



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Calidad de servicio e imagen corporativa en los clientes del  
restaurant & pollería La Leña S.A.C., San Juan de Lurigancho-  
2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Mateo Gonzales, Luis Alfredo (ORCID: 0000-0002-7550-5797)

ASESOR:

Dr. Salas Quintos, Oscar (ORCID: 0000-0002-7428-1250)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA — PERÚ

2017

## **Dedicatoria**

Esta tesis se la dedico a Dios, por ser mi fortaleza en este largo camino y también a mi familia que siempre me ha apoyado en el alcance de mis metas y por último a mi padre Domingo Mateo que se desde el cielo cuida mis pasos.

## **Agradecimiento**

Para la realización de mi tesis necesite el apoyo de muchas personas a la cual quiero agradecer. En primer lugar a mi madre Ricardina y hermanos.

## Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I.INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	21
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Variables y operacionalización	22
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad análisis.	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
3.5. Procedimientos	28
3.6. Método de análisis de datos	28
3.7. Aspectos éticos	29
IV. RESULTADOS	30
V. DISCUSIÓN	36
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS	44
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1 Validación por expertos cuestionario calidad de servicio .....	26
Tabla 2 Validación por expertos imagen corporativa.....	26
Tabla 3 Fiabilidad de calidad de servicio .....	27
Tabla 4 Fiabilidad de imagen corporativa.....	27
Tabla 5 Cruzadas calidad de servicio e imagen corporativa .....	30
Tabla 6 Cruzadas de elementos tangibles e imagen corporativa.....	31
Tabla 7 Cruzadas de fiabilidad e imagen corporativa.....	32
Tabla 8 Cruzadas de capacidad de respuesta e imagen corporativa.....	33
Tabla 9 Cruzadas de seguridad e imagen corporativa .....	34
Tabla 10 Cruzadas de empatía e imagen corporativa.....	35

## Resumen

El presente trabajo de investigación es referente a la Calidad de servicio y la imagen corporativa en los clientes del restaurant & pollería La Leña S.A.C. San Juan de Lurigancho 2017, tuvo como finalidad identificar la relación entre las variables de calidad de servicio e imagen corporativa. La fundamentación teórica respecto a la calidad de servicio y sus dimensiones de la información elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía se basó en la teoría. Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1988) , mientras que la imagen corporativa y sus dimensiones localización , responsabilidad social, servicios ofrecidos, impresión de mercado y personal se basó en el autor Bravo, Montaner y Pina (2009). Para el desarrollo de este estudio es descriptivo correlacional , diseño no experimental , la población fue de 160 clientes de la empresa La Leña S.A.C., el instrumento utilizado fue el cuestionario y la técnica empleada la encuesta , la validación se realizó a través del juicio de cinco expertos , la confiabilidad se evaluó con el alfa de Cron Bach , la cual arrojó ,871 para la variable calidad de servicio y ,841 para la variable imagen corporativa , el procedimiento estadístico se realizó mediante el programa de software SPSS, cuyo resultados permitieron llegar a las discusiones , conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de estudio de investigación.

**Palabras claves:** calidad de servicio, confiabilidad, imagen corporativa.

## **Abstract**

This research work refers to the quality of service and the corporate image in the restaurant and poultry customers La Leña S.A.C. San Juan de Lurigancho 2017, aimed to identify the relationship between the variables of quality of service and corporate image. The theoretical foundation refers to the quality of the service and the dimensions of the information, tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy are based on the theory Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988), social responsibility, services offered, printing market and staff was based on the author Bravo, Montaner and Pina (2009). For the development of this study is descriptive correlational, non-experimental design, the population of 160 customers of the company La Leña SAC, the validation was made through from the judgment of five experts, the reliability is evaluated with the Cronbach's alpha, which was ,871 for the quality of service variable and ,841 for the corporate image variable, the statistical procedure was carried out using the software program SPSS, whose results allowed to reach the discussions, conclusions and recommendations of this research study work.

**Keywords:** quality of service, corporate image.