



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERIA

“CALIDAD DE SERVICIO EN LOS RESTAURANTES DE KENTUCKY
FRIED CHICKEN INDEPENDENCIA”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

AUTOR:

MARJORIE ALEJANDRA ZEVALLOS MANAY

ASESOR:

MG. CARLOS TOVAR ZACARIAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS Y DE CENTROS DE ESPARCIMIENTO

LIMA – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

.....
PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

DEDICATORIA

A todos mis seres queridos; por sus recomendaciones, sus principios y su apoyo constante.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, y hermano por el gran soporte constante para lograr que cada día sea fruto del esfuerzo y aprendizaje. A mi profesor Carlos Tovar Zacarías por toda la colaboración dedicada durante este tiempo en la elaboración de esta tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Zevallos Manay, Marjorie Alejandra con DNI N° 48398774, 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 en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es 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, 5 de Junio del 2016

Zevallos Manay, Marjorie Alejandra

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis que tiene como título “Calidad de servicio en los restaurantes de Kentucky Friend Chicken en el distrito de independencia”, con el propósito de conocer la calidad en base al servicio que brindan los colaboradores del restaurante y así poder saber si el cliente se encuentra satisfecho o no , cumplimiento con el respectivo Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de César Vallejo para conseguir el Grado de Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería.

PAGINA DEL JURADO.....	
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENCIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
ÍNDICE.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
I. INTRODUCCION.....	
1.1 Realidad problemática	12
1.2 Trabajos Previos	13
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.4 Formulación del problema	27
1.5 Justificación del estudio	28
1.6 Hipótesis	29
1.7 Objetivos	30
II. METODOS	
2.1 Diseño de investigación	31
2.2 Variables, operacionalizacion	31
2.3 Población y muestra	32
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez	33
2.5 Métodos de análisis de datos	36
2.6 Aspectos éticos	36
III.RESULTADOS	37
IV.DISCUSION	63
V.CONCLUSION	65
VI.RECOMENDACION	67

VII.REFERENCIAS	69
ANEXOS	
INDICE DE TABLAS	
Tabla 1: Teoría de 14 principios de Edward Deming	18
Tabla 2: Puntos de Ishikawa	19
Tabla 3: Matriz de Operacionalización	33
Tabla 4: Calidad de Servicio	38
Tabla 5: Elementos tangibles	39
Tabla 6: Seguridad	40
Tabla 7: Fiabilidad	41
Tabla 8: Capacidad de respuesta	42
Tabla 9: Empatía	43
Tabla 10: El local cuenta con buen estado de equipos tecnológicos	44
Tabla 11: El local cuenta con una buena accesibilidad y señalización	44
Tabla 12: El local cuenta con una comodidad y apariencia en sus instalaciones	45
Tabla 13: El local cuenta con colaboradores que le dan un trato amable y considerado	45
Tabla 14: El local cuenta con estándares de calidad para un producto perfecto	46
Tabla 15: El personal brinda un mejor servicio cuando trabaja en equipo	46
Tabla 16: El personal tendrá un buen servicio según la experiencia que tenga en el rubro	47
Tabla 17: El personal cuenta con interés y voluntad para solucionar algún percance	47
Tabla 18: El personal brinda información para facilitar al cliente	48
Tabla 19: La atención del local es brindada de manera rápida y oportuna	49
Tabla 20: El local cuenta con personal competitivo para brindar un buen servicio	49
Tabla 21: El local respeta los tiempos establecidos para un mejor servicio	50
Figura 1: Comparación de la dimensión Elementos tangibles en los	54

restaurantes de Kentucky Fried Chicken, Independencia	
Figura 2: Comparación de la dimensión Seguridad en los restaurantes de Kentucky Fried Chicken, Independencia	55
Figura 3: Comparación de la dimensión Fiabilidad en los restaurantes de Kentucky Fried Chicken, Independencia	56
Figura 4: Comparación de la dimensión Capacidad de respuesta en los restaurantes de Kentucky Fried Chicken, Independencia	57
Figura 5: Comparación de la dimensión Empatía en los restaurantes de Kentucky Fried Chicken, Independencia	58
Figura 6: Comparación de las tiendas en uso de tecnologías	59
Figura 7: Comparación de las tiendas en Accesibilidad y señalización	60
Figura 8: Comparación de las tiendas en Ambiente	61
Figura 9: Comparación de las tiendas en Amabilidad	62
Figura 10: Comparación de las tiendas en control	63
Figura 11: Comparación de las tiendas en trabajo en equipo	64
Figura 12: Comparación de las tiendas en experiencia de los trabajadores	65
Figura 13: Comparación de las tiendas en solución de problemas	66
Figura 14: Comparación de las tiendas en información de producto	67
Figura 15: Comparación de las tiendas en atención oportuna	68
Figura 16: Comparación de las tiendas en personal capacitado	69
Figura 17: Comparación de las tiendas en puntualidad de los servicios	70

RESUMEN

En los últimos años, la calidad de servicio ha sido uno de los temas más importantes en relación a los niveles de satisfacción del cliente y; cuyo efecto, se ha visto reflejado en el nivel de consumo por parte de estos. Por ello, en la presente investigación se realiza una comparación entre los restaurantes de Kentucky Fried Chicken en el distrito de Independencia en base a la calidad de servicio hacia quienes consumen en dichos establecimientos de comida rápida.

Asimismo, dichos restaurantes se localizan en el mismo distrito (Independencia), esto hace más factible recopilar información por la cercanía. En torno a la calidad de servicio, sabemos que consiste en la evaluación y las expectativas que tienen los clientes sobre el establecimiento y lo que ofrece. Ante esto, dicho estudio cuenta con una sola variable que es calidad de servicio. En este trabajo se planteó la hipótesis general: “Existen diferencias significativas entre los restaurantes Kentucky Fried Chicken de Independencia, respecto a su calidad de servicio”

El método que se utilizó en esta investigación es el diseño de investigación no experimental – cuantitativa. La población a inferir estuvo conformada por 1740 comensales, consideradas en la cantidad de personas que realizan visitas para consumir en los diferentes restaurantes de Kentucky Fried Chicken; cada establecimiento arrojó una muestra representativa: KFC – Royal Plaza la muestra es de 148 comensales, KFC – Mega Plaza se encontró una muestra de 210 comensales y si nos dirigimos a KFC – Plaza Norte su muestra fue de 278 quienes participaron en forma voluntaria de las encuestas.

Los datos fueron procesados en Excel y el programa estadístico SPSS 22, lo cual las variables se evidenciaron en indicadores respecto a la calidad de servicio, estas

son: aspectos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, empatía que existen en el restaurante.

La información se ha estructurado en siete capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad César Vallejo. En el capítulo I, se considera la introducción de la investigación. En el siguiente capítulo II, se registra el marco metodológico. Posteriormente, en el capítulo III, se consideran los resultados a partir del procesamiento de la información recogida. En el capítulo IV, se plantea la discusión de los resultados. En el capítulo V se esbozan las conclusiones, luego en el capítulo VI las recomendaciones y; por último, en el capítulo VII se consideran las referencias bibliográficas y anexos de la investigación.

Palabras clave: calidad, servicio

ABSTRACT

In recent years, the quality of service has been one of the most important issues in relation to the levels of customer satisfaction; whose effect has been reflected in the level of consumption by these. Therefore, in the

This research compares restaurants Kentucky Fried Chicken is done in the district of Independence based on the quality of service to those who consume fast food.

Furthermore, these restaurants are located in the same district (Independence), this makes it possible to gather information for proximity. Around the quality of service, we know that is the assessment and expectations with clients on site and what it offers. Given this, the study has a single variable is quality of service. In this paper the general hypothesis arose: "There are significant differences between Kentucky Fried Chicken Restaurants Independence, regarding quality of service"

The method used in this research is non-experimental research design - quantitative. Infer the population consisted of 1740 diners, considered in the number of people who make visits to eat at different restaurants Kentucky Fried Chicken; each establishment threw a representative sample: KFC - Royal Plaza the sample is 148 diners, KFC - Mega Plaza a sample of 210 diners found and if we go to KFC - Plaza Norte your sample consisted of 278 who participated in voluntary form of the surveys.

Data were processed in Excel and SPSS 22, which variables were evident in indicators regarding the quality of service, these are: tangibles, reliability, responsiveness and security, empathy there in the restaurant.

The information is structured in seven chapters considering the research scheme suggested by César Vallejo University. In Chapter I, we consider the introduction of research. In the next chapter II, the methodological framework is recorded. Later, in Chapter III, the results from the processing of information collected are considered.

In chapter IV, discussion of results arises. Chapter V outlines the conclusions, then in Chapter VI and recommendations; Finally, in Chapter VII are considered references and annexes research.

Keywords: quality, service