



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad de servicio y fidelización del cliente en el
banco Ripley de San Isidro Perú 2017**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. José Luis Carrera Lara

ASESORA:

Mg. Miluska Vega Guevara

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración de la Calidad de Servicio

Lima – Perú

2017

Dedicatoria

A mí madre que desde adolescente me apoyó y confió en mí para que saliera adelante en lo académico y profesional.

A mi esposa que ha cambiado para bien mi vida por completo, que confía en mí y me apoya a conseguir mis logros, y además, que juntos venimos construyendo día a día nuestro hogar.

A mis dos hermosas hijas que son el motor que me hacen superarme y poder ser un ejemplo para ellas, y que llenan mis días de mucha alegría.

Agradecimientos

A Dios que me bendice día a día con mi familia, en mi trabajo y estudios.

A mis profesores por todo este tiempo que me han ayudado y orientado en este largo camino de formación académica, brindándome siempre su orientación con o ética y profesionalismo en la adquisición de transmitir conocimiento en el MBA.

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo se presenta la tesis “*calidad de servicio y fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro Perú 2017*”, la cual tuvo como objetivo identificar la calidad de servicio que el banco Ripley brinda a sus clientes y de este modo identificar la Fidelización de los clientes para con los servicios que brinda el banco Ripley Perú. El cual consideran de mucha importancia dado que de mejorarse la calidad de servicio ayudará a aumentar las ventas y de mejorar la imagen de la empresa.

El presente informe ha sido estructurado en ocho capítulos, de acuerdo con el formato que nos ha proporcionado por la Escuela de post. En el capítulo I denominado introducción se presentan los antecedentes y fundamentos teóricos, la justificación, el problema, las hipótesis, y los objetivos de la investigación. En el capítulo II, se describen los criterios metodológicos empleados en la investigación, en el capítulo III los resultados obtenidos que fueron tabulados bajo el programa Ms. SPSS, en el capítulo IV se describe las discusiones, acuerdo o desacuerdo con los antecedentes, en el capítulo V se brindan las conclusiones que se ha llegado a determinar con las teorías que se han encontrado, los resultados obtenidos, la observación del problema, etcétera, en el capítulo VI se dan las recomendaciones contrastando todo lo obtenido, el capítulo VII se presenta las referencias de la investigación y por último en el capítulo VIII el apéndice donde anexamos algunas tablas, gráficos, matrices, encuesta etcétera.

El informe de esta investigación fue elaborado siguiendo el protocolo de la Escuela de Post grado de la Universidad y es puesto a vuestra disposición para su análisis y las observaciones que estimen pertinentes.

El autor

Índice

Página del jurado	¡Error! Marcador no definido.
Presentación	vi
I. Introducción	xiii
1.1. Antecedentes	15
1.1.1. Antecedentes internacionales.	15
1.1.2. Antecedentes nacionales.	20
1.2. Fundamentación científica	21
1.3. Justificación	53
1.3.1. Justificación teórica.	53
1.3.2. Justificación práctica.	54
1.3.3. Justificación metodológica	55
1.4. Problema	55
1.4.1. Que se considera como calidad	55
1.5. Objetivos	58
1.6. Hipótesis	59
II. Marco metodológico	61
2.1. Variables	62
2.2. Operacionalización de las variables.	62
2.3. Metodología	64
2.4. Tipo de investigación	64
2.5. Diseño de estudio	65
2.6. Población, muestra y muestreo	65
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	66
2.8. Validación y confiabilidad de los instrumentos.	68
2.8. Método de recolección de datos	70
2.9. Método de análisis de datos	¡Error! Marcador no definido.
III. Resultados	72
3.1 Resultados descriptivos	73
3.2. Contrastación de las Hipótesis	77
IV. Discusiones	83
V. Conclusiones	92

VI. Recomendaciones	95
VII. Referencias	98
VIII. Anexos	101

Índice de tablas

Tabla 1: Validez de los instrumento, según expertos.	67
Tabla 2: Confiabilidad de los instrumentos, mide la variable calidad de servicio	68
Tabla 3: De correlación según el rango de valores.	70
Tabla 4: Los niveles de la calidad de servicio en el Banco Ripley.	68
Tabla 5: Los niveles de la fidelización del Cliente en el Banco Ripley.	72
Tabla 6: Relación entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro.	72
Tabla 7: Relación entre la confianza y la fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro.	73
Tabla 8: Relación entre la responsabilidad y la fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro.	76
Tabla 9: Relación entre la seguridad y la fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro sus dimensiones.	77
Tabla 10: Relación entre la empatía y la fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro.	78
Tabla 11: Relación entre el elemento tangible y la fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro.	80

Índice de figuras

Figura 1 Nivel de la calidad de servicio percibido por los clientes del banco Ripley de San Isidro en el año 2017.	71
Figura 2 Resultado descriptivo de las dimensiones de la calidad del servicio, siendo la más aceptada la seguridad.	72
Figura 3 Nivel de la fidelización por los clientes del banco Ripley de San Isidro en el año 2017.	73
Figura 4 Resultado descriptivo de las dimensiones de Fidelización del cliente, siendo la más aceptada la experiencia del cliente.	74

Resumen

La calidad de servicio es un componente primordial de las percepciones del cliente, en caso de los servicios puros lo que predomina son la evaluación del cliente y en los casos que se ofrece servicio combinado con productos físicos, la calidad también puede ser fundamental para determinar la satisfacción al cliente y por ende la fidelización en el banco Ripley, por lo tanto tiene una correlación directa en la fidelización al cliente, asegurando la satisfacción al cliente y el posicionamiento en la mente del consumidor. La presente investigación tuvo como objetivo determinar si la calidad de servicio se relaciona con la fidelización del cliente en el banco Ripley San Isidro Perú 2017.

La investigación fue desarrollada bajo un enfoque cuantitativo básico de nivel correlacional con corte transversal. La muestra estuvo conformada por 337 clientes el cual fue determinado aleatoriamente, y fue medida a través de un instrumento llamado encuesta y fue medida en la escala de Likert y procesada bajo el programa SPSS versión 22.

En los resultados evidenciamos que se encontró una relación directa entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente de la empresa banco Ripley de San Isidro $R= 0.655$, además se evidencia que entre la variable calidad de servicio la dimensión responsabilidad fue percibida de manera regular con un 67.1% y la más baja fue la dimensión elementos tangibles con 11.0%. Cabe mencionar que entre la variable fidelización del cliente la dimensión con mayor porcentaje fue la dimensión experiencia del cliente con un 61.4% con un nivel regular y la más baja fue la dimensión información con un 3.2% con un nivel bajo.

Palabras clave:

Percepción del cliente, Deficiencia, Colaboradores, Expectativas y Producto.

Abstract

Quality of service is a primary component of customer perceptions. In the case of pure services, what predominates is customer evaluation, and in cases where service is combined with physical products, quality may also be fundamental to determining the quality of service. Customer satisfaction and therefore loyalty in the bank Ripley, Therefore has a direct correlation in customer loyalty, ensuring customer satisfaction and positioning in the consumer's mind. The present investigation had as objective to determine if the quality of service is related to the loyalty of the client in the bank Ripley San Isidro Peru 2017.

The research was developed under a basic quantitative approach of correlational level with transversal cut. The sample consisted of 337 clients, which was randomly determined and measured through an instrument called a survey and measured on the Likert scale and processed under SPSS version 22.

In the results we showed that a direct relationship was found between the quality of service and customer loyalty of the company Ripley Bank of San Isidro $R = 0.655$, in addition it is evidenced that between the quality of service variable the responsibility dimension was perceived on a regular basis With 67.1% and the lowest was the tangible elements dimension with 11.0%. It is worth mentioning that among the customer loyalty variable the dimension with the highest percentage was the customer experience dimension with 61.4% with a regular level and the lowest was the information dimension with a 3.2% with a low level.



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Acta de Aprobación de originalidad de Tesis

Yo, Miluska Rosario Vega Guevara, docente de la Escuela de Posgrado de la UCV y revisor del trabajo académico titulado "Calidad de servicio y fidelización del cliente en el banco Ripley de San Isidro Perú 2017" del estudiante José Luis Carrera Lara; y habiendo sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin, he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 24% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Lima, 19 de julio del 2017

MSc. Miluska Rosario Vega Guevara

DNI: 28284526