



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**"CALIDAD DE SERVICIO Y LA FIDELIZACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE
GASTRONOMIA DEL INSTITUTO INTUR PERU DEL DISTRITO DE SAN JUAN
DE LURIGANCHO - 2013"**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

ZULMI MILAGRITOS GONZALES LOZADA

ASESORA:

MG. YRMA NEYRA CARBAJAL

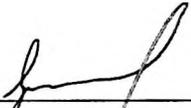
LINEA DE INVESTIGACION:

GERENCIA EMPRESARIAL

LIMA-PERU

2015

JURADOS



Mg. Juvenal Lozano Lozano

PRESIDENTE



Eco. Cesar Sifuentes La Rosa

SECRETARIO



Mg. Martha Ames Coca

VOCAL

DEDICATORIA

A mis queridos padres, por su amor y comprensión en todo momento.

A mis hermanos, por haberme apoyado en esta etapa de mi vida que representa un estímulo a seguir superándome

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la fuerza y sabiduría para el logro de este trabajo de investigación

A SUBE que me brindaron las enseñanzas y su constante asesoría.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Zulmi Milagritos Gonzales Lozada con DNI N° 44689735, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 10 de Marzo del 2015



Zulmi Milagritos Gonzales Lozada

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis titulada: "**CALIDAD DE SERVICIO Y LA FIDELIZACION DE LOS ESTUDIANTES DE GASTRONOMIA DEL INSTITUTO INTUR PERU DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO 2013**", con la finalidad de establecer la relación entre la calidad de servicio y la fidelización de los estudiantes de gastronomía del Instituto INTUR PERU del distrito de San Juan de Lurigancho, en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

LA AUTORA

INDICE

JURADOS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
INDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRAFICOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCION	1
1.1. Realidad Problemática	40
1.1.1 Problema general	41
1.1.2. Problemas específicos	41
1.2. Objetivos	42
1.2.1 Objetivo general	42
1.2.2 Objetivos específicos	42
II.- MARCO METODOLOGICO	44
2.1. Hipótesis	44
2.1.1 Hipótesis general	44
2.1.2 Hipótesis específicas	44
2.2. Variables	45
2.3. Operacionalización de las variables	46
2.3.1 Definición conceptual de las variables	46
2.3.2 Definición operacional de las variables	49
2.4. Metodología	49
2.5. Tipo de estudio	51
2.6 Diseño de la investigación	51
2.7 Población muestra y muestreo	52
2.7.1 Población	52
2.7.2 Muestra	53

2.7.3 Muestreo	54
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	55
2.8.1 Técnicas de recolección de datos	55
2.8.2 Instrumentos de recolección de datos	55
2.9 Métodos de análisis de datos	56
2.10 Aspectos éticos	56
III. RESULTADOS	57
3.1. Validez y confiabilidad del instrumento	57
3.1.1. Validez	57
3.1.2. Análisis de confiabilidad del instrumento	59
3.2. Análisis de confiabilidad del instrumento	60
3.3 Análisis descriptivo de las variables	62
3.4 Análisis de contrastación de hipótesis	82
IV. DISCUSION	88
V. CONCLUSIONES	90
VI. RECOMENDACIONES	92
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	94
ANEXOS	98
ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA	99
ANEXO 2 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	100
ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA II	101
ANEXO 4 CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO	102
ANEXO 5 CUESTIONARIO DE FIDELIZACION	104
ANEXO 6 VALIDACION DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS	105
ANEXO 7 GRAFICO Y TABLAS DE CALIDAD DE SERVICIO	114
ANEXO 8 GRAFICO Y TABLAS DE FIDELIZACION DEL CLIENTE	128

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 Evaluación de expertos	57
Tabla N° 02 Criterios de evaluación	58
Tabla N° 03 Formula de Alfa de Cronbach	59
Tabla N° 04 Escala de coeficiente de confiabilidad	60
Tabla N° 05 Análisis de Confiabilidad de Calidad de servicio	60
Tabla N° 06 Análisis de Confiabilidad de fidelidad	61
Tabla N° 07 La apreciación del alumnado es positiva hacia la institución	62
Tabla N° 08 El servicio que brinda el instituto genera confianza plena en los estudiantes	63
Tabla N° 09 La calidad de los aprendizajes garantiza confianza en los estudiantes	64
Tabla N° 10 La institución toma en cuenta las sugerencias de los estudiantes	65
Tabla N° 11 El personal administrativo posee una actitud proactiva en beneficio del estudiante	66
Tabla N° 12 El ambiente físico del instituto contribuye a brindar un servicio de calidad	67
Tabla N° 13 Las instalaciones físicas son adecuadas, limpias, cómodas para la atención del estudiante	68
Tabla N° 14 El conocimiento de los empleados garantiza en los estudiantes la calidad del servicio requerido	69
Tabla N° 15 La confianza es una evidencia de rutina en los colaboradores del Instituto lo que contribuye con la calidad de servicio	70
Tabla N° 16 El personal se toma el tiempo necesario para explicar al estudiante	71
Tabla N° 17 El personal presta mucha atención en la explicación de los procedimientos de la Institución	72
Tabla N° 18 Los estudiantes nos sentimos identificados con la Institución pues toma en cuenta nuestras recomendaciones	73
Tabla N° 19 La información completa repercute de manera positiva en la fidelización de la institución	74
Tabla N° 20 La organización ofrece información clara y transparente al respecto del servicio prestado por la institución	75
Tabla N° 21 Los clientes tienen plena confianza por los bienes y servicios recibidos. El instituto ofrece un servicio absolutamente confiable	76

Tabla N° 22 El instituto ofrece calidad de atención y así nuestros estudiantes regresan a la institución	77
Tabla N° 23 El éxito del instituto impacta en el clima laboral	78
Tabla N° 24 Nuestros estudiantes se sienten fidelizados	79
Tabla N° 25 La familiaridad incide en la fidelización del instituto. Acudir al instituto me permite estar familiarizado con sus colaboradores, con su infraestructura y con el servicio ofrecido	80
Tabla N° 26 La simpatía impacta positivamente en la fidelización del instituto, tiene colaboradores cuyo trato evidencia simpatía y calidad permanente	81
Tabla N° 27 Resultado análisis de contrastación de hipótesis general	82
Tabla N° 28 Resultado análisis de contrastación de hipótesis específica 1	83
Tabla N° 29 Resultado análisis de contrastación de hipótesis específica 2	84
Tabla N° 30 Resultado análisis de contrastación de hipótesis específica 3	85
Tabla N° 31 Resultado análisis de contrastación de hipótesis específica 4	86
Tabla N° 32 Resultado análisis de contrastación de hipótesis específica 5	87

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRAFICO N° 1 Gráfico de análisis descriptivo 1	62
GRAFICO N° 2 Gráfico de análisis descriptivo 2	63
GRAFICO N° 3 Gráfico de análisis descriptivo 3	64
GRAFICO N° 4 Gráfico de análisis descriptivo 4	65
GRAFICO N° 5 Gráfico de análisis descriptivo 5	66
GRAFICO N° 6 Gráfico de análisis descriptivo 6	67
GRAFICO N° 7 Gráfico de análisis descriptivo 7	68
GRAFICO N° 8 Gráfico de análisis descriptivo 8	69
GRAFICO N° 9 Gráfico de análisis descriptivo 9	70
GRAFICO N° 10 Gráfico de análisis descriptivo 10	71
GRAFICO N° 11 Gráfico de análisis descriptivo 11	72
GRAFICO N° 12 Gráfico de análisis descriptivo 12	73
GRAFICO N° 13 Gráfico de análisis descriptivo 13	74
GRAFICO N° 14 Gráfico de análisis descriptivo 14	75
GRAFICO N° 15 Gráfico de análisis descriptivo 15	76
GRAFICO N° 16 Gráfico de análisis descriptivo 16	77
GRAFICO N° 17 Gráfico de análisis descriptivo 17	78
GRAFICO N° 18 Gráfico de análisis descriptivo 18	79
GRAFICO N° 19 Gráfico de análisis descriptivo 19	80
GRAFICO N° 20 Gráfico de análisis descriptivo 20	81

RESUMEN

Calidad de servicio y la fidelización de los estudiantes de gastronomía del Instituto INTUR PERU del distrito de San Juan de Lurigancho – 2013 es el título del estudio, tuvo como objetivo principal identificar la relación entre la calidad de servicio y la fidelización de los estudiantes de gastronomía del Instituto INTUR PERÚ del distrito de San Juan de Lurigancho. Para su desarrollo se aplicó conceptos y teorías en el tema de estudio, tomando en cuenta Germán Israel expresa que la necesidad de contar con funciones de confiabilidad, capacidad de respuesta, elementos tangibles, seguridad y empatía para el análisis de la calidad de servicio, así mismo Alcaide Juan Carlos propone que la fidelización se fundamenta a través de las funciones de experiencia del cliente, comunicación, incentivos y relación con cliente. En el marco metodológico corresponde a una investigación de tipo básica, descriptiva y correlacional, con diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por 140 personas y la muestra de 103 personas calculándose a través del método no probabilístico e intencional. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario de tipo Likert, facilito la información necesaria para el procesamiento de los datos utilizando el software estadístico SPSS v.21. Finalmente con los resultados obtenidos se discute, se recomienda y se concluye que una eficiente calidad de servicio facilitara las medidas que se deben tomar para lograr la fidelización de los estudiantes de gastronomía del Instituto INTUR PERÚ, repercutirá en el desarrollo de la institución.

Palabras claves: Calidad de Servicio, fidelizacion

ABSTRACT

Quality of service and loyalty students gastronomy INTUR PERU Institute of San Juan de Lurigancho - 2013 is the title of the study, it had as main objective to identify the relationship between service quality and loyalty of students gastronomy PERU INTUR Institute of San Juan de Lurigancho. For its development concepts and theories was applied in the subject of study, taking into account Germán Israel expressed the need for functions of reliability, responsiveness, tangibles, security and empathy for the analysis of the quality of service and Juan Carlos Alcaide same I proposed that builds loyalty through the customer experience functions, communication, incentives and customer relation. In the methodological framework it corresponds to a basic research, descriptive and correlational, with no experimental, cross-sectional design. The population consisted of 140 people and 103 people sample calculated through the non-probabilistic and intentional method. The survey technique was used for data collection and an instrument Likert questionnaire, provided the information necessary for processing the data using the statistical software SPSS v.21. Finally the results obtained are discussed, recommended and concludes that an efficient QoS facilitate measures to be taken to achieve the loyalty of students gastronomy INTUR PERU Institute, will influence the development of the institution.

Keywords: Quality of Service, loyalty