



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

“Marketing de servicios y su relación con la satisfacción del cliente de la
Cooperativa de Ahorro y Crédito La Progresiva Ltda. – Tarapoto, periodo
2016”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

Meléndez Meléndez, Mirian Stéfany

ASESORA:

MBA. Mescua Ampuero, Lizeth Erly

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento del consumidor

TARAPOTO – PERÚ

2017

Dedicatoria

A mi madre, por ser mi motor y motivo para salir adelante cumpliendo todas mis metas; y por el apoyo incondicional para la culminación de mis estudios Universitarios.

A mi amado padre que se encuentra en el cielo. Agradecerle eternamente porque siempre fue persistente en mi progreso. Él siempre estará ahí para mí, protegiéndome todo el tiempo. Gracias por toda tu bendición.

Agradecimiento

A Dios todo poderoso por brindarme la oportunidad de obtener todos los triunfos de mi vida personal, darme salud, sabiduría y entendimiento para lograr mi meta.

A mis docentes por haberme apoyado en mi formación académica, brindándome conocimientos teóricos y prácticos para realizarme como profesional de esta prestigiosa Universidad.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Meléndez Meléndez Mirian Stéfany, con DNI N° 72033807, 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 Académica Profesional de Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que todos los datos, la documentación e información presentada en mi tesis son veraces y legítimos.

Tarapoto, 11 de diciembre de 2017.



Meléndez Meléndez Mirian Stéfany

DNI: 72033807

Presentación

Señores miembros del jurado:

Dando cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciada en Marketing y Dirección de Empresas.

Me dirijo ante ustedes para someter a vuestro criterio la presente Tesis titulada “Marketing de servicios y su relación con la satisfacción del cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito la Progresiva Ltda. - Tarapoto, periodo 2016”, con la finalidad de determinar la relación existente entre las variables de estudio.

Para el desarrollo y culminación de mi tesis conté con el apoyo de mi madre, profesores y el Gerente General de la Cooperativa de Ahorro y Crédito la Progresiva Ltda. - Tarapoto con la finalidad de cumplir con los requisitos que me permitan adquirir el Título Profesional de Licenciada en Marketing y Dirección de Empresas.

La Autora

ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación	vi
Índice general.....	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática.....	11
1.2. Trabajo previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	22
1.4. Formulación del problema.....	28
1.5. Justificación del estudio.....	29
1.6. Hipótesis.....	24
1.7. Objetivos	30
II. MÉTODO	31
2.1. Diseño de investigación.....	31
2.2. Variables, operacionalización	32
2.3. Población y muestra	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...	35
2.5. Métodos de análisis de datos	35
2.6. Aspectos éticos	35
III. RESULTADOS	36

IV. DISCUSIONES	52
V. CONCLUSIONES	54
VI. RECOMENDACIONES	55
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÀFICAS	56
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marketing de servicios.....	36
Tabla 2: Producto	37
Tabla 3: Precio	39
Tabla 4: Distribución de los servicios	40
Tabla 5: Promoción de los servicios.....	41
Tabla 6: Personas	42
Tabla 7: Procedimientos.....	44
Tabla 8: Servicios al consumidor.....	45
Tabla 9: Satisfacción del cliente	46
Tabla 10: Rendimiento percibido.....	47
Tabla 11: Expectativas	48
Tabla 12: Niveles de satisfacción	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Marketing de servicios.....	36
Figura 2: Producto.....	38
Figura 3: Precio.....	39
Figura 4: Distribución de los servicios.....	40
Figura 5: Promoción de los servicios.....	41
Figura 6: Personas.....	43
Figura 7: Procedimientos.....	44
Figura 8: Servicio al consumidor.....	45
Figura 9: Satisfacción del cliente.....	46
Figura 10: Rendimiento percibido.....	48
Figura 11: Expectativas.....	49
Figura 12: Niveles de satisfacción.....	50

RESUMEN

La Tesis titulada “Marketing de servicios y su relación con la satisfacción del cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito la Progresiva Ltda. - Tarapoto, periodo 2016”, se ha desarrollado con el objetivo de determinar la relación que existe entre el Marketing de servicios y la Satisfacción del cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito la Progresiva Ltda. Tarapoto, periodo 2016. Variables que fueron descritas de acuerdo a los aportes teóricos de autores actuales de acuerdo a las variables de estudio. Para la variable del Marketing de servicios se utilizó la teoría de Grande (2012) y para la variable de Satisfacción del cliente el aporte teórico de Kotler (2011). Apoyadas con los conocimientos adquiridos durante mis estudios Universitarios, que ayudaron a que mi investigación se fundamente siendo la investigación de tipo correlacional, para el cual se aplicó los instrumentos de medición que fueron aplicados a los 267 clientes considerados como muestra de una población de 876 clientes. Los datos se procesaron mediante la ayuda de herramientas estadísticas y evaluar ambas variables. Se llegó a la conclusión principal de que, sí existe una relación directa entre el Marketing de servicios y la satisfacción del cliente, ya que los resultados encontrados demuestran que los elementos que lo conforman a tal variable se relacionan de manera directa con la satisfacción el cliente. Por lo que se puede afirmar que a un mejor Marketing de servicios mejor será la satisfacción del cliente.

Palabras claves: marketing de servicios, satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing of services and its relationship with customer satisfaction of the savings Cooperative and credit La Progresiva Ltda. - Tarapoto, 2016 period", has been developed with the aim of determining the relationship that exists between the Marketing of Services and the satisfaction of the client of the Cooperativa de Ahorro y Credito la Progresiva Ltda. Tarapoto, 2016 period, variables that were described according to the theoretical contributions of current authors according to the study variables, for the variable of the Marketing of Services was used the theory of Grande (2012) and for the variable of customer satisfaction, the theoretical contribution of Kotler (2011). and supported by the knowledge acquired during our university studies, which helped our research to be based on our correlation research, for which the measurement instruments applied to the 267 clients that were our sample were applied to the same with a population of 876 clients, so that in that way to process the data obtained through the help of statistical tools, so that in that way evaluate both variables, which was reached the main conclusion that if there is a direct relationship between the marketing of services and customer satisfaction, since the results show that the elements that make it up to such variable are directly related to customer satisfaction, so it can be said that a better service marketing will be the satisfaction of the customer.

Keywords: service marketing, customer satisfaction.