



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“SERVICIO DE CALIDAD Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES EN
EL ÁREA DE NEGOCIOS DE LA OFICINA ESPECIAL CANTO
GRANDE DE FINANCIERA EDYFICAR S.A. – 2014”**

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

AUTOR:

ELENA GUERRERO RIVERA

ASESOR:

MG. TERESA GONZALES MONCADA

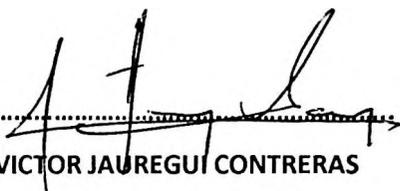
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA- PERÚ

2014

PAGINA DE JURADO



Handwritten signature of Victor Jauregui Contreras, consisting of stylized initials and a surname.

ECO. VICTOR JAUREGUI CONTRERAS

PRESIDENTE



Handwritten signature of Fanny Zavala Alfaro, featuring a large initial 'F' and the surname 'Zavala'.

ECO. FANNY ZAVALA ALFARO

SECRETARIO



Handwritten signature of Teresa Gonzales Moncada, a large, stylized signature with a prominent initial 'T'.

MG. TERESA GONZALES MONCADA

VOCAL

Dedicatoria:

A Dios que siempre ha guiado mi camino

Y permitir que logre y realice mis sueños.

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mi esposo por ser mi soporte siempre y

Apoyarme en los momentos difíciles para

El logro de mis objetivos profesionales.

A mi hijo que es el motor de mi vida y

Hacerme feliz cada día.

A mi mascota Scott que descansa feliz.

Agradecimiento:

A quienes me apoyaron en los momentos que necesite de ellos.
Compañeros de trabajo que me impulsaron a seguir adelante,
Amigos y Jefe de Oficina Canto Grande que estuvieron dándome
Fortaleza ya que sin ellos este trabajo no hubiera sido posible.
A nuestra asesora por el soporte y orientaciones brindadas en
El presente trabajo de investigación.

"Piensas que estás aventajado, lo estás;
Tienes que pensar bien para elevarte.
Tienes que confiar en Dios
Y estar seguro de ti mismo,
Porque Él está dentro de ti y si es positivo
Lo que buscas, te apoyará."

Dr. Christian Barnard (2012)

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Guerrero Rivera Elena con DNI N 40799443, 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 la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, S.J.L. Diciembre del 2014.

.....
Elena Guerrero Rivera

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Guerrero Rivera Elena con DNI N 40799443, 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 la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, S.J.L. Diciembre del 2014.

.....
Elena Guerrero Rivera

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Servicio de Calidad y Fidelización de los clientes en el Área de Negocios de la Oficina Especial Canto Grande de Financiera Edyficar S.A. -2014”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Elena Guerrero Rivera.

Índice

	Página
Caratula	i
PAGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Pensamiento	v
Declaratoria de Autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
Índice de Tablas	x
Índice de Gráficos	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. INTRODUCCION	1
1.1. Problema de investigación	18
1.2. Objetivos de la investigación	18
1.3. Hipótesis	19
II. MARCO METODOLÓGICO	21
2.1 Variables	21
2.2 Operacional de las variables	21
2.3 Metodología	23
2.4 Tipo de estudio	24
2.5 Diseño de investigación	24
2.6 Población y muestra	25
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
2.8 Métodos de análisis de datos	27
2.9 Aspectos Éticos	28

III. RESULTADOS	29
IV. DISCUSION	45
V. CONCLUSIONES	48
VI. RECOMENDACIONES	50
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	51
VIII. ANEXO 1 CUESTIONARIO DE VARIABLE 1	53
ANEXO 2 CUESTIONARIO DE VARIABLE 2	56
ANEXO 3 MATRIZ DE CONSISTENCIA	58
ANEXO 4 DISCUSIONES	59
ANEXO 5 RESULTADOS DEL INSTRUMENTO 1RA VARIABLE "SERVICIO AL CLIENTE"	64
ANEXO 6 RESULTADOS DEL INSTRUMENTO 2DA VARIABLE "FIDELIZACION"	88

INDICE DE TABLAS

Página

Tabla 1	Definición operacional de la variable independiente y la variable dependiente	22
Tabla 2	Estadístico de fiabilidad 1	31
Tabla 3	Estadístico de fiabilidad 2	31
Tabla 4	Resultado de análisis descriptivo 1	32
Tabla 5	Resultado de análisis descriptivo 2	33
Tabla 6	Resultado de análisis descriptivo 3	34
Tabla 7	Resultado de análisis descriptivo 4	35
Tabla 8	Resultado de análisis descriptivo 5	36
Tabla 9	Resultado de análisis descriptivo 6	37
Tabla 10	Resultado de análisis descriptivo 7	38
Tabla 11	Resultado de análisis de contrastación de hipótesis general	39
Tabla 12	Resultado de análisis de contrastación de hipótesis específica 1	40
Tabla 13	Resultado de análisis de contrastación de hipótesis específica 2	41
Tabla 14	Resultado de análisis de contrastación de hipótesis específica 3	42
Tabla 15	Resultado de análisis de contrastación de hipótesis específica 4	43
Tabla 16	Resultado de análisis de contrastación de hipótesis específica 5	44

INDICE DE GRAFICOS

Página

Grafico 1	Gráfico de análisis descriptivo 1	32
Grafico 2	Gráfico de análisis descriptivo 2	33
Grafico 3	Gráfico de análisis descriptivo 3	34
Grafico 4	Gráfico de análisis descriptivo 4	35
Grafico 5	Gráfico de análisis descriptivo 5	36
Grafico 6	Gráfico de análisis descriptivo 6	37
Grafico 7	Gráfico de análisis descriptivo 7	38

RESUMEN

“Servicio de calidad y fidelización de los clientes en el Area de Negocios de la Oficina Especial Canto Grande de Financiera Edyficar S.A. – 2014” es el título de la investigación, la misma que tuvo como objetivo general identificar la relación entre servicio de calidad del área de negocios y la fidelización de los clientes de la Oficina Especial Canto Grande de Financiera Edyficar S.A. Según los autores Evans y Lindsay de la primera variable servicio de calidad fue medida según los siguientes componentes: confiabilidad, aseguramiento, tangibles, empatía y capacidad de respuesta, asimismo el autor Chiesa de la segunda variable fidelización fue evaluada con los procedimientos de atraer, vender y satisfacer. Es una investigación de tipo descriptiva correlacional por que las dos variables están relacionadas, así también el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal. Los métodos utilizados en la investigación han sido el científico, el estadístico y el documental. En relación a la metodología, nos encontramos frente a una investigación cuantitativa. Para las variables mencionadas se contó con una muestra censal a los 22 colaboradores del Área de Negocio a quienes se les aplico una encuesta como instrumento en la búsqueda de la información elaborado en base a un cuestionario con respuestas cerradas y medidas en la escala de Likert para obtener sus impresiones respecto al servicio de calidad y fidelización del cliente, dichos instrumentos fueron validados a criterio de expertos y determinados su confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach utilizando el paquete estadístico SPSS versión 22.

Palabras claves: Servicio de calidad – Fidelización.

Abstract

"Service quality and customer loyalty in the Business Area Special Office Canto Grande Financial Edyficar SA - 2014 "is the title of the research, the same general objective was to identify the relationship between service quality by business and customer loyalty Office of the Special Financial Edyficar Canto Grande SA According to Evans and Lindsay authors of the first quality service variable was measured by the following components: reliability, assurance, tangibles, empathy and responsiveness, also the author Chiesa of the second variable retention was evaluated with the procedures to attract, sell and satisfy. It is a descriptive correlational research that the two variables are related, so the research design is not experimental cross section. The methods used in the research were scientific, statistical and documentary. Regarding methodology, we face a quantitative research. For these variables were included a census at 22 collaborators Business Area shows who are we apply a survey as a tool in finding the information prepared based on a questionnaire with closed answers and measures Likert scale for obtain their views on service quality and customer loyalty, these instruments were validated expert judgment and certain reliability by Cronbach Alpha using the statistical package SPSS version 22.

Keywords: Service quality - Loyalty.