



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA  
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MINDSHARE S.A.C.  
EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES - AÑO 2016.”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

LUIS ANGEL, PAJUELO ORTEGA

**ASESORA:**

Dra. NERIDA, REY CORDOVA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

MARKETING

LIMA – PERÚ

Año 2016 - II

AUTOR:

PAJUELO ORTEGA, LUIS

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

ASESORA:

Dra. REY CORDOVA, NERIDA

TÍTULO:

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL  
CLIENTE EN LA EMPRESA MINDSHARE S.A.C. EN EL DISTRITO DE  
MIRAFLORES - AÑO 2016.”

LIMA – PERÚ- 2016

CALIFICACIÓN: \_\_\_\_\_

## PÁGINA DEL JURADO

---

Presidente

Dr. Díaz Saucedo Antonio

---

Secretario

Dra. Rey Córdova Nerida

---

Vocal

Dr. Fernández Saucedo Narciso

## **DEDICATORIA**

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado en llegar hasta aquí y convertirme en los que soy. Ha sido un privilegio ser su hijo, son los mejores padres.

## **AGRADECIMIENTO**

La presente Tesis fue posible gracias al apoyo de mi asesora Dra. Nerida Rey, por darme las herramientas indispensables para la elaboración del presente trabajo, conocimiento, guía, tiempo necesario y dedicación en mis avances y correcciones.

A mis padres, por darme la motivación, ánimo y sobre todo porque nunca dejaron de confiar en mí. A mis hermanos y amistades por estar en los momentos difíciles conmigo, por darme ánimos de no rendirme ante las adversidades y dificultades que se presentaron en el camino.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Pajuelo Ortega, Luis con DNI N° 73090529, 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 de la 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 la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad César Vallejo.

Lima, 21 de Noviembre 2016

---

**Luis Pajuelo Ortega**

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

**En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MINDSHARE S.A.C. EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES - AÑO 2016.”, 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.**

Atentamente y respetuosamente

El Autor

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO	
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>12</b>
1.1. Realidad Problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas con el tema	
1.3.1. Calidad de servicio	19
1.3.2. Fidelización	20
1.4. Formulación del problema	26
1.4.1. Problema General	
1.4.2. Problemas Específicos	26
1.5. Justificación del estudio	27
1.5.1. Social	27
1.5.2. Económico	27
1.5.3. Relevancia Teórico Práctico	27
1.6. Objetivos	27
1.6.1. Objetivo General	27
1.6.2. Objetivos Específicos	28
1.7. Hipótesis	28
1.7.1. Hipótesis General	28
1.7.2. Hipótesis Específicos	28
<b>2. METODOLOGIA</b>	<b>29</b>
2.1. Diseño, tipo y nivel de la investigación	30
2.1.1. Diseño de la investigación	30
2.1.2. Tipo de investigación	30
2.1.3. Nivel de la investigación	30
2.2. Variables, Operacionalización	30
2.2.2. Satisfacción del Servicio del Cliente	31
2.3. Población y muestra	50
2.3.1. Población	50
2.3.2. Muestra	51



<b>2.3.3.</b> Muestreo	51
<b>2.4.</b> Técnica e Instrumento de Recolección de datos	52
<b>2.4.1.</b> Técnica e Instrumento de Recolección de datos	52
<b>2.4.2.</b> Validez	53
<b>2.4.3.</b> Confiabilidad	54
<b>2.5.</b> Método de análisis de datos	55
<b>2.6.</b> Aspectos éticos	55
<b>3. RESULTADOS</b>	56
<b>3.1.</b> Prueba de normalidad	56
<b>3.2.</b> Prueba de Hipótesis	57
3.2.1. Contratación y Correlación de la Hipótesis General	57
3.2.2. Contratación y Correlación de la Hipótesis Específicas	58
<b>3.3.</b> Análisis Descriptivos	60
<b>3.4.</b> Grado de Correlación	68
<b>4. DISCUSIÓN</b>	71
<b>5. CONCLUSIONES</b>	75
<b>6. RECOMENDACIONES</b>	76
<b>7. BIBLIOGRAFIA</b>	78
<b>ANEXOS</b>	80

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MINDSHARE S.A.C. EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES - AÑO 2016, la población objeto de estudio fue de 50 y la muestra 44 clientes. La confiabilidad de dichas encuestas se calculó a través del coeficiente alfa de Crombach. Una vez recolectados los datos, dicha información fue ingresada al sistema SPSS V. 2.0 para su respectivo procedimiento de análisis e interpretación. Así mismo usando el tipo de escala de Likert. Esta tesis pretende analizar LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MINDSHARE S.A.C. EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES - AÑO 2016 y observar las relaciones que poseen entre sí para fidelizar al cliente. Así mismos realizar un análisis y evaluación de los problemas específicos como: la imagen corporativa, atención al cliente y seguimiento post venta se relacionan con la fidelización de la empresa MINDSHARE S.A.C. Se desarrolla un modelo que ofrece una ampliación de la variable dependiente, la fidelización. Por ende, determinaremos los objetivos de cada problema, con la finalidad de extender su panorama de los aspectos que conllevan una mejor calidad de servicio. Se trata de una investigación no experimental transversal aplicando una metodología cuantitativa; la muestra está determinada a 44 clientes de la empresa MINDSHARE S.A.C. distrito Miraflores, año 2016. El instrumento, con escala tipo Likert, se elaboró para su validez y confiabilidad en aplicación, para luego los datos someterlos a la estadística descriptiva. Se fundamenta en teorías y conceptos de la gestión de ventas, así como la competitividad, los mismos que se describen en el desarrollo de la presente investigación.

Palabras clave: Estrategia, calidad de funcional y técnica, fidelización y atención al cliente.

## **ABSTRACT**

The aim of the research was to determine QUALITY OF SERVICE AND ITS RELATIONSHIP WITH CUSTOMER LOYALTY IN THE COMPANY MINDSHARE S.A.C. IN THE DISTRICT OF MIRAFLORES - 2016, the study population was 50 and sample 44 customers. The reliability of these surveys was calculated through the coefficient alpha Crombash. Once the data is collected, the information was entered into SPSS V. 2.0 system for their respective process of analysis and interpretation. Also using the Likert scale type. This thesis aims to analyze QUALITY OF SERVICE AND ITS RELATIONSHIP WITH CUSTOMER LOYALTY IN THE COMPANY MINDSHARE S.A.C. IN THE DISTRICT OF MIRAFLORES - 2016 and observe the relationships that have each other to increase customer loyalty. Themselves conduct an analysis and evaluation of specific problems such as: corporate image, customer support and post sales follow relate to company loyalty MINDSHARE S.A.C. a model that offers an extension of the dependent variable, loyalty develops. Therefore, we will determine the goals of each problem, in order to extend its panorama of the aspects that lead a better quality of service. This is a cross-sectional non-experimental research using a quantitative methodology; the sample is determined to enterprise customers 44 MINDSHARE S.A.C. Miraflores district, 2016. The instrument with Likert scale was developed for its validity and reliability in application, then submit them to the data descriptive statistics. It is based on theories and concepts of sales management and competitiveness, the same as described in the development of this research.

Keywords: Strategy, functional and technical quality, and customer loyalty,