



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

Calidad de servicio y fidelización del cliente en el área de  
ventas de la empresa Merck Peruana S.A. Lima, 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

**AUTORA:**

Claudia Ines Solis Mesias

**ASESOR:**

Mg. Luis Enrique Dios Zarate

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

**PERÚ**

**2018**

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña **SOLIS MESIAS, CLAUDIA INES**, cuyo título es: "**CALIDAD DEL SERVICIO Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA MERCK PERUANA S.A. LIMA 2017**". Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **14** (Catorce).


Callao, 17 de julio del 2018



.....  
PRESIDENTE  
Mg. Hans Mejia Guerrero



.....  
SECRETARIO  
Mg. Calle Ruiz Samanta Hilda



.....  
VOCAL  
Mg. Luis Enrique Dios Zarate

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

## **Dedicatoria**

*A Dios por tomar mi mano y guiarme en cada momento difícil que me tocó vivir, me acompañó a seguir y concluir con mis proyectos.*

*A mis padres que ya no están conmigo, pero me cuidan desde donde se encuentran.*

*A mis hijos que son mi razón y motivo.*

*A mí esposo por todo el apoyo incondicional.*

*A mis hermanas por estar siempre conmigo cuando más las necesito.*

## **Agradecimiento**

*A Dios por no soltar mi mano y permitirme culminar con uno de mis tantos proyectos, mi carrera.*

*A mis hijos y esposo por su amor y ayuda infinita siempre.*

*Un especial agradecimiento a mis asesores de tesis, Dr. Hans Mejía guerrero y Dr. Luis Enrique Dios Zárate por su asesoría y apoyo incondicional siempre.*

*A mi Universidad Cesar Vallejo, profesores y compañeros de estudios por su apoyo y la culminación de mi formación profesional.*

## **Declaratoria de Autenticidad**

Yo, Claudia Inés Solís Mesías con DNI N° 25745654, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales,

Escuela de Administración, Con la tesis titulada: Calidad de Servicio y Fidelización del cliente en el área de ventas de la empresa Merck Peruana S.A., Lima, 2017

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) Se ha formulado respetando las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. En conclusión, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener un grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, ninguno ha sido falseado, ni duplicados, tampoco copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes de la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Los Olivos, mayo de 2018

  
**Claudia Inés Solís Mesías**

DNI: 25745654

## **Presentación**

Señores miembros del jurado:

Ante ustedes, alcanzo la tesis denominada Calidad de Servicio y Fidelización del cliente en el área de ventas de la empresa Merck Peruana S.A., Lima, 2017. Que se planteó como objetivo determinar la relación entre Calidad de Servicio y Fidelización del cliente en el área de ventas de la empresa Merck Peruana S.A., Lima, 2017

Se realiza esta presentación para cumplimiento de las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Esta investigación corresponde al tipo básico, con enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 220 clientes de la empresa Merck Peruana S.A. Se aplicaron dos cuestionarios con aplicación de Escala de Likert.

Se espera que la presente investigación alcance a cubrir las expectativas para la aprobación y posterior sustentación de ella.

La Autora

# INDICE

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
INDICE	vii
Resumen	ix
Summary	x
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	12
1.2 Trabajos Previos	14
1.2.1. Antecedentes Internacionales	14
1.2.2. Antecedentes Nacionales	17
1.3 Teorías Relacionadas al tema	19
1.3.1 Variable 1: Calidad de Servicio	19
1.4. Formulación del Problema	32
1.4.1. Problema General	32
1.4.2. Problemas Específicos	32
1.5 Justificación de la investigación	33
1.6 Hipótesis	34
1.6.1. Hipótesis General	34
1.6.2. Hipótesis Específicos	34
1.7. Objetivos	35
1.7.1. Objetivo General	35
1.7.2. Objetivo Específicos	35
II. MARCO METODOLOGICO	38
2.1 Diseño de investigación	38
2.2. Variables, operacionalización de variables:	40
2.3. Población y muestra	42
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y	

Confiabilidad Técnica.	45
Interpretación de confiabilidad	47
2.5. Métodos de análisis de datos	48
2.6. Aspecto Éticos	48
III. ANALISIS DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:	50
3.1. Análisis e interpretación de resultados.	50
3.2 Prueba de hipótesis	59
3.2.1. Hipótesis General	59
Hipótesis específica N° 1	60
IV. DISCUSION	63
V. CONCLUSIONES	66
VI. RECOMENDACIONES	69
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXO	78
Matriz de consistencia	84
Operacionalización de las variables	87



## Resumen

La presente investigación denominada “Calidad de Servicio y Fidelización del cliente en el área de ventas de la empresa Merck Peruana S.A., Lima, 2017” se realizó con el objetivo de analizar la relación entre las variables de Calidad de Servicio y Fidelización del Cliente en el área de ventas de la empresa Merck Peruana S.A., Lima, 2017.

La investigación corresponde al tipo básico, con enfoque cuantitativo. La muestra estuvo constituida por 220 clientes de la empresa Merck Peruana S.A. Se aplicaron dos cuestionarios con aplicación de Escala de Likert.

Validado por juicio de experto, la confiabilidad se obtuvo con el alfa de Cronbach, los resultados fueron procesados mediante el software SPSS (Statistical Package for Social Sciences), versión 24

Los resultados demuestran que existe relación entre Calidad de servicio y Fidelización del cliente en la cartera de clientes del área de ventas de la empresa Merck Peruana S.A. al obtener un coeficiente de Spearman ( $\rho=0.413$ ) y un p-valor igual a 0,000, interpretándose como: a mayor Calidad de servicio mayor será la Fidelización del cliente en los clientes en el área de ventas de la empresa Merck Peruana S.A., Lima, 2017.

Palabras claves: Calidad del Servicio, Fidelización del cliente.

## Summary

The present research called "Quality of Service and Customer Loyalty in the sales area of the company Merck Peruana SA, Lima, 2017" was carried out with the objective of analyzing the relationship between the variables of Quality of Service and Customer Loyalty in the Sales area of the company Merck Peruana SA, Lima, 2017.

The investigation corresponds to the basic type, with a quantitative approach. The sample was constituted by 220 clients of the company Merck Peruana S.A. Two questionnaires were applied with the application of Likert Scale. Validated by expert judgment, the reliability was obtained with the Cronbach's alpha, the results were processed through the software SPSS (Statistical Package for Social Sciences), version 24

The results show that there is a relationship between Quality of service and Customer loyalty in the customer portfolio of the sales area of Merck Peruana S.A. by obtaining a Spearman coefficient ( $\rho = 0.413$ ) and a p-value equal to 0.000, interpreted as: a greater Service quality, the higher the Customer loyalty in the customers in the sales area of the company Merck Peruana SA, Lima, 2017

Keywords: Quality of Service, Customer Loyalty.