



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Atención al cliente y su relación con la fidelización en la empresa Turismo
Sisa, Tarapoto 2016”

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Angela Luz López Cruz

ASESOR:

Mg. Hugo Elías Bernal Lozano

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

TARAPOTO – PERÚ

2017

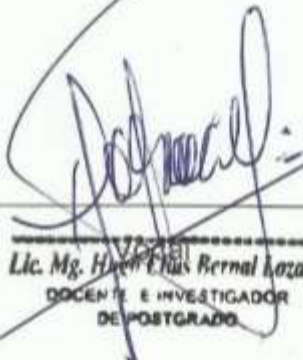
Página del jurado


.....
Dr. Clifor Daniel Sosa de la Cruz
LIC. EN TURISMO Y HOTELERIA
COLTUR - SM N° 10-004

Presidente


.....
MBA. Lisseth Ery Masera Amador
LIC. EN ADMINISTRACION

Secretario


.....
Lic. Mg. Helen Elias Bernal Lozano
DOCENTE E INVESTIGADOR
DE POSTGRADO

Dedicatoria

A Dios por su protección y guía en el vivir diario.

A mis queridos padres: Luz Marfiza, Winstong y hermano Julio César, quienes me motivan y fortalecen con su amor incondicional.

Agradecimiento

Al Lic. Tomás Angel Carrasco y Mg. Hugo Elías Bernal Lozano por haberme brindado sus asesoramientos.

Al gerente señor José Manuel Noriega López y sub gerente señor Adelmo Cruz Guerrero, directivos de la empresa Turismo Sisa por las facilidades de información requerida en el momento oportuno.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Angela Luz López Cruz, con DNI N° 76554371, me presento ante el jurado encargado de la evaluación de mi tesis y expongo:

A bien de cumplir con las disposiciones vigentes estimadas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que todos los datos, la documentación e información presentada en mi tesis son veraces y legítimos.

Tarapoto, julio de 2017



Angela Luz López Cruz

Presentación

Señores miembros del jurado:

Dando cumplimiento a las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Me dirijo a ustedes para someter a vuestro criterio la presente Tesis titulada **“Atención al cliente y su relación con la fidelización en la empresa Turismo Sisa, Tarapoto 2016”**, con la finalidad de determinar la relación existente entre las variables de materia de estudio.

Para el desarrollo y culminación de mi tesis conté con el apoyo de mis padres y profesores.

El autor

Índice

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1.Realidad problemática.....	12
1.3.Teorías relacionadas al tema.....	16
1.4.Formulación del problema.....	26
1.5.Justificación del estudio.....	26
1.6.Hipótesis.....	27
1.7.Objetivos.....	27
II. MÉTODO.....	29
2.1.Diseño de investigación.....	29
2.2.Variables, operacionalización.....	29
2.3.Población y muestra.....	31
2.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	32
2.5.Métodos de Análisis de datos.....	32
2.6.Aspectos éticos.....	33
III. RESULTADOS.....	34
IV. DISCUSIÓN.....	56
V. CONCLUSIONES.....	58
VI. RECOMENDACIONES.....	59
VII. REFERENCIAS.....	60
VIII. ANEXOS.....	63
- Matriz de consistencia	
- Instrumentos	
- Validación de instrumentos	

Índice de tablas

Tabla 1: Atención al cliente	34
Tabla 2: Valor añadido	35
Tabla 3: Precios	36
Tabla 4: Percepción	37
Tabla 5: Servicio.....	38
Tabla 6: Tomar decisiones	39
Tabla 7: Satisfacer	40
Tabla 8: Atención directa.....	41
Tabla 9: Saber hacer.....	42
Tabla 10: Procedimientos.....	43
Tabla 11: Fidelización	44
Tabla 12: Necesidades.....	45
Tabla 13: Deseos	46
Tabla 14: Expectativas	47
Tabla 15: Gestión de las comunicaciones.....	48
Tabla 16: Connotación emocional.....	49
Tabla 17: Tratos	50
Tabla 18: Contactos	51
Tabla 19: Relaciones.....	52
Tabla 20: Rentabilidad	53
Tabla 21: Beneficios.....	54

Índice de figuras

Figura 1: Atención al cliente	34
Figura 2: Valor añadido	35
Figura 3: Precios	36
Figura 4: Percepción	37
Figura 5: Servicio.....	38
Figura 6: Tomar decisiones.....	39
Figura 7: Satisfacer	40
Figura 8: Atención directa.....	41
Figura 09: Saber hacer.....	42
Figura 10: Procedimientos.....	43
Figura 11: Fidelización	44
Figura 12: Necesidades.....	45
Figura 13: Deseos	46
Figura 14: Expectativas	47
Figura 15: Gestión de las comunicaciones.....	48
Figura 16: Connotación emocional.....	49
Figura 17: Tratos	50
Figura 18: Contactos	51
Figura 19: Relaciones.....	52
Figura 20: Rentabilidad	53
Figura 21: Beneficios.....	54

Resumen

La presente investigación “Atención al cliente y su relación con la Fidelización en la empresa Turismo Sisa, Tarapoto 2016” tiene como objetivo general determinar la relación entre atención al cliente y fidelización en la empresa Turismo Sisa, Tarapoto 2016, para ello se tuvo una población conformada por 612 clientes según los registros de ventas de pasajes en la empresa y una muestra de 236 clientes, a los cuales se aplicaron las encuestas formuladas de acuerdo a los indicadores de cada variable. El diseño de investigación es correlacional, se realizó una prueba piloto a través del Alfa de Cronbrach para ver la confiabilidad de las encuestas, se recolectaron datos de la muestra para que posteriormente se lograron procesar los resultados recolectados en la investigación, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman para el cálculo de la correlación y poder dar cumplimiento al objetivo general. Concluyendo que existe una correlación pero que esta correlación por el resultado obtenido es débil; asimismo, no existe una significancia entre ambas variables, por lo que se acepta la **H_i** (La atención al cliente se relaciona directamente con la fidelización en la empresa Turismo Sisa, Tarapoto 2016), rechazando así la **H_o** (La atención al cliente no se relaciona con la fidelización en la empresa Turismo Sisa, Tarapoto 2016).

Palabras clave: atención al cliente, fidelización, relación.

Abstract

The present investigation "Customer service and its relationship with Loyalty in the company Tourism Sisa, Tarapoto 2016" has as a general objective to determine the relationship between customer service and loyalty in the company Tourism Sisa, Tarapoto 2016, for this it had a population made up of 612 clients according to the records of sales of tickets in the company and a sample of 236 customers, to which the surveys formulated according to the indicators of each variable were applied. The research design is correlational, a pilot test was carried out through the Alfa de Cronbrach to see the reliability of the surveys, data was collected from the sample so that later the results collected in the investigation were processed, the coefficient of Spearman's correlation for calculating the correlation and being able to fulfill the general objective. Concluding that there is a correlation but that this correlation for the result obtained is weak; also, there is no significance between both variables, so H_1 is accepted (Customer service is directly related to loyalty in the company Turismo Sisa, Tarapoto 2016), thus rejecting the H_0 (Customer service is not related with loyalty in the company Turismo Sisa, Tarapoto 2016).

Keywords: customer service, loyalty, relationship.