



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA TELEFÓNICA
SERVICIOS COMERCIALES S.A. EN EL DISTRITO DE CERCADO DE
LIMA - AÑO 2014.”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

MAURICIO ALTAMIRANO, PAUL ANDERSON

ASESOR:

Mg. ALFREDO, ALONSO LOPEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO EMPRESARIAL

Lima – Perú

2014



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORA:

MAURICIO ALTAMIRANO, PAUL ANDERSON

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO

PROFESIONAL DE LICENCIADO

EN ADMINISTRACIÓN

ASESOR:

Mg. ALFREDO, ALONSO LOPEZ

TÍTULO:

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA TELEFÓNICA SERVICIOS COMERCIALES S.A. EN EL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA - AÑO 2014.”

LIMA – PERÚ- 2014

CALIFICACIÓN: _____

PÁGINA DEL JURADO

PRESIDENTE
COSTILLA CASTILLO, PEDRO

SECRETARIO
ALONSO LOPEZ, ALFREDO

VOCAL
ARCOS FLORES, YSAAC

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado en llegar hasta aquí y convertirme en los que soy. Ha sido un privilegio ser su hijo, son los mejores padres.

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis fue posible gracias al apoyo de mi asesor: el Mg. Alfredo, Alonso López, por darme las herramientas indispensables para la elaboración del presente trabajo, conocimiento, guía, tiempo necesario y dedicación en mis avances y correcciones.

A mis padres Jorge y Elena, por darme la motivación, ánimo y sobre todo porque nunca dejaron de confiar en mí. A mis hermanos y amistades por estar en los momentos difíciles conmigo, por darme ánimos de no rendirme ante las adversidades y dificultades que se presentaron en el camino.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Paul Anderson Mauricio Altamirano, con DNI N° 46021265, 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 de la Escuela 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 la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad César Vallejo.

Lima, 27 de Noviembre 2014

Paul Anderson Mauricio Altamirano

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA TELEFONICA SERVICIOS COMERCIALES S.A. EN EL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA - AÑO 2014.”, 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 de Empresas.

Atentamente y respetuosamente

El Autor

Tabla de contenido

PÁGINA DEL JURADO	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	6
PRESENTACIÓN	7
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	15
1.1 Planteamiento del problema	30
1.1.1 Problema general	30
1.1.2 Problemas específicos	30
1.2 Objetivos	30
1.2.1 Objetivo general	30
1.2.2 Objetivos específicos	30
1.3 Hipótesis	31
1.3.1 Hipótesis general	31
3.3.2 Hipótesis específicas	31
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO	32
2.1 Variables	32
2.1.1 Variables de estudio	32
2.2 Operacionalización de las variables	33
2.3 Metodología	34
2.4 Tipo de estudio	34
2.5 Diseño de investigación	34
2.6 Población y muestra	35
2.6.1 Población	35

2.6.2 Muestra	35
2.6.2.1 Composición de la muestra.....	36
2.6.2.1.1 Composición de la muestra por edad.....	36
2.6.2.1.2 Composición de la muestra por sexo	37
2.7 Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	37
2.7.1 Técnicas de investigación	37
2.7.1.1 Análisis Psicométrico de la Calidad de Servicio	37
2.7.1.1.1 Análisis de Ítems y confiabilidad de la Estrategia de Capacitación.....	37
2.7.1.1.2 Análisis de Ítems y confiabilidad de la Estrategia Tiempo	38
2.7.1.1.3 Análisis de Ítems y confiabilidad de la Estrategia de Ambiente	39
2.7.1.1.4 Análisis Generalizado de las Estrategias de Calidad de Servicio.....	39
2.7.1.1.5 Análisis de Validez de Constructo de la Prueba de las Estrategias de Calidad Servicios.	40
2.7.1.1.6 Análisis de la prueba de Kolmogorov - Smirnov para una muestra.....	41
2.7.1.2 Análisis Psicométrico de Fidelización	41
2.7.1.2.1 Análisis de Ítems y confiabilidad de la Categoría Fidelización del Empleado .	41
2.7.1.2.2 Análisis de Ítems y confiabilidad de la Categoría Fidelización del Cliente	42
2.7.1.2.4 Análisis Generalizado de la Fidelización	43
2.7.1.2.5 Análisis de Validez de Constructo de la Fidelización	43
2.7.1.2.6 Análisis de la prueba de Kolmogorov - Smirnov para una muestra.....	44
2.7.2 Instrumento de recolección de datos	44
2.7.2.1 Validación	44
2.7.1.2 Confiabilidad del instrumento.....	46
2.8 Método de análisis de datos.....	48
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	50
3.1 Presentación de Resultados	50
3.1.1 Análisis descriptivos.....	50
3.1.1.1 Análisis de bondad de ajuste de la curva normal de las estrategias de Calidad de servicio	50
3.1.1.2 Análisis de bondad de ajuste de la curva normal de la fidelización.....	50

3.1.3 Análisis Comparativos	51
3.1.3.1 Análisis de la prueba Kruskal- Wallis del objetivo general	51
3.1.3.2 Análisis de la prueba Kruskal- Wallis del objetivo específico 1	52
3.1.3.3 Análisis de la prueba Kruskal- Wallis del objetivo específico 2	53
3.2 Contraste de hipótesis	54
3.2.1 Hipótesis general	54
3.2.2 Hipótesis específica	54
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	57
4.1 Discusión de los resultados	57
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	60
4.1 Conclusiones	60
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	62
5.1 Recomendaciones	62
CAPÍTULO V: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
5.1 Referencias Bibliográficas	64
ANEXOS	67
ANEXO N° 25: Matriz de Consistencia	87

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA TELEFONICA SERVICIOS COMERCIALES S.A. EN EL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA - AÑO 2014, la población objeto de estudio fue de 201 y la muestra 132 clientes. La confiabilidad de dichas encuestas se calculó a través del coeficiente alfa de Crombach. Una vez recolectados los datos, dicha información fue ingresada al sistema SPSS V. 19.0 para su respectivo procedimiento de análisis e interpretación. Así mismo usando el tipo de escala de Likert. Esta tesis pretende analizar LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA TELEFONICA SERVICIOS COMERCIALES S.A. EN EL DISTRITO DE CERCADO DE LIMA - AÑO 2014 y observar las relaciones que poseen entre sí para fidelizar al cliente. Así mismos realizar un análisis y evaluación de los problemas específicos como: la capacitación de personal, atención al cliente y seguimiento post venta se relacionan con la fidelización de la empresa Telefónica Servicios Comerciales S.A. Se desarrolla un modelo que ofrece una ampliación de la variable dependiente, la fidelización. Por ende, determinaremos los objetivos de cada problema, con la finalidad de extender su panorama de los aspectos que conllevan una mejor calidad de servicio. Se trata de una investigación no experimental transversal aplicando una metodología cuantitativa; la muestra está determinada a 132 clientes de la empresa Telefónica Servicios Comerciales S.A. distrito Cercado de Lima, año 2014. El instrumento, con escala tipo Likert, se elaboró para su validez y confiabilidad en aplicación, para luego los datos someterlos a la estadística descriptiva. Se fundamenta en teorías y conceptos de la gestión de ventas, así como la competitividad, los mismos que se describen en el desarrollo de la presente investigación.

Palabras clave: Estrategia, calidad de servicio, fidelización y atención al cliente,

ABSTRACT

The aim of the research was to determine QUALITY OF SERVICE AND ITS RELATIONSHIP WITH CUSTOMER LOYALTY IN THE COMPANY TELEPHONE SERVICES TRADE SA IN THE DISTRICT OF FENCING LIMA - YEAR 2014, the study population was 201 and the sample 132 clients. The reliability of these surveys was calculated through the alpha coefficient Crombash . Once the data is collected , the information was entered into SPSS 19.0 V. respective procedure system for analysis and interpretation . Also using the Likert type scale . This thesis aims to analyze QUALITY OF SERVICE AND ITS RELATIONSHIP WITH CUSTOMER LOYALTY IN THE COMPANY TELEPHONE SERVICES TRADE SA IN THE DISTRICT OF FENCING LIMA - YEAR 2014 and observe the relationships that have each other to customer loyalty. Themselves perform an analysis and evaluation of specific problems such as staff training , customer service and post sale follow relate to loyalty Telefonica SA Commercial Services A model which provides an extension of the dependent variable, loyalty develops. Therefore , we will determine the goals of each problem, in order to extend its panorama of the aspects that lead a better quality of service. This is a cross- experimental investigation using a quantitative methodology ; the sample is determined to 132 customers Telefonica SA Commercial Services Cercado de Lima district , 2014. The instrument , with Likert scale was developed for validity and reliability in operation, then the data submission to the descriptive statistics. It is based on theories and concepts of sales management and competitiveness, the same as described in the development of this research.

Keywords: Quality of Service and Loyalty