



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA  
FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE  
EL PAISITA DE LA CIUDAD DE TRUJILLO AÑO 2015

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:  
ZEGARRA ALCALDE, CLAUDIA

ASESOR:  
Mg. RAMÍREZ SALINAS LUIS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
MARKETING

TRUJILLO – PERÚ  
2015

PAGINA DE JURADO

---

Mg. Luis Ramirez Salinas

Presidente

---

Mg. Luz Alicia Baltodano Nontol

Secretaria

---

Mg. Alexander Zavaleta Nuñez

Vocal

## DEDICATORIA

A Dios, mi padre por ser el que me cuida y guía mi camino, por las bendiciones que generosamente ha puesto en mi vida.

A mi hijo Gabriel por ser mi inspiración, mi motivo para dar todo, para cada día esforzarme y ser mejor, gracias por llegar a mi vida,

A mi Madre Ida Aliaga y mi Tío Freddy por ser mi ejemplo de vida por sus consejos, apoyo, su tolerancia, por estar conmigo a pesar de mis caídas siempre estuvieran para levantarme.

A mis hermanos Freddy y Katia por sus consejos, porque están conmigo siempre

## AGRADECIMIENTO

A Dios por sobre todo.

A mi familia.

A mi amiga: Thais Alva Vela por que juntas logramos terminar nuestros estudios y metas.

A la profesora Luz Alicia Baltodano Nontol por ser quien me enseñó las bases necesarias de Estadística para poder hoy realizar este trabajo con éxito, sin sabias enseñanzas jamás lo hubiera podido realizar por su exigencia y ayuda hicieron posible esta investigación.

A la Universidad César Vallejo en específico a la Facultad de Ciencias Empresariales por ser la primera carrera Acreditada, el cual nos da un valor agregado a nuestra profesión.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Claudia Giannina Zegarra Alcalde con DNI N° 47200673, a consecuencia de cumplir con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo el juramento que toda la documentación, los datos e investigación que adjunto y presento son auténticos y verídicos.

Por ello, asumo toda responsabilidad que corresponda ante cualquier incumplimiento o falsedad, todo esto bajo las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, Diciembre año 2015

## **PRESENTACIÓN**

Estimados señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis Titulada La calidad de servicio y su relacion con la fidelización de los clientes del restaurante El Paisita de la ciudad de Trujillo año 2015, con la finalidad de analizar a los clientes la relación entre la calidad de servicio y fidelización de los clientes del restaurante El Paisita, considerando que dicho restaurante desea ampliar y abrir en otro local.

Esperando que esta investigación cumpla con los requisitos para la conformidad de los presentes.

La Autora

## INDICE

<b>PAGINA DEL JURADO:</b> .....	ii
<b>DEDICATORIA:</b> .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO:</b> .....	v
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD:</b> .....	v
<b>PRESENTACIÓN:</b> .....	vi
<b>ÍNDICE:</b> .....	vii
<b>RESUMEN:</b> .....	viii
<b>ABSTRACT:</b> .....	ix
<b>I. INTRODUCCION</b> .....	10
1.1. Realidad Problemática.....	10
1.2. Trabajos Previos:.....	12
1.3. Teorías Relacionadas al tema:.....	13
1.3.1 Calidad de Servicio:.....	13
1.3.2 Fidelización:.....	17
1.4Formulación del Problema:.....	18
1.5Justificación del estudio:.....	18
1.6Hipótesis:.....	19
1.7Objetivos:.....	19
<b>II. MARCO METODOLÓGICO:</b> .....	20
2.1. Diseño de Investigación:.....	20
2.2. Variables Operacionalización de variables:.....	20
2.1. Variable 1: Calidad De Servicio:.....	21
2.2.2Variable 2: Fidelización:.....	25
2.3.Población y Muestra.....	27
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos:.....	28
2.5. Método de análisis datos:.....	30
2.6 Aspectos Éticos:.....	30

III. RESULTADOS:.....	31
IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	91
V. CONCLUSIONES:.....	94
VI. RECOMENDACIONES: .....	95
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	96
ANEXOS.....	98

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la relación entre la calidad de servicio y fidelización de los clientes del Restaurante El Paisita de la ciudad de Trujillo año 2015. Investigación correlacional con enfoque cuantitativo, no experimental. Se utilizó la técnica de encuestas para obtener la información correspondiente y poder desarrollar los objetivos propuestos, para ello se empleó dos cuestionarios estructurados y validados por tres jueces, mediante los cuales se aplicó la escala de Likert, los instrumentos fueron aplicados a una muestra aleatoria de 246 clientes. La calidad de servicio fue medida en cinco dimensiones, según Kerin, Berkowitz Roger., Hartley Steven., Rudelius William 2003, mientras que la fidelización del cliente fue medida por cinco dimensiones propuesto por Zeithaml. Los resultados de la investigación permitieron mostrar que los clientes investigados del Restaurante El Paisita perciben una calidad de servicio Regular con una media de 3.34 así como también un nivel Bueno de fidelización con una media de 3.72, concluyendo gracias a estas dimensiones puedo concretar estrategias para mejorar la calidad de servicio trae como efecto mayor fidelización y nuevos clientes. Además que tiene una relación positiva con un 5% de significancia, es decir es una correlación moderada.

*Palabras Clave:* Calidad, Cliente, Fidelización, Servicio.

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze the relationship between service quality and customer loyalty Restaurante El Paisita city of Trujillo 2015. correlational research with quantitative approach, not experimental. The survey technique was used to obtain the information and to develop the objectives for this two structured and validated by three judges, by which the Likert scale was applied questionnaires instruments were applied to a random sample was used 246 customers. Service quality was measured in five dimensions, Según Kerin, Berkowitz Roger., Hartley Steven., Rudelius William 2003, while customer loyalty was measured by five dimensions proposed by Zeithaml. The research findings show that the investigated allowed customers perceive Restaurant Paisita Regular service quality with an average of 3.34 as well as a good level of loyalty with an average of 3.72 thanks to these dimensions concluding that when concrete strategies to improve the quality of service brings the effect greater loyalty and new customers.. Besides having a positive relationship with a 5% significance, ie it is a moderate correlation.

**Keywords:** Quality, Customer Loyalty Service