



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Branding y su incidencia con la fidelización de los clientes del Gran Bolívar
Hotel, Trujillo 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

ANET MANRIQUE CÁRDENAS

ASESORES:

**MG, NANCY DEIFILIA AGUILAR ARAGÓN
MG. GUSTAVO UGARRIZA GROSS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

**TRUJILLO – PERÚ
Año 2017**

Página del Jurado

Mg. Nancy Deifilia Aguilar Aragón

Mg. Susana Díaz Mazabel

Mg. Luis Henrique Quiroz Veliz

Dedicatoria

A Dios por ser mi fortaleza, mis ganas de superación y sobre todo mi guía. A mis padres Joel Manrique y Yojana Cárdenas por haberme dado la vida, por su amor, por sus buenos consejos, por su apoyo incondicional. Ellos son mi orgullo, mi razón para hacer las cosas y es por ellos y para ellos cada uno de mis logros. Gracias por unirse a mi sueño de ser una gran administradora, los amo.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, porque sin su bendición nada sería posible. A mis padres por cuidarme con un amor incalculable, dedicación admirable y sobre todo por darme un ejemplo de lo que significa familia. Asimismo agradezco a mis queridos docentes de la Escuela de Administración por haber sido parte fundamental de mi desarrollo académico profesional.

Declaración de autenticidad

Yo, Anet Manrique Cárdenas, con DNI N° 71565906, 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 Académica Profesional 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 someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Trujillo, Junio del 2017.

Anet Manrique Cárdenas

DNI: 71565906

Presentación

Señores miembros del jurado calificar:

En cumplimiento a las normas del reglamento de elaboración y sustentación de tesis de la Universidad César Vallejo se pone a vuestra consideración la investigación titulada Branding y su incidencia con la Fidelización de los clientes del Gran Bolívar Hotel, Trujillo 2017 con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Índice

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación.....	vi
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCION	1
1.1. Realidad problemática.....	2
1.2. Trabajos previos	5
1.3. Teorías relacionadas al tema	9
1.3.1. Calidad del servicio	9
1.3.2. Lealtad del cliente	19
1.4. Formulación del problema.....	23
1.5. Justificación del estudio	23
1.6. Hipótesis.....	24
1.7. Objetivos	24
1.7.1. Objetivo general	24
1.7.2. Objetivos específicos.....	24
II. METODO	26
2.1. Tipo de investigación	27
2.2. Diseño de investigación.....	27
2.3. Operacionalización de las variables	28
2.4. Población y muestra	29

2.4.1. Población	29
2.4.2. Muestra	29
2.4.3. Unidad de análisis	29
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
2.5.1. Técnicas e instrumentos	29
2.5.2. Validez.....	30
2.5.3. Confiabilidad	30
2.6. Métodos de análisis de datos	30
2.7. Aspectos éticos	31
III. RESULTADOS	32
3.1. Descripción de resultados.....	33
3.1.1. Descripción de la variable calidad del servicio	33
3.1.2. Descripción de la variable lealtad de los clientes.....	34
3.2. Contrastación de hipótesis.....	27
3.2.1. Objetivo específicos	35
3.2.2. Objetivos general.....	27
IV. DISCUSION	46
V. CONCLUSIONES.....	49
VI. RECOMENDACIONES	52
VII. REFERENCIAS BIBLIOFRAGICAS	54
ANEXOS.....	56

Resumen

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar la incidencia existente entre Branding y Fidelización del cliente del Gran Bolívar Hotel, Trujillo 2017 , es una investigación descriptiva-correlacional no experimental de corte transversal, que se realizó en base a la información obtenida a través del instrumento de investigación que fue un cuestionario de 15 preguntas, aplicado a 263 clientes del Gran Bolívar Hotel, llegando a la conclusión que el Branding y la Fidelización del cliente del Gran Bolívar Hotel, Trujillo 2017 tienen relación altamente significativa con un nivel de significancia de 0.1% y un coeficiente de correlación de 17% lo que significa que se acepta la hipótesis planteada en la investigación.

Palabras clave: Branding, Fidelización de Clientes.

Abstrac

The present investigation was realized by the aim to determine the existing incident between Branding and Loyalty of the client of the Great Bolívar Hotel, Trujillo 2017, it is a descriptive investigation - correlacional not experimental of transverse court, which realized on the basis of the information obtained across the instrument of investigation that it was a questionnaire of 15 questions, applied to 263 clients of the Great Bolívar Hotel, coming to the conclusion that the Branding and the Loyalty of the client of the Great Bolívar Hotel, Trujillo 2017 they have highly significant relation with a level of significancia of 0.1 % and a coefficient of correlation of 17 % which means that the hypothesis raised in the investigation is accepted.

Keywords: Branding, Clients' Loyalty.