



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE Y SERVICIO POST VENTA DEL ÁREA  
COMERCIAL DE AMERICATEL S.A. LIMA 2018**

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

**AUTORA:**

**GLORIA HELLEN PURIZACA TEMOCHE**

**ASESOR:**

**DR. JUAN MANUEL VASQUEZ ESPINOZA**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

**GESTION DE ORGANIZACIONES**

**LIMA – PERU**

**2018**


El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por Don (a) :  
**PURIZACA TEMOCHE GLORIA HELLEN**

Cuyo título es:

**FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE Y SERVICIO POST VENTA DEL ÁERA  
COMERCIAL DE AMERICATEL S.A. LIMA – 2018.**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de  
preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:  
.....15.....(número) .....QUINCE..... (letras).

Los Olivos, 12 de Diciembre del 2018

  
.....  
Presidente  
**PEDRO CASTILLA CASTILLO**

  
.....  
Secretario  
**ROSEL CESAR ALVA ARCE**

  
.....  
Vocal  
**JUAN MANUEL VASQUEZ ESPINOZA**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de Investigación se lo dedico a mi mamá, quien es mi soporte y guía para luchar por mis objetivos e ideales, y a mis sobrinas para que vean que con perseverancia y dedicación podemos obtener lo deseado.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitirme estar con salud y tener la posibilidad de lograr este gran sueño.

A mi Madre por ser mi apoyo incondicional cada día.

A la Universidad por acogerme en sus aulas y formarme como un gran profesional.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, Gloria Hellen Purizaca Temoche, con DNI 42373591, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda 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 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 Cesar Vallejo.

Lima, Julio del 2018

---

**Gloria Hellen Purizaca Temoche**

**DNI: 42373591**

## **PRESENTACIÓN**

En cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para la elaboración y sustentación de la Tesis, se pone a vuestra consideración la investigación titulada:

**Fidelización del cliente y servicio post venta del área comercial de Americatel Perú S.A. Lima 2018.**

El principal objetivo de dicha Investigación es determinar la relación que existe entre la fidelización del cliente y servicio post venta del área comercial de Americatel Perú S.A. Lima 2018.

**Gloria Hellen Purizaca Temoche**

## ÍNDICE

PAGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACION	vi
INDICE	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCION	13
1.1 Realidad Problemática	13
1.2 Trabajos Previos	17
1.2.1 Antecedentes Internacionales	17
1.2.2 Antecedentes Nacionales	19
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	21
1.3.1 Fidelización de Cliente	21
1.3.2 Servicio Post Venta	25
1.4 Formulación del Problema	29
1.4.1 Problema General	29
1.4.2 Problemas Específicos	29
1.5 Justificación del Estudio	29
1.5.1 Teórica	30
1.5.2 Practica	30
1.5.3 Metodológica	30
1.6 Hipótesis	31
1.6.1 Hipótesis General	31

1.6.2 Hipótesis Específicas	31
1.7 Objetivos	31
1.7.1 Objetivo General	32
1.7.2 Objetivos Específicos	32
II. METODO	32
2.1 Diseño de Investigación	32
2.2 Variable, Operacionalización	34
2.3 Población y Muestra	38
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad	38
2.5 Métodos de Análisis de Datos	42
2.6 Aspectos Éticos	43
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSION	79
V. CONCLUSION	80
VI. RECOMENDACIÓN	82
VI. REFERENCIAS	83
VIII. ANEXOS	85



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Variables en estudio	34
Tabla N° 2	Operacionalización de la variable Fidelización de Cliente	36
Tabla N° 3	Operacionalización de la variable Post Venta	37
Tabla N° 4	Muestra	38
Tabla N° 5	Validez del Instrumento Fidelización de Cliente	40
Tabla N° 6	Validez del Instrumento Servicio Post Venta	40
Tabla N° 7	Niveles de confiabilidad	41
Tabla N° 8	Resumen de procesamiento de casos Fidelización de Cliente	41
Tabla N° 9	Estadísticas de fiabilidad Fidelización de Cliente	41
Tabla N° 10	Resumen de procesamiento de casos Servicio Post Venta	42
Tabla N° 11	Estadísticas de fiabilidad Servicio Post Venta	42
Tabla N° 12	Prueba de Normalidad	43
Tabla N° 13	Correlaciones prueba de hipótesis general	44
Tabla N° 14	Correlaciones prueba de hipótesis específica 1	45
Tabla N° 15	Correlaciones prueba de hipótesis específica 2	46
Tabla N° 16	Correlaciones prueba de hipótesis específica 3	47
Tabla N° 17	Correlaciones prueba de hipótesis específica 4	48
Tabla N° 18	Distribución Fidelización de Cliente	49
Tabla N° 19	Distribución Servicio Post Venta	50
Tabla N° 20	Distribución Cultura Orientada al Cliente	51
Tabla N° 21	Distribución Calidad de Servicio	52
Tabla N° 22	Distribución Estrategia Relacional	53
Tabla N° 23	Distribución Responsabilidad del Producto	54
Tabla N° 24	Distribución Garantías	55
Tabla N° 25	Distribución Mantenimiento	56
Tabla N° 26	Distribución Rediseño de Productos y Servicios	57
Tabla N° 27	Distribución Pregunta 1	58
Tabla N° 28	Distribución Pregunta 2	59
Tabla N° 29	Distribución Pregunta 3	60
Tabla N° 30	Distribución Pregunta 4	61
Tabla N° 31	Distribución Pregunta 5	62
Tabla N° 32	Distribución Pregunta 6	63
Tabla N° 33	Distribución Pregunta 7	64
Tabla N° 34	Distribución Pregunta 8	65
Tabla N° 35	Distribución Pregunta 9	66
Tabla N° 36	Distribución Pregunta 10	67
Tabla N° 37	Distribución Pregunta 11	68
Tabla N° 38	Distribución Pregunta 12	69
Tabla N° 39	Distribución Pregunta 13	70
Tabla N° 40	Distribución Pregunta 14	71
Tabla N° 41	Distribución Pregunta 15	72
Tabla N° 42	Distribución Pregunta 16	73
Tabla N° 43	Distribución Pregunta 17	74
Tabla N° 44	Distribución Pregunta 18	75
Tabla N° 45	Distribución Pregunta 19	76
Tabla N° 46	Distribución Pregunta 20	77

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1	El Trébol de la Fidelización	23
Gráfico N° 2	Frecuencia Fidelización de Cliente	49
Gráfico N° 3	Frecuencia Servicio Post Venta	50
Gráfico N° 4	Frecuencia Cultura Orientada al Cliente	51
Gráfico N° 5	Frecuencia Calidad de Servicio	52
Gráfico N° 6	Frecuencia Estrategia Relacional	53
Gráfico N° 7	Frecuencia Responsabilidad del Producto	54
Gráfico N° 8	Frecuencia Garantías	55
Gráfico N° 9	Frecuencia Mantenimiento	56
Gráfico N° 10	Frecuencia Rediseño de Productos y Servicios	57
Gráfico N° 11	Frecuencia Pregunta 1	58
Gráfico N° 12	Frecuencia Pregunta 2	59
Gráfico N° 13	Frecuencia Pregunta 3	60
Gráfico N° 14	Frecuencia Pregunta 4	61
Gráfico N° 15	Frecuencia Pregunta 5	62
Gráfico N° 16	Frecuencia Pregunta 6	63
Gráfico N° 17	Frecuencia Pregunta 7	64
Gráfico N° 18	Frecuencia Pregunta 8	65
Gráfico N° 19	Frecuencia Pregunta 9	66
Gráfico N° 20	Frecuencia Pregunta 10	67
Gráfico N° 21	Frecuencia Pregunta 11	68
Gráfico N° 22	Frecuencia Pregunta 12	69
Gráfico N° 23	Frecuencia Pregunta 13	70
Gráfico N° 24	Frecuencia Pregunta 14	71
Gráfico N° 25	Frecuencia Pregunta 15	72
Gráfico N° 26	Frecuencia Pregunta 16	73
Gráfico N° 27	Frecuencia Pregunta 17	74
Gráfico N° 28	Frecuencia Pregunta 18	75
Gráfico N° 29	Frecuencia Pregunta 19	76
Gráfico N° 30	Frecuencia Pregunta 20	77

## **RESUMEN**

El presente trabajo fue la investigación de la fidelización del cliente y servicio post venta del área comercial de Americatel Perú S.A., el cual tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la fidelización del cliente y el servicio post venta del área comercial de Americatel Perú S.A. Lima 2018, en el desarrollo de la investigación se trabajó con el autor J. Alcaide con su obra fidelización de clientes, y para la variable post venta se trabajó con el autor M. Uribe con su obra gerencia del servicio alternativa para la competitividad.

La investigación que se realizó fue de nivel descriptivo correlacional, con un diseño no experimental de tipo transversal de enfoque cuantitativo, se contó con una población de 134 clientes de la empresa, de los cuales se obtuvo una muestra de 100 clientes, se recolectó información a través del instrumento cuestionario aplicando la técnica de encuesta, lo cual permitió formular 20 preguntas de tipo cerrado dicotómicas en la escala de Likert, con una validación de juicio de expertos metodólogos, para el procesamiento de datos se utilizó el software SPSS V.24, con los resultados se obtuvo información la cual permitió discutir, concluir y recomendar.

Finalmente, el estudio concluyó que existe relación entre la fidelización de cliente y el servicio post venta de la empresa Americatel Perú S.A.

Palabras Claves: fidelización de cliente, servicio post venta.

## **ABSTRACT**

The present work was the investigation of customer loyalty and after sales service of the commercial area of Americatel Peru S.A., which had as objective to determine the relationship that exists between customer loyalty and after sales service of the commercial area of Americatel Peru S.A. Lima 2018, in the development of the research, the author J. Alcaide worked with the client loyalty book, and for the post-sale variable, the author M. Uribe was worked with the book management of the alternative service for competitiveness.

The research that was carried out was of descriptive correlational level, with a non-experimental design of transversal type with a quantitative approach, it had a population of 134 clients of the company, of which a sample of 100 clients was obtained, information was collected from Through the questionnaire instrument applying the survey technique, which allowed the formulation of 20 dichotomous closed-type questions on the Likert scale, with a validation of expert methodologists' judgment, for the data processing the SPSS V.24 software was used, with The results obtained information which allowed to discuss, conclude and recommend.

Finally, the study concluded that there is a relationship between customer loyalty and the after sales service of the company Americatel Perú S.A.

Key words: customer loyalty, after sales service.