora de la calidad del servicio del casino de la universidad austral de chile, sede puerto montt. puerto montt, chile: universidad austral de chile. obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2017/bpmfcih887a/doc/bpmfcih887a.pdf>
- Ibarra, l., & casas, e. (2015). aplicación del modelo servperf en los centros de atención telcel, hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. contaduría y administración, 241 - 243. obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39533059010>
- Matsumoto, r. (2014). desarrollo del modelo servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad ayuda experto. perspectivas, 185. obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Mendoza, j. (2009). medición de la calidad del servicio. madrid: el cid. obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docid=3181587&query=calidad+de+servicio>
- Monsalve, c., & hernández, s. (2015). gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso bucaramanga. revista escuela de administración de negocios, 164. obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20640430011.pdf>
- Montaudon, c. (2010). explorando la noción de calidad. acta universitaria, 50. obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41613788006>
- Mora, c. (2011). la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. revista brasileira de marketing, 151-158. obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Mullins, gary; spetich, betsy. (2010). importance-performance analysis. obtenido de http://informalscience.org/researches/vsa-a0a2k0-a_5730.pdf.
- Muñoz, g. (2017). análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de esmeraldas. esmeraldas, ecuador: pontificia universidad católica del ecuador. obtenido de

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/mu%c3%91oz%20benavides%20gira.pdf>

Nieto, p. (2016). análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de cuenca; y, propuesta de diseño del modelo servqual para: hotel zahir 360”, año 2015. cuenca, ecuador: universidad de cuenca. obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26079/1/tesis.pdf>

Ñahuirima, y. (2015). calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de andahuaylas, provincia de andahuaylas, región apurímac, 2015. andahuaylas: universidad nacional josé maría arguedas. obtenido de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/yanina_%c3%91ahuirima_tesis_titulo_2016.pdf?sequence=1&isallowed=y

Oropeza, n. (2016). caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaoke) del distrito de huaraz, 2016. huaraz: universidad católica los ángeles chimbote. obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/825/mype_gestion_de_calidad_oropeza_pariamachi_nancy_margarita.pdf?sequence=1

Pérez et al. (2015). la satisfacción del cliente, influencia en la lealtad. análisis del destino holguín. ciencias holguín, 3-4. obtenido de <https://www.redalyc.org/html/1815/181541051007/>

Prats, p. (2010). métodos para medir la satisfacción del cliente. españa: aenor ediciones. obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docid=3196327&query=satisfaccion+del+cliente>

Sanabria, p., romero, v., & flórez, c. (2014). el concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. universidad & empresa, 183. obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187241606007>

Torres, m., & vásquez, c. (2015). modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. compendium, 63. obtenido de file:///d:/es%20consultores/trabajo%20asociaci%c3%b3n/art%c3%adculo_redalyc_88043199005.pdf

- Vargas, m., & aldana, l. (2011). calidad y servicio conceptos y herramientas. bogotá: ecoe ediciones. obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docid=3198284&query=calidad+de+servicio+empresas>
- Vargas, m., & aldana, l. (2014). calidad y servicio: conceptos y herramietas. colombia: ecoe ediciones. obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docid=4870515&query=calidad+de+servicio>
- Vásquez, j. (2018). "percepción de la calidad del servicio y satisfacción del socio con el servicio de bar y restaurant del club central de trujillo - 2017. trujillo: universidad privada del norte. obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13722/v%c3%a1squez%20v%c3%a1squez%20jorge%20javier%20%20parcial.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Vega, j. (2016). calidad del servicio y lealtad del cliente de los bares del cantón baños, provincia de tungurahua. latacunga, ecuador: universidad de la fuerzas armadas. obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10562/t-espel-ith-0038.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Villalba, s. (2016). análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora. quito: pontificia universidad católica del ecuador. obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/tesis%20final%20con%20formato%20dise%c3%91ado2.pdf?sequence=1>

ANEXOS

Anexo 01: Instrumentos – cuestionarios



N°

Cuestionario 01: Calidad de servicio						
<p>Cuestionario dirigido a los usuarios del servicio de entretenimiento brindado por Bass Disco; tiene por objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>Instrucciones: Lea atentamente y marque con una "X" en el casillero de su preferencia según el ítem correspondiente, según la siguiente escala: 1 (Totalmente en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), 4 (De acuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo). Se pide sinceridad en sus respuestas.</p> <p>Datos generales: Edad:() sexo:()</p>						
					Valores	
N°	Ítems	1	2	3	4	5
Dimensión Elementos tangibles						
1	La infraestructura exterior de la discoteca es atractiva.					
2	Los espacios al interior del local están bien acondicionados.					
3	El equipo de sonido utilizado para la ambientación, es de calidad.					
4	La cantina o servicio de barra está bien surtido.					
5	La discoteca cuenta con herramientas para comunicarse con el personal de contacto.					
6	Es fácil tener acceso de comunicación con el personal de contacto.					
Dimensión Fiabilidad						
7	Las promociones, comunicadas a través de publicidad, son cumplidas como tal.					
8	El servicio brindado por la discoteca es el que se difunde en sus propagandas.					
9	Asiste usted regularmente a la discoteca.					
10	Las experiencias vividas con el servicio ofrecido en el establecimiento son en su mayoría positivas.					
Dimensión Capacidad de respuesta						
11	El personal de servicio está capacitado para atender dudas y reclamos por parte de los usuarios.					
12	Considera usted que el personal de contacto de la discoteca cuenta con previa experiencia con respecto a la atención al público.					
13	El personal dedicado a la atención al público se muestra receptivo ante cualquier inquietud por parte de los usuarios.					
14	Considera que el personal de atención es dinámico y constantemente se muestra servicial.					

Dimensión Seguridad					
15	El local cuenta con ambientes seguros ante cualquier desastre.				
16	Existen herramientas y equipos de seguridad y primeros auxilios dentro de las instalaciones.				
17	Considera que la discoteca cuenta con personal especializado en primeros auxilios.				
18	Piensa que la discoteca cuenta con un servicio externo ante cualquier emergencia.				
Dimensión Empatía					
19	Independientemente de la zona donde se encuentre el usuario, el personal de servicio brinda atención personalizada.				
20	Considera que las zonas exclusivas, como VIP, cuentan con un servicio preferencial.				
21	El personal se muestra disponible ante cualquier sugerencia o queja.				
22	El personal de contacto muestra una adecuada forma de responder ante las inquietudes y solicitudes por parte de los usuarios.				

Cuestionario 02: Satisfacción del usuario						
<p>Cuestionario dirigido a los usuarios del servicio de entretenimiento brindado por Bass Disco; tiene por objetivo Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>Instrucciones: Lea atentamente y marque con una "X" en el casillero de su preferencia según el ítem correspondiente, según la siguiente escala: 1 (Totalmente en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), 4 (De acuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo). Se pide sinceridad en sus respuestas.</p> <p>Datos generales: Edad:() sexo:()</p>						
				Valores		
N°	Ítems	1	2	3	4	5
Dimensión Expectativas						
1	Las referencias acerca de la discoteca que recibe, en su mayoría, son positivas.					
2	Consideraría, recomendar la asistencia a dicho establecimiento.					
3	Piensa usted recomendar a la discoteca, en general, como una prestadora de un servicio de calidad.					
4	Constantemente asiste a lugares de entretenimiento como discotecas o bares.					
5	Considera que la discoteca cumplió con lo esperado.					
6	El servicio recibido dentro del local le permitió satisfacer sus necesidades.					
7	Considera el asistir nuevamente a la discoteca.					
8	Por lo general, cuando asiste al local, pretende permanecer el mayor tiempo posible.					
9	Constantemente asiste a la discoteca porque el servicio ofrecido, en general, es de su agrado.					
10	Es posible entablar comunicación con los directivos del establecimiento.					
11	Consideraría el recomendar mejoras a los directivos sobre el servicio brindado.					
12	Tiene usted experiencias positivas con respecto al trato brindado por el encargado o administrador del establecimiento.					
Dimensión Percepciones						
13	El trato brindado por el personal fue de su agrado					
14	La ambientación dentro de la discoteca fue agradable para usted.					
15	En general, considera usted que el servicio tanto a nivel de infraestructura y de atención fue satisfactorio.					
16	Mientras se encontraba en el local, el personal de contacto se mostró receptivo.					

17	Cuando hizo uso del servicio de cantina o barra, el personal de contacto le brindó la atención requerida.					
18	Al momento de abandonar el local, considera que sus necesidades fueron satisfechas y que tuvo una buena experiencia.					

Anexo 02: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICA	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018?	<p>minar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>azar la calidad de servicio en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>el nivel de satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>ificar la relación existente entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>ificar la relación existente entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>ificar la relación existente entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>ificar la relación existente entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p> <p>ificar la relación existente entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018.</p>	<p>General H1: La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.</p> <p>Específicas H.E.1: La calidad de servicio en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es inadecuada H.E.2: El nivel de satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 bajo. H.E.3: La relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. H.E.4: La relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. H.E.5: La relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. H.E.6: La relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa. H.E.7: La relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en la discoteca Bass Disco, Chiclayo, 2018 es positiva y significativa.</p>	Calidad de servicio	Cuantitativa	usuarios del servicio de entretenimiento brindado por Bass Disco, Chiclayo, 2018.	Encuesta	Además, que SPSS/EXCEL
				DISEÑO			
	Satisfacción del usuario		No experimental/descriptivo-correlacional	306 usuarios de la Discoteca Bass de la ciudad de Chiclayo	questionario		

Anexo 03: Validación de instrumentos

FICHA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

I. INFORMACIÓN DEL EXPERTO

- 1.1 Apellidos y nombres : VÁSQUEZ DÍAZ LUCIA MARÍA
 1.2 Título profesional : LIC. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 1.3 Grado académico : ESTADOS CONCLUIDOS MAESTRÍA SECCIÓN
 1.4 Institución o empresa donde trabaja : IST "REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA"
 1.5 Cargo que desempeña : JEFE AREA ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN
 1.6 Experiencia profesional en años : 33 años
 1.7 Teléfono : 978158420
 1.8 Correo electrónico : LISIVARVAZI@HOTMAIL.COM
 1.9 Nombres y apellidos del investigador (a): PEDRO LADIMIA TINED REYES

II. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS

2.1 Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1		X		
Cuestionario 2				

2.2 De los ítems con las variables.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.3 Pertinencia de los ítems con las dimensiones.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1		X		
Cuestionario 2				

2.4 Pertinencia de los ítems con los indicadores.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	✓			
Cuestionario 2				

2.5 Redacción de los ítems.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

Fecha: 24, 06 de Junio 2013



Firma del experto

DNI: 16538264.

FICHA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

I. INFORMACIÓN DEL EXPERTO

- 1.1 Apellidos y nombres** : Alejandro Fernández Flores
1.2 Título profesional : Contador Público colegado (COTIPRO)
1.3 Grado académico : Doctor
1.4 Institución o empresa donde trabaja : Municipalidad Provincial de Tarma
1.5 Cargo que desempeña : Gerente de Administración Financiera
1.6 Experiencia profesional en años : 17 años
1.7 Teléfono : 976 599256
1.8 Correo electrónico : mafloz_1402@hotmail.com
1.9 Nombres y apellidos del investigador (a) : Pedro Lavina Turo Rivas

II. VALDRACIONES A LOS INSTRUMENTOS

2.1 Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.2 De los ítems con las variables.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.3 Pertinencia de los ítems con las dimensiones.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				


2.4 Pertinencia de los ítems con los indicadores.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.5 Redacción de los ítems.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

Fecha: 17 de agosto 2019


 Dr. Mario Alcántara Fernández
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 Mat. 5898
 Firma del experto
 DNI: 21267794

FICHA DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

I. INFORMACIÓN DEL EXPERTO

- 1.1 Apellidos y nombres : Antón Pérez, Pedro Baldemaro
 1.2 Título profesional : Administración de Empresas
 1.3 Grado académico : Bachiller
 1.4 Institución o empresa donde trabaja : INSTE República Federal de Alemania
 1.5 Cargo que desempeña : Docente
 1.6 Experiencia profesional en años : 25
 1.7 Teléfono : 933983333
 1.8 Correo electrónico : pcanlope@yahoo.com
 1.9 Nombres y apellidos del investigador (a):

II. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS

2.1 Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.2 De los ítems con las variables.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.3 Pertinencia de los ítems con las dimensiones.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.4 Pertinencia de los ítems con los indicadores.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

2.5 Redacción de los ítems.

Instrumentos	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente(1)	Observaciones
Entrevista				
Cuestionario 1	X			
Cuestionario 2				

Fecha:


Firma del experto
DNI: 02605189

Anexo 04: Carta de autorización de la empresa

CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Quienes suscriben el siguiente documento, GERENTE GENERAL de la Empresa **SÁNCHEZ SOALEB S.A.C** con RUC N° 20602809103.

Por medio de la presente dejamos constancia que el Sr. **TINEO REYES PEDRO LADIMIR**, identificado con DNI N° 72533009, alumno de la escuela de Administración de la Universidad Señor de Sipan – Chiclayo. Ha sido admitido para aplicar su informe de investigación titulado “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario” en nuestra empresa SÁNCHEZ SOALEB S.A.C, brindándole toda la información que el alumno requiera para desarrollar con éxito su investigación. Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Se expide la presente constancia a solicitud de la parte interesada.

Chiclayo 06 de enero del 2019.

SANCHEZ SOALEB SAC
RUC: 20602809103



SONIA SANCHEZ RAMIREZ
GERENTE GENERAL

Av. José Leonado Ortiz N° 124 – Chiclayo

Anexo 05: Resolución de proyecto



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

Chiclayo, 11 de marzo de 2019

VISTO:

El oficio N° 0160-2019/FACEM-DA-USS de fecha 11/03/2019, presentado por la Directora de la EAP de Administración y el proveído de la Decana de la FACEM de fecha 11/03/2019, sobre aprobación de proyecto de tesis, y,

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Específico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTÍCULO ÚNICO: APROBAR, los proyectos de tesis de los estudiantes de la EAP de Administración, modalidad presencial, PCA, sección "A", a cargo del docente Dr. JOSÉ FOCIÓN ECHEVERRÍA JARA, del semestre académico 2018-II, según cuadro adjunto

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.

USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Catalis
Dra. Carmen Elena Rojas Prada
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales

USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Sandra Morry
M^a Sandra Morry Guzmán
Secretaría Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

Cc.: Escuela., archivo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

N°	APELLIDOS y NOMBRES	Título del proyecto de investigación	Línea de investigación
1	CASTILLO CASTILLO, ISAUARA ✓	PLAN DE CAPACITACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTO DOMINGO - PIURA- 2018.	Talento Humano y Comportamiento organizacional
2	CHANTA LABAN, OSCAR ✓	PLAN DE NEGOCIO PARA MEJORAR LAS VENTAS DEL MINIMARKET "NEGOCIOS EL OFERTON" E.I.R.L.	Emprendedurismo y planes de negocio
3	CHAPOÑAN MILLAN, CINTHYA ABIGAIL ✓	ESTRATEGIA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL USUARIO EN EL HOSPITAL BELEN – LAMBAYEQUE 2019	Gestión y Competitividad
4	COBEÑAS SOPLOPUCO, LISSET CLOTILDE ✓	CLIMA ORGANIZACIONAL Y MOTIVACIÓN AL PERSONAL EN LA EMPRESA COMPARTAMOS FINANCIERA, OLMOS, 2019	Talento Humano y Comportamiento organizacional
5	CRUZ HERRERA, MARIELA ✓	LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL JAEN	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
6	DE LA CRUZ SIESQUEN, YONATHAN ✓	PLAN DE MOTIVACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DEL HOSPITAL REGIONAL PNP- CHICLAYO, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
7	DELGADO VEGA, ROLANDO ✓	PLAN DE PUBLICIDAD PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE LICORERÍAS EL "KORCHO" CHICLAYO - 2019.	Marketing
8	DIAZ DE LA CRUZ, JOSEIN MAXIMILIANO ✓	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES VIA SAC – CHICLAYO 2019	Marketing
09	FALEN CHAVEZ, MARIELA HIDALINA ✓	GESTION DEL CLIMA ORGANIZACIONAL PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA CASNU DISTRIBUIDORES S.A.C - CHICLAYO	Talento humano y comportamiento organizacional

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

10	FERNANDEZ PISCOYA, RUTH NATÁLY	LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL LA MOTIVACION Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DEL AREA DE VENTA EMPRESAS SODIMAC CHICLAYO - 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
11	GALVEZ SANCHEZ, LUCIA	EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA CAJA SIPAN AGENCIA CUTERVO, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
12	GONZALES ANCAJIMA, EDINSON BERNEY	EL ESTRÉS LABORAL Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES DEL GRUPO OPERATIVO DE LA ADUANA DE CHICLAYO - 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
13	GUEVARA DELGADO, CARLOS WILMER	GESTION DE COBRANZA PARA REDUCIR EL INDICE DE MOROSIDAD EN CAJA PIURA AGENCIA MOSHOQUEQUE	Auditoría, Finanzas y Proyectos de Inversión
14	HUIMAN TARRILLO, SEGUNDO JOSE	PLAN DE MOTIVACIÓN PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA I.E. "PEDRO A. LABARTHE DURAND" CHICLAYO	Talento humano y comportamiento organizacional
15	IRIGOIN LLAGUENTO, ANTHONY ALEXIS	ESTRATEGIAS DE MOTIVACION PARA POTENCIAR EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOSPITAL CLINICO PROVIDA SAC - CHICLAYO 2019	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
16	PISCOYA GUZMAN, JOHANSON JAVIER	GESTIÓN POR COMPETENCIAS PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES EN LA EMPRESA JET PERÚ S.A. - CHICLAYO 2019	Talento Humano y Comportamiento organizacional
17	PISCOYA PUPUCHE, ROSA	PLAN ESTRATEGICO PARA OPTIMIZAR LA COMPETITIVIDAD DE LA PASTELERÍA PANADERÍA "SANTA MERCEDES" - CHICLAYO.	Emprendedurismo y planes de negocio
18	PURIZACA ACOSTA, STEFANI NATHALY	LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN EL RESTAURANT DANY DANIEL, MOTUPE, 2018	Marketing
19	RABINES PANDURO, RUTH	PLAN DE CAPACITACION AL PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIOS AL CLIENTE EN LA EMPRESA COMBUSTIBLES FERNANDEZ SAC - 2018	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional



ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 0168-FACEM-USS-2019

20	ROJAS DE LA CRUZ, HUGO YOELITO	INFLUENCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS ASESORES DE NEGOCIOS. OFICINA MIBANCO - MOTUPE, 2018	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
21	ROMERO GUEVARA, MARIA SANTOS ESTER	GESTION DE RECURSOS HUMANOS Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA REYES SERVICIO GENERALES FUMIGACIONES Y PQS S.R.L - 2018	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
22	SANTA CRUZ CESPEDES, HUGO IVAN	CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PUCALA, 2018.	Talento Humano Y Comportamiento Organizacional
23	SEVERINO SANCHEZ, JANETH	LA MOTIVACIÓN Y LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS COLABORADORES DE MI BANCO, MOTUPE, 2018	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
24	SUXE SANCHEZ, NEYSY YUDITH	CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA SUMINISTROS ELECTRICOS DE CONTROL INDUSTRIAL-2018.	Talento Humano y Comportamiento Organizacional
25	TINEO REYES, PEDRO LADIMIR	CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DISCOTECA BASS DISCO, CHICLAYO, 2018	Marketing
26	TINEO VASQUEZ, CYNTHIA JACKELINE	PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA RECICLADORA EMILIA CHICLAYO	Gestión y competitividad
27	TORRES VALIENTE, RONALD RENY	NEUROMARKETING COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA CAJA PIURA AGENCIA MOSHOQUEQUE, JOSE LEONARDO ORTIZ - 2018	Marketing
28	VASQUEZ CALDERON, LELIS WILLAN	PLAN DE CAPACITACIÓN LABORAL PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL EN EL ÁREA DE CRÉDITOS DE LA CAJA PIURA AGENCIA MOSHOQUEQUE	Talento Humano y Comportamiento Organizacional

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel

Chiclayo, Perú

Anexo 06: FORMATO T1



FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 30 Noviembre de 2020

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito:

Pedro Ladimir Tineo Reyes con DNI N° 72533009


En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada:

CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DISCOTECA BASS DISCO, CHICLAYO, 2018.

presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar el título de profesional de licenciado en administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
TINEO REYES PEDRO LADIMIR	72533009	

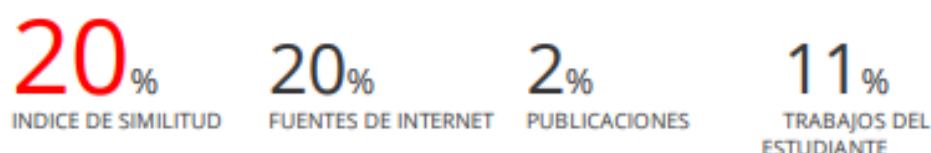
Anexo 07: Fotos de aplicación de encuestas



Anexo 08: Reporte de Turnitin

CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DISCOTECA BASS DISCO, CHICLAYO, 2018

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
4	www.theibfr.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	1library.co Fuente de Internet	1%
7	Submitted to University of Westminster Trabajo del estudiante	<1%
8	rus.ucf.edu.cu Fuente de Internet	<1%
9	hdl.handle.net Fuente de Internet	

Anexo 09: Constancia de Originalidad



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 168-FACEM-USS-2019, presentado por el Bachiller, PEDRO LADIMIR TINEO REYES, con su tesis Titulada CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA DISCOTECA BASS DISCO, CHICLAYO, 2018.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 20% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 10 de noviembre 2021

A handwritten signature in black ink is written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to read 'Abraham José García Yovera'.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.