



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de Servicio y Fidelización del Cliente en la Empresa Dental

Betty, Pueblo Libre, 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Gabriel Eusebio, Eugenio Milar

ASESOR:

Mg. Lino Gamarra, Edgar Laureano

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA – PERÚ

2017

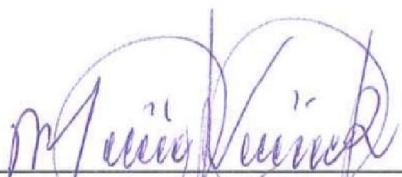
PÁGINAS PRELIMINARES

PÁGINA DEL JURADO



Presidente

Dra. Narvárez Aranibar Teresa



Secretario

Dra. Vásquez Ramírez Mary



Vocal

Mg. Lino Gamarra, Edgar Laureano

DEDICATORIA

A mi madre Dalila Eusebio Aguilar por la vida y su amor de siempre, a mis Hermanos Roberto, Florencia, Lenin, Estela y Samuel por su constante apoyo y sabia comprensión.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la salud, por guiarme y darme sabiduría, a mi Madre por su apoyo y sabios consejos, a mis Hermanos por su apoyo incondicional, a la Universidad Cesar Vallejo mi alma mater, a los profesores de la UCV por guiarme en mi formación profesional, a la Empresa Dental Betty por brindarme el espacio para el desarrollo de la presente investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Gabriel Eusebio, Eugenio Milar con DNI N° 46983355 a efecto a cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

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 corresponde 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 Cesar Vallejo.

Lima-Perú, Diciembre del 2017



Eugenio Milar, Gabriel Eusebio
DNI. 46983355

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada **“Calidad de Servicio y Fidelización del Cliente en la Empresa Dental Betty, Pueblo Libre, 2017”**, la cual comprende los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo principal de la presente tesis fue determinar la relación existente entre la calidad de servicio y fidelización del cliente en la empresa Dental Betty, Pueblo Libre, 2017, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.



Gabriel Eusebio, Eugenio Milar

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1 Realidad Problemática	14
1.2 Trabajos previos	15
Antecedentes Internacionales	15
Trabajos previos	16
Antecedentes Nacionales	16
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	18
Para la variable: Calidad de servicio	18
Teorías para la variable: Fidelización del cliente	22
1.4 Formulación del problema	26
Problema general.....	26
Problemas específicos	26
1.5 Justificación del estudio	26
Justificación teórica.....	26
Justificación practica	27
Justificación Metodológica	27
Justificación Social.....	27
1.6 Hipótesis.....	27
Hipótesis general	27
Hipótesis específicas.....	28

1.7	Objetivos	28
	Objetivo general.....	28
	Objetivos específicos	28
II.	MÉTODO.....	29
2.1	Diseño de la investigación	30
2.2	Matriz de operacionalización de las variables	31
2.3	Población y muestra	32
	Muestra.....	32
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
	Instrumento de recolección de datos.....	33
	Técnica de recolección	33
	Validez.....	33
	Confiabilidad	35
	Resultados estadísticos de confiabilidad.....	35
2.5	Métodos de análisis de datos	36
2.6	Aspectos éticos	36
III.	RESULTADOS.....	37
IV.	DISCUSIÓN.....	44
V.	CONCLUSIONES	47
VI.	RECOMENDACIONES	49
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
	ANEXOS.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validación de la variable Calidad de Servicio, según juicio de los expertos.....	34
Tabla 2. Validación de la variable Fidelización del cliente, según juicio de los expertos..	34
Tabla 3. Estadística de fiabilidad calidad de servicio.....	35
Tabla 4. Estadística de fiabilidad fidelización del cliente	35
Tabla 5. Calidad de servicio y fidelización del cliente	38
Tabla 6. Capacidad de respuesta y fidelización del cliente.....	39
Tabla 7. Confiabilidad y fidelización del cliente	40
Tabla 8. Elementos tangibles y fidelización del cliente	41
Tabla 9. Empatía y fidelización del cliente.....	42
Tabla 10. Sensibilidad y fidelización del cliente.....	43

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	54
Anexo 2. Tabla de especificaciones para la variable, calidad de servicio	55
Anexo 3. Tabla de especificaciones para la variable, fidelización del cliente.....	56
Anexo 4. Cuestionario para medir la calidad de servicio en la empresa Dental Betty Pueblo Libre, Lima, 2017	57
Anexo 5. Cuestionario para medir la fidelización del cliente en la empresa Dental Betty Pueblo Libre, Lima, 2017	59
Anexo 6. Validación de cuestionarios.....	61
Anexo 7. Base de datos: para la variable, calidad de servicio	71
Anexo 8. Base de datos: para la variable, fidelización del cliente.....	74
Anexo 9. Porcentaje de turnitin	77
Anexo 10. Base de datos de clientes en la empresa Dental Betty (sistema)	78
Anexo 11. Evidencia de la realidad problemática	79
Anexo 12. Autorización de la empresa Dental Betty.....	80

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general, determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente en la empresa Dental Betty, Pueblo Libre, 2017, la cual está basada en las teorías propuestas por los autores Evans y Lindsay (2014) donde definen la calidad de servicio como el resultado de entregar un producto o servicio a través de los colaboradores y se cumpla con los componentes que requiere el cliente-consumidor para satisfacer sus necesidades; Las dimensiones consideradas es la capacidad de respuesta, confiabilidad, elementos tangibles, empatía y sensibilidad; para el autor Alcaide (2010) quien define la fidelización del cliente como la gestión estratégica que muchas de las empresas lo realizan para mantener fidelizados y leales a sus clientes, las dimensiones consideradas es, marketing interno, comunicación, información, incentivos-privilegios y experiencia del cliente.

La presente investigación es de tipo descriptivo correlacional, no experimental por su temporalidad de corte transversal, la población de estudio está conformada por 125 clientes de la empresa en mención, de los cuales se tomó una muestra de 95 clientes a quienes se aplicó el cuestionario de preguntas con escala de Likert, dicho cuestionario fue validado mediante el juicio de expertos, conformados por tres temáticos, dos metodólogos y la confiabilidad por el Alfa de Cronbach, el cual arrojó 0.944 de confiabilidad. Los datos recolectados fueron procesados y analizados mediante el programa SPSS utilizando la estadística descriptiva correlacional, donde se obtuvo una correlación significativa de 0.583 entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente en la empresa Dental Betty, Pueblo Libre, 2017, el cual permitió aceptar la hipótesis alterna, como también realizar la discusión, concluir y formular las recomendar.

Palabras claves: calidad de servicio, fidelización de cliente.

ABSTRACT

The present investigation has like general objective to determine the existing relation between the quality of service and the fidelization of the client in the company Dental Betty, Free Town, 2017, which is based on the theories proposed by the authors Evans and Lindsay (2014) where they define the quality of service as the result of delivering a product or service through collaborators that complies with the components required by the client-consumer to meet their needs, The dimensions considered are the response capacity, reliability, tangible elements, empathy and sensitivity , Alcaide (2010) where defines customer loyalty as the strategic management that many of the companies do to keep loyal and loyal to their customers, The dimensions considered are internal marketing, communication, information, incentives and privileges and customer experience. The investigation is descriptive correlational type, not experimental because of its transverse temporality, the study population consists of 125 clients of the company in question, of which a sample of 95 clients was taken to whom the questions questionnaire with Likert scale was applied, which was validated by expert judgment, consisting of three thematic, two methodologists and reliability by Cronbach's Alpha, which yielded 0.944 of reliability. The data collected were processed and analyzed by the SPSS program using descriptive correlational statistics, where a significant correlation of 0.583 was obtained between the quality of service and customer loyalty in the company Dental Betty, Pueblo Libre, 2017, which allowed accepting the alternative hypothesis, as well as carrying out the discussion, concluding and formulating the recommendations.

Key words: quality of service, customer loyalty.