



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La calidad de servicio y la fidelización del cliente en la empresa Mihast
E.I.R.L., Ate 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Rojas Fanola, Diana Lisbeth (ORCID:0000-0002-1639-4425)

ASESOR:

Mg. Cervantes Ramón Edgard Francisco (ORCID: 0000-0003-1317-6008)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

Lima - Perú

2019


Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mis padres Noe Rojas Siesquen y Florentina Fanola Torres, así mismo, también a mi hermano Noe Rojas Fanola que siempre me apoyaron en todo momento a pesar de las dificultades siempre estuvieron ahí para poder lograr mi objetivo final.

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por darme salud y bienestar permitiéndome lograr lo que siempre anhele por mucho tiempo, asimismo quiero agradecer a los buenos docentes por haberme ayudado durante el proceso de investigación y también por siempre inculcarnos los valores para ser unos ciudadanos ejemplares.


PÁGINA DEL JURADO

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código	F07-PP-PR-02.02
		Versión	:10
		Fecha	: 10-06-2019
		Página	: 1 de 1


El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) ROJAS FANOLA, DIANA LISBETH cuyo título es: **LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MIHAST E.I.R.L., ATE 2019.**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 Quince.

Lima, Ate 10 de Diciembre del 2019


.....
PRESIDENTE


.....
SECRETARIO


.....
VOCAL

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

Declaratoria de Autenticidad

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Diana Lisbeth Rojas Fanola, con DNI N° 72724376, 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, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se presentan en la tesis son auténticas y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 10 de diciembre del 2019



.....
Rojas Fanola, Diana Lisbeth

72724376

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I.Introducción.....	1
II. Método	22
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	22
2.2 Operacionalización de variables.....	24
2.3 Población y muestra.....	26
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	26
2.5 Procedimiento.....	32
2.6 Método de análisis de datos.....	32
2.7 Aspectos éticos.....	33
III.Resultados.....	34
3.1 Análisis descriptivos de los resultados estadísticos.....	34
3.2 Prueba de normalidad.....	41
3.3 Prueba de hipótesis.....	42
IV. Discusión.....	49
V. Conclusiones.....	52
VI. Recomendaciones.....	53
Referencias.....	54
Anexos.....	61
Anexo 01. Matriz de consistencia.....	61
Anexo 02. Matriz de operacionalización de calidad de servicio.....	63
Anexo 03. Matriz de operacionalización de fidelización del cliente.....	64
Anexo 04. Cuestionario de calidad de servicio.....	65
Anexo 05. Cuestionario de fidelización del cliente.....	66
Anexo 06. Formulario de la validación de expertos	67
Anexo 07. Matriz de datos de la variable calidad de servicio.....	79
Anexo 08. Matriz de datos de la variable fidelización del cliente.....	80
Anexo 09. Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	81
Anexo 10. Turnitin	82
Anexo 11. Formulario de autorización para la publicación de la tesis.....	83
Anexo 12. Autorización de la versión final del trabajo de investigación.....	84

RESUMEN

El trabajo realizado comprende la calidad de servicio y la fidelización del cliente en la empresa Mihast E.I.R.L., Ate – 2019, tuvo como objetivo, analizar cómo se relacionan la calidad de servicio y la fidelización del cliente. La investigación es de nivel correlacional, tipo aplicado, enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. La población objeto de estudio está conformada por 40 clientes en la cual se tomó el total, es decir, población censal. El instrumento es el cuestionario, distribuidos en dos variables y 9 dimensiones en total, está conformado por 36 ítems el cual fue validado por tres entendidos de la materia tuvo 82.3% y 80% representa un alto grado de validación. La técnica es la encuesta que se realizó a los clientes de la empresa Mihast E.I.R.L.

Asimismo, el alfa de cronbach obtuvo como resultado 0.917, tiene una fiabilidad muy alta, para ello, se empleó el software SPSS V25, finalmente el estudio concluyó que las variables se relacionan significativamente teniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman 0.840 lo cual significa que tiene una correlación positiva muy fuerte.

Palabras clave: calidad, fidelización, correlación.

ABSTRACT

The work carried out includes the quality of service and customer loyalty in the company Mihast E.I.R.L., Ate - 2019, aimed to analyze how the quality of service and customer loyalty are related. The research is of correlational level, applied type, quantitative approach and non-experimental cross-sectional design. The population under study consists of 40 clients in which the total was taken, that is, census population. The instrument is the questionnaire, distributed in two variables and 9 dimensions in total, is made up of 36 items which was validated by three experts on the subject had 82.3% and 80% represents a high degree of validation. The technique is the survey that was conducted on the clients of the Mihast E.I.R.L.

Likewise, the cronbach alpha obtained 0.917, it has a very high reliability, for this, the SPSS V25 software was used, finally the study concluded that the variables are significantly related having a Spearman Rho correlation coefficient 0.840 which means which has a very strong positive correlation.

Keywords: quality, loyalty, correlation.