



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“CALIDAD DE SERVICIO Y FIDELIZACION DEL
CLIENTE DEL HOTEL TARTAR- CAJAMARCA
2018”

Trabajo de Investigación para optar el título profesional de:

Bachiller en Administración

Autor:

María Nelly Vargas Leiva
Leydy Julissa Castro Tolentino

Asesor:

Verónica Liscet Quiroz Miranda
Cajamarca - Perú

2018

Tabla de contenidos

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACION DE TRABAJO DE INVESTIGACION	2
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACION; Error! Marcador no definido.	
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	28
CAPÍTULO III: RESULTADOS	33
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	50
ANEXOS	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 confiabilidad	32
Tabla2 Estadístico de fiabilidad	32
Tabla 3 Grado de relación según coeficiente de correlación	33
Tabla 4. Edad del huésped	34
Tabla 5 Sexo del huésped	34
Tabla 6 Nacionalidad del huésped	35
Tabla 7 Correlación entre calidad de servicio y fidelización del cliente	35
Tabla 8 Correlación entre calidad y la dimensión tangible	36
Tabla 9 Relación entre calidad de servicio y fidelización	36
Tabla 10 Relación entre calidad y lealtad	37
Tabla 11 Relación entre fiabilidad y confiabilidad	37
Tabla 12 Relación entre fiabilidad y validez	38
Tabla 13 Relación entre fiabilidad y fidelización	38
Tabla 14 Relación entre capacidad de respuesta y confiabilidad	39
Tabla 15 Relación entre Capacidad de respuesta y Validez	40
Tabla 16 Relación entre capacidad de respuesta y lealtad	40
Tabla 17 Relación entre seguridad y confiabilidad	41
Tabla 18 Relación entre seguridad y validez	41
Tabla 19 Relación entre seguridad y lealtad	42
Tabla 20 Relación entre empatía y confiabilidad	42
Tabla 21 Relación entre empatía y validez	43

Tabla 22 Relación entre empatía y lealtad

43

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

La calidad del servicio en una empresa turística es un factor primordial para el éxito de la organización y debe ser concebida en función de las necesidades y deseos de los clientes para lograr tenerlos satisfechos y lograr posteriormente que estos puedan regresar nuevamente a la empresa y también recomendarla es por ello que la presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre calidad de servicio y fidelización del cliente del Hotel Tartar – Cajamarca, 2018, se ha considerado una muestra de ... clientes que acuden frecuentemente al Hotel, la investigación es de alcance correlacional, de diseño no experimental y de acuerdo a la temporalidad de corte transversal, se utilizó la prueba Rho de Esperman para contrastar la hipótesis llegando a la siguiente conclusión que existe una correlación positiva media, dado que el valor de p es menor de 0.05 con una correlación de 0.352, lo que indica una relación real, por lo que la empresa debe seguir mejorando la calidad del servicio para poder contar con clientes totalmente satisfechos.

Palabras clave: Calidad, fidelización, servicio.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Benitez, J. (2010). La calidad del servicio en la industria hotelera. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Retrieved from http://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/5516/1/0628694_00000_0000.pdf

Civera, M. (2008). Análisis de la relación entre calidad y fidelización en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido. Universidad Jaume. Retrieved from <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10357/civera.pdf?sequence=1>

Cruz medina, I. R. (2013). Importancia del servicio al cliente. 82, 36. Retrieved from file:///H:/informacion recuperada de tesis/importancia de calidad de servicio - Pacioli82.pdf.

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de Medición. INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas Y Sociales, 15, 18. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Gómez, D. (2013). Lealtad , fidelización y rendimiento académico en los estudiantes de la UASLP-UAMZM. Sophia, 9, 11–25.

González, R. (2014). Relación entre calidad de servicio y la fidelización del consumidor. Universidad de Valladolid. Retrieved from <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6001/1/TFG-N.95.pdf>.

ISO. (2015). GESTIÓN DE CALIDAD. Retrieved from http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm

Landa, O. (2015). La calidad de servicio en la fidelización que obtienen los usuarios de las entidades prestadoras de salud. Universidad Enrique Guzmán y Valle. Retrieved from http://www.academia.edu/11120546/Proyecto_tesis_CALIDAD_DE_SERVICIO_EN_A_FIDELIZACION_DE_LOS_USUARIOS_DE_LAS_ENTIDADES_PRESTADORAS_DE_SALUD_3_.

Martinez, A. (2006). Calidad de servicio. Martinez, Armando.

Mesa, D. (2006). La confiabilidad, la disponibilidad y la mantenibilidad, disciplinas modernas aplicadas al mantenimiento. *Scientia Et Technica*, XII(30), 155–160.

Moreno, J. (2012). Medición de la fidelización del cliente en el restaurante la caña de don parce. Universidad de Piura. Retrieved from http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1648/AE_265.pdf?sequence=1.

Perez, C. (2014). La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC - Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2013. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Retrieved from http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/287/1/TL_Perez_Rios_CynthiaKatherine.pdf.

Quiróa, D. (2014). Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos. Universidad Rafael Landívar.

Roncagli, M. (2011). La calidad total en organizaciones y entornos complejos. Universidad Autónoma de Madrid. Retrieved from https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/9300/48695_silva_maranhao_roncagli.pdf?sequence=1

Ruiz, C. (2007). Errores frecuentes en los trabajos de grado de las maestrías en educación. *Educare*, 11.

Ruiz, M. (2012). Validación y confiabilidad de la investigación. Eumed.net. Retrieved from http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/validacion_confiabilidad.html

Sampieri, R. H. (2010). Metodología de la investigación 5ta edición. (M.-H. E. S. A. DE C.V., Ed.) (5ta ed.). México.

Teves, C. F. (2015). “La gestión del servicio como propuesta de mejora para la fidelización de clientes caso: museo san francisco de lima.” Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Retrieved from http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4485/1/Farfan_tc.pdf

Tupac, V. (2015). “evaluación de la calidad del servicio del ‘hotel atton-san isidro’ de la ciudad de lima, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2015.” Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Retrieved from <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2015/32/20/082302/20150720121252.pdf>

Diaz, Y. (2009). Principales concepciones y enfoques teóricos-metodológicos sobre calidad: necesidad del estudio y aplicación de marketing. Cuba.

Torres, M. (2015) Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. “Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado” Retrieved from http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista35/Compendium_35_2015_4.pdf