



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de servicio y la fidelización del cliente del restaurante segundo  
muelle del distrito de San Miguel, año 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en administración

AUTOR

Castillo Uscovilca, Shelly

ASESOR

Mg. Edgar Laureano Lino Gamarra


LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

LIMA – PERÚ

2017

**PÁGINAS PRELIMINARES**

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 08 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

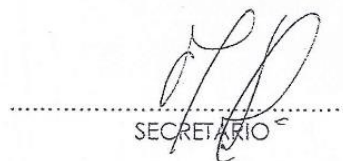
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a).....

cuyo título es: *calidad de servicio y la fidelización del cliente del restaurante segundo muelle del distrito de San Miguel, año 2017*

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

Trujillo (o Filial) *S.I.L.* *07* de *12* del 20*17*

  
 PRESIDENTE

  
 SECRETARIO

  
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

### **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado a mi madre y mis hermanos por todo el apoyo que me brindan día a día, en especial a Dios que me da la fuerza y valentía para seguir adelante.

## **Agradecimiento**

Agradezco a mis padres y familiares por todo su apoyo incondicional y enseñarme nuevas cosas durante mi vida profesional.

Agradezco a los docentes por expresarnos sus sabios consejos incentivos y conocimientos que hicieron llegar hasta este momento tan valioso de mi formación académico profesional.

A nuestro asesor Mg. Edgar Laureano Lino Gamarra por su apoyo profesional en el desarrollo de la tesis, que me servirá para toda la vida.

### **Declaración de Autenticidad**

Yo, Shelly Castillo Uscovilca, con DNI N° 71081529, 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 autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la 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 en la investigación, por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 31 de Noviembre del 2017



---

Shelly Castillo Uscovilca

## Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento a todo ustedes la Tesis Titulada “**Calidad de servicio y la fidelización del cliente del restaurante segundo muelle del distrito de San Miguel, año 2017**” que comprende los capítulos desde la introducción, la metodología, los resultados, las conclusiones y recomendaciones, esto con la finalidad de poder cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Atte.

Shelly Castillo Uscovilca

## Índice

## Página

### PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Declaratoria de Autenticidad.....	vi
Presentación.....	vii
Índice.....	viii
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>

### I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.....	14
1.2. Trabajos previos.....	16
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	21
1.4. Formulación al Problema.....	29
1.5. Justificación del estudio.....	30
1.6. Hipótesis.....	31
1.7. Objetivos.....	32



## **II. METODO**

2.1. Diseño de investigación.....	34
2.2. Variables, Operacionalización.....	35
2.3. Población y muestra.....	38
2.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos, validez y la Confiabilidad.....	39
2.5. Métodos de análisis de datos.....	43
2.6. Aspectos éticos.....	43
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>45</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>56</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>59</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>62</b>
<b>VII. REFERENCIAS.....</b>	<b>64</b>

## **ANEXOS**

Anexo 1: Instrumentos.....	67
Anexo 2: Validación de expertos.....	71
Anexo 3: Matriz de Consistencia.....	84
Anexo 4: Tabla de especificaciones.....	86
Anexo 5: Matriz de evidencias internas para la discusión.....	87
Anexo 6: Matriz de evidencias externas para la discusión.....	88
Anexo 7: Base de datos.....	89
Anexo 8: Evaluación de similitud.....	92
Anexo 9: Autorización de la entidad.....	94
Anexo 10: Evidencias.....	96
Anexo 11: Resultados de las preguntas del cuestionario.....	97

## Índice de Tablas

Tabla 01: Operacionalización de la Variable 1 Calidad de servicio.....	36
Tabla 02: Operacionalización de la Variable 2 Fidelización del cliente.....	37
Tabla 03: Validez del cuestionario sobre Calidad de servicio.....	40
Tabla 04: Confiabilidad del cuestionario sobre Calidad de servicio.....	40
Tabla 05: Validez del cuestionario sobre Fidelización del cliente.....	41
Tabla 06: Confiabilidad del cuestionario sobre Fidelización del cliente....	42
Tabla 07: Expertos de la validación de las variables.....	43
Tabla 08: Distribución de frecuencia de la variable 1 y variable 2.....	45
Tabla 09: Distribución de frecuencia de dimensión 1 y variable 2.....	46
Tabla 10: Distribución de frecuencia de dimensión 2 y variable 2.....	47
Tabla 11: Distribución de frecuencia de dimensión 3 y variable 2.....	48
Tabla 12: Distribución de frecuencia de dimensión 4 y variable 2.....	49
Tabla 13: Contrastación de la Hipótesis general de la variable 1.....	50
Tabla 14: Contrastación de la Hipótesis específica de la dimensión 1.....	51
Tabla 15: Contrastación de la Hipótesis específica de la dimensión 2.....	52
Tabla 16: Contrastación de la Hipótesis específica de la dimensión 3.....	53
Tabla 17: Contrastación de la Hipótesis específica de la dimensión 4.....	54

## RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo principal determinar si existe relación entre la Calidad de Servicio y la Fidelización del Cliente del restaurante Segundo Muelle del distrito de San Miguel, año 2017. El tipo de investigación fue aplicada, nivel de investigación correlacional y diseño de investigación no experimental. Se utilizó como población a todas las personas que consumieron en el restaurante Segundo Muelle del mes de Mayo, y el tamaño de la muestra calculada fue de 120. La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de experto y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach. La recolección de datos se obtuvo a través de 2 cuestionarios la primera variable de 22 ítems y la segunda variable de 30 ítems con la escala de 5 categorías. El análisis de los datos se hizo utilizando el programa estadístico SPSS versión 22.0, llegando a evidenciar que existe relación entre la Calidad de Servicio y la Fidelización del Cliente del restaurante Segundo Muelle de San Miguel.

**Palabras Clave:** Calidad de Servicio, Fidelización del Cliente, Tangible.

## **ABSTRACT**

The main objective of the research was to determine if there is a relationship between Quality of Service and Customer Loyalty at the Segundo Muelle restaurant in the district of San Miguel, year 2017. The type of research was applied, correlational research level and research design were not experimental. All the people who consumed at the Segundo Muelle restaurant of the month of May were used as a population, and the calculated sample size was 120. The validity of the instrument was obtained through expert judgment and reliability with the Cronbach's Alpha coefficient. The data collection was obtained through 2 questionnaires the first variable of 22 items and the second variable of 30 items with the scale of 5 categories. The analysis of the data was made using the statistical program SPSS version 22.0, showing that there is a relationship between Quality of Service and Customer Loyalty in the restaurant Segundo Muelle de San Miguel.

**Keywords:** Quality of Service, Customer Loyalty.