



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Capacidad de respuesta y fidelización de clientes en la empresa Camed
Comunicaciones SAC, San Miguel - Lima, 2017”

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

AUTORA:

VEGA PRADO, Eva Carolina

ASESORA:

Dr. DÍAZ SAUCEDO, Severino Antonio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PLANIFICACIÓN

LIMA – PERU

AÑO 2017

.....

Presidente

Dr. Dávila Arenaza, Víctor

.....

Secretario

Dr. Díaz Saucedo Antonio

.....

Vocal

Dr. Fernández Saucedo, Narciso

DEDICATORIA

A mis padre Don Marcial Vega, por ser mi gran ejemplo, inculcar en mi la valentía para lograr concretar mis sueños y a mi madre Doña Carolina Prado por su amor incondicional, esfuerzo, paciencia y consejos a lo largo de toda mi vida.

A Cindy Aiquipa mi mejor amiga por apoyarme, quererme como si fuéramos hermanas.

AGRADECIMIENTO

A Dios por siempre cuidar de mi y protegerme cada día de mi vida.

A la empresa Camed Comunicaciones por brindarme la oportunidad de desarrollar mis conocimientos y crecer como profesional.

Al Dr. Antonio Díaz por sus enseñanzas tanto técnicas como metodológicas y por las sugerencias para la correcto procedimiento en la presente investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Vega Prado, Eva Carolina con DNI N° 76503563, 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 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 de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 30 de noviembre del 2017.

Eva Carolina Vega Prado

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Capacidad de respuesta y fidelización de clientes en la empresa Camed Comunicaciones SAC, San Miguel - Lima, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Eva Carolina Vega Prado

ÍNDICE

PAGINAS PRELIMINARES

PAGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN	VI
RESUMEN	IX
ABSTRACT	IX
I.INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Trabajos Previos	12
1.2.1. Internacional	11
1.2.2. Nacional	13
1.3. Teorías relacionadas al tema	17
1.3.1. Teorías relacionadas: Capacidad de respuesta	17
1.3.2. Teorías relacionadas: fidelización de clientes	20
1.4. Formulación del problema	24
1.5. Justificación del estudio	24
1.6. Objetivo	25
1.7. Hipótesis	26
II.MÉTODO	27
2.1. Diseño de la investigación	28
2.2. Variables y operacionalización	28
2.2.1. Variable Salud ocupacional	28
2.2.2. Variable Calidad de vida laboral	28
2.2.3. Operacionalización	29
2.3. Población y muestra	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
2.5. Método de análisis de datos	32
2.6. Aspectos éticos	33
III. RESULTADOS	34

3.1. Tablas de frecuencias	35
3.2. Prueba de normalidad	40
3.3. Prueba paramétrica	41
3.4. Contrastación de hipótesis	41
IV. DISCUSIÓN	51
V. CONCLUSIONES	56
VI. RECOMENDACIONES	58
VII. Referencias Bibliográficas	61
Anexos	65

RESUMEN

La presente investigación se ejecutó con el interés de conocer la relación entre la capacidad de respuesta y la fidelización de clientes en la empresa Camed Comunicaciones SAC, San Miguel - Lima, 2017. La población y muestra fueron de 30 clientes. Se determinó mediante la prueba de hipótesis a través de la recolección de datos utilizando como herramienta la encuesta e instrumento el cuestionario, la información reunida fue analizada mediante el software estadístico Spss21., se obtuvo como resultado que la correlación entre capacidad de respuesta y la fidelización es muy alta, según la tabla de Karl Pearson, teniendo 0,915 como coeficiente de correlación, y 0,000 de significancia, la cual es conlleva a rechazar la H_0 y aceptar la H_1 , donde indica que las variables se relacionan significativamente. Se determinó que la primordial problemática de la empresa es el servicio de postventa; este motivo provoca que los factores como el compromiso no logren la puntuación ideal. Por ello se propuso realizar estrategias para fortalecer el vínculo entre la organización y sus clientes fieles.

Palabras clave: Capacidad de respuesta, fidelización, postventa.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the interest of knowing the relationship between response capacity and customer loyalty in the company Camed Comunicaciones SAC, San Miguel - Lima, 2017. The population and sample were 30 clients. It was determined by hypothesis testing through data collection using the questionnaire as a tool and the survey instrument, the information collected was analyzed using the statistical software Spss20. The result was that the correlation between response capacity and loyalty it is very high, according to the Karl Pearson table, having 0.915 as a correlation coefficient, and 0.000 of significance, which is to reject the H_0 and accept H_1 , where it indicates that the variables are significantly related. It was determined that the main problem of the company is the after-sales service; This reason causes factors such as commitment do not achieve the ideal score. That is why it was proposed to carry out strategic actions to strengthen the link between the organization and its loyal customers.

Keywords: Responsiveness, loyalty, after sales.