



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de servicio y Fidelización del cliente de la empresa Multiservicios Centauro S.A.C dentro del almacén de Gloria S.A. distrito de Ate - 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en administración

AUTOR:

Edwin junior Quispe Nolasco

ASESOR:

Dra. Narváez Aranibar, Teresa

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing


LIMA – PERÚ

Año 2018-1

PÁGINA DEL JURADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Parrondo", written above a horizontal line.

Presidente

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "M. D.", written above a horizontal line.

Secretario

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "C. S.", written above a horizontal line.

Vocal

DEDICATORIA

Dedico mi investigación, en primer lugar, a Dios y a mi familia, por ser la voluntad de mis esfuerzos y entrega en todas las actividades que me son encomendadas, por ser el gran motivo de mi entrega y constancia.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a mis asesores, a mis padres y a todos los que me brindaron su apoyo para orientar mis esfuerzos por el sendero de la investigación y no rendirme ante las dificultades de convertirme en profesional.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Quispe Nolasco, Edwin Junior con DNI N° 73327607, 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, 10 de Julio del 2018.



FIRMA

Quispe Nolasco, Edwin Junior

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “CALIDAD DE SERVICIO Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MULTISERVICIOS CENTAURO S.A.C EN EL ALMACÉN DE GLORIA S.A. DISTRITO DE ATE-2018.”, 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.

QUISPE NOLASCO, EDWIN JUNIOR.

INDICE

PÁGINA DEL JURADO	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	5
PRESENTACIÓN	6
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
I. INTRODUCCION.....	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos previos.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.4. Formulación del problema	28
1.5. Justificación del estudio.....	28
1.6. Hipótesis	29
1.7. Objetivos.....	30
II. MÉTODO	31
2.1. Diseño de investigación	32
2.2. Variables, Operacionalización	34
2.3. Población y muestra.....	37
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad	38
2.5. Métodos de análisis de datos	44
2.6. Aspectos éticos	46
III. RESULTADOS.....	46
IV. DISCUSIÓN.....	53
V. CONCLUSIONES.....	58
VI. RECOMENDACIONES.....	58
VII. REFERENCIAS.....	62
ANEXOS.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01: Operacionalización De La Variable (1) Calidad de Servicio.....	34
TABLA N° 02: Operacionalización De La Variable (2) Fidelización de clientes	35
TABLA N° 03: Población.....	38
TABLA N° 04: Ficha Técnica Cuestionario de Calidad de Servicio	38
TABLA N° 05: Ficha Técnica Cuestionario de Fidelización de Clientes.....	39
TABLA N° 06: Validez del Cuestionario de Calidad de Servicio.....	¡Error! Marcador no definido.
TABLA N° 07: Confiabilidad del Cuestionario de Calidad de Servicio.....	40
TABLA N° 08: Validez del Cuestionario de Fidelización de Clientes.....	41
TABLA N° 09: Fiabilidad de la variable: Calidad de Servicio.....	44
TABLA N° 10: Fiabilidad de la variable: Fidelización del Cliente.....	45
TABLA N° 11: Distribución de frecuencia para la variable: Calidad de Servicio y Fidelización del cliente.....	47
TABLA N° 12: Distribución De Frecuencias para Componentes Tangibles y Fidelización.....	48
TABLA N° 13: Distribución de frecuencia para Fiabilidad y Fidelización del cliente.....	49
TABLA N° 14: Distribución de frecuencia para Habilidad al Responder y Fidelización del cliente.....	50
TABLA N° 15: Distribución de frecuencia para Seguridad y Fidelización del cliente.....	51
TABLA N° 16: Distribución de frecuencia para Empatía y Fidelización del cliente.....	52

RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo principal determinar si existe relación entre la calidad de servicio y la fidelización del cliente en la empresa Multiservicios Centauro S.A.C en los almacenes Gloria S.A, distrito de Ate-2018. Al implementar conocimiento de Marketing para mejora e implementación en la calidad de servicio como ventaja competitiva. Se usó las teorías propuestas por Parasuraman, Zeithaml y Berry, Christian Grönroos y Gélvez. La metodología de la investigación realizada es de diseño aplicado no experimental de corte transversal y descriptivo correlacional. La recolección de datos se llevó a cabo a través de la aplicación de un cuestionario estructurado y aplicado a 45 colaboradores de a empresa Multiservicios Centauros S.A.C en los almacenes Gloria S.A, distrito de Ate-2018. La validez del instrumento se obtuvo mediante el juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente de alfa de cronbach obteniendo una puntuación de 0.907 para la variable calidad de servicio y 0.978 para la variable fidelización del cliente. La recolección de datos se obtuvo de dos cuestionarios con 22 ítems para la primera variable de calidad de servicio y 30 ítems para la segunda variable de fidelización del cliente, usando una escala de 5 categorías. El análisis de datos se hizo utilizando el programa estadístico SPSS 24.0, llegando a evidenciar si existe relación entre la calidad de servicio y fidelización del cliente en la empresa Multiservicios Centauro S.A.C, en el almacén de Gloria S.A, distrito de Ate-2018. Con un coeficiente Rho de Spearman de 0.679 con un nivel de significancia de 0.000, donde muestra que la calidad de servicio en la empresa es de suma importancia para que la empresa pueda incrementar sus utilidades, clientes y obtener así un alto nivel en la fidelización de sus clientes.

Palabras clave: Calidad de servicio, fidelización del cliente, agencia de carga.

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine if there is a relationship between the quality of service and customer loyalty in the company Multiservicios Centauro S.A.C in the stores Gloria S.A, district of Ate-2018. By implementing Marketing knowledge for improvement and implementation in the quality of service as a competitive advantage. The theories proposed by Parasuraman, Zeithaml and Berry, Christian Grönroos and Gélvez were used. The methodology of the research carried out is a non-experimental applied cross-sectional and descriptive correlational design. The data collection was carried out through the application of a structured questionnaire applied to 45 employees of the company Multiservicios Centauros S.A.C in the stores Gloria S.A, district of Ate-2018. The validity of the instrument was obtained through expert judgment and reliability with the cronbach alpha coefficient, obtaining a score of 0.907 for the service quality variable and 0.978 for the customer loyalty variable. The data collection was obtained from two questionnaires with 22 items for the first variable of quality of service and 30 items for the second variable of customer loyalty, using a scale of 5 categories. The data analysis was done using the SPSS 24.0 statistical program, evidencing whether there is a relationship between the quality of service and customer loyalty in the company Multiservicios Centauro S.A.C, in the store of Gloria S.A, district of Ate-2018. With a Rho coefficient of Spearman of 0.679 with a level of significance of 0.000, where it shows that the quality of service in the company is of the utmost importance so that the company can increase its profits, customers and thus obtain a high level of customer loyalty. Your clients.

Keywords: Quality of service, customer loyalty and cargo agency.