



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LAS
VENTAS DEL RESTAURANTE BRUJAS DE CACHICHE, MIRAFLORES,
AÑO 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

STEFANY DAYHANA DÍAZ COLLAHUACHO

ASESORA:

MG. MARIBEL RODRIGUEZ RODRIGUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA-PERÚ

2016

Página del Jurado

Presidente
Antonio Díaz Saucedo

Secretario
Liliana Mairena Fox

Vocal
Maribel Rodríguez Rodríguez

Dedicatoria

La presente Tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera.

A mis padres, Pedro Diaz V. y Victoria Collahuacho G., porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y consejos para hacer de mí, una mejor persona.

A mi esposo Michael Chonlon Roggero por sus palabras y confianza, por su amor y por brindarme su tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

Y, a mis hermanos y amigos que han contribuido para el logro de mis objetivos.

Agradecimiento

Principalmente a Dios por guiarme en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A mi asesora Maribel Rodriguez R. que me ha compartido sus conocimientos y guiado para que este trabajo sea de calidad.

Declaración de Autenticidad

Yo, Stefany Dayhana Díaz Collahuacho con DNI N° 46752301, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 10 diciembre del 2016

Stefany Dayhana Díaz Collahuacho
46752301

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Calidad de servicio al cliente y su influencia en las ventas del Restaurante Brujas de Cachiche, Miraflores, año 2016”, la misma que someto a vuestra consideración esperando cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Stefany Dayhana Díaz Collahuacho

INDÍCE

Páginas preliminares	¡Error! Marcador no definido.i
Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	¡Error! Marcador no definido.iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación.....	vi
Índice.....	viii¡Error! Marcador no definido.
Resumen	ix
Abstract	ix
i Introducción:	10
1.1 Realidad problemática:.....	10
1.2 trabajos previos:	12
1.2.1 antecedentes internacionales:	12
1.2.2 antecedentes nacionales	13
1.3.1 Modelo de la Calidad del Servicio según:	16
1.3.2 TeoríasEstrategias practica para triunfar en el mundo de las ventas:	18
1.4 Formulación del problema:	18
1.4.2 Problemas Específicos:	18
1.5 Justificación del estudio:.....	19
1.6. Hipótesis:.....	20
1.6.1 Hipótesis general:	20
1.6.2 Hipótesis específicas:	20
1.7. Objetivo:	20
1.7.1. Objetivo General:	20
1.7.2. Objetivos Específicos:.....	20
II.METODO:.....	21
2.1. Diseño de la investigación	21
2.2.1.Tipo de estudio.....	22
2.2.2. Nivel de investigación.....	22
2.3 Variables, operacionalización:	22
2.3.1 Variables:.....	22
2.3.2 Operacionalizacion de las variables:.....	23
2.4 Población, muestra y muestreo:	28

2.4.1	Población:	¡Error! Marcador no definido.	28
2.4.2	Muestreo:		28
2.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, confiabilidad :		28
2.5.1	Técnicas		28
2.5.2	Instrumentos	¡Error! Marcador no definido.	
2.5.3	Validez		28
2.6.4	Confiabilidad:		29
2.6	Método de análisis de datos:		30
2.7	Aspectos éticos:		30
III.	RESULTADOS		31
3.1	Prueba de Normalidad		31
3.2	Prueba de Hipótesis		31
3.3	Análisis Descriptivo		36
3.4	ANÁLISIS EXPLICATIVO		39
IV.	DISCUSIÓN		42
V	CONCLUSIONES		47
VI.	RECOMENDACIONES		48
	Referencias Bibliográficas		50
	<u>Anexos</u>		502

RESUMEN

Se realizó la investigación titulada "Calidad de servicio al cliente y su influencia en las ventas del Restaurante Brujas de Cachiche, Miraflores, año 2016", cuyo objetivo principal fue determinar la influencia que existe entre la "Calidad de servicio al cliente y las ventas" Para dicho estudio se utilizó la técnica de la encuesta, para su aplicación se elaboró un cuestionario de 20 preguntas dicho instrumento fue validado mediante el Juicio de Expertos y la Fiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Para la recolección de datos se consideró una población de 50 colaboradores con un margen de error de 5% y un nivel de confianza de 95%, se obtuvo como resultado que la Administración por objetivos y su relación con la competitividad tienen una correlación moderada, por lo que se aceptó la hipótesis de investigación. Por lo tanto, se concluye indicando que la calidad de servicio logra influir en las ventas.

Palabras clave: Calidad de servicio, lealtad del cliente, estrategia de beneficio, diferenciación competitiva.

ABSTRACT

Was carried out research entitled "Quality of service to the client and its influence on sales of restaurant witches of Cachiche, Miraflores, year 2016", whose main objective was to determine the influence that exists between the "quality of service" to the customer and sales for such study used survey technique, for its application was prepared a questionnaire of 20 questions that instrument was validated by expert opinion and the reliability of the same was calculated to through of the coefficient alpha of Cronbach. For the collection of data was considered a population of 50 workers with a margin of error of 5% and a confidence level of 95% was calculated., by what is accepted the hypothesis of research. Therefore, it is concluded stating that the quality of service achieved by influencing sales, and in turn improves performance in the company, in the medium term.

Key words: quality of service, loyalty of the customer, strategy of benefit, differentiation competitive.