



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CALIDAD DEL SERVICIO Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES RESPECTO A
LA EMPRESA LADRIMART SAC, SANTA - CHIMBOTE 2018**

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

AUTOR:

Denis Edwin Trujillo Tello

ASESOR:

Mgtr. Randall Manolo Gutiérrez Chilca

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHIMBOTE – PERÚ

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

..... Denis Edwin Trujillo Tello

cuyo título es:

..... Calidad de Servicio y Fidelización de los
..... Clientes respecto a la Empresa Ladrimart
..... SAC, Santa - Chimbote 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (Número).....
..... CATORCE (Letras).

Chimbote 05 de 12 Del 2018.

.....
PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

DEDICATORIA

A DIOS por el apoyo incondicional de amarme sin medida y protegerme a cada momento del tiempo que me quede de vida.

A mis dos hijos Maelito y Jhazielito que son mi principal motivo por quien lucho para titularme y darles una mejor calidad de vida.

En especial a mi abuelita muy querida Mamaminita, que me augurio un futuro profesional y me bendice siempre desde el cielo.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por apoyarme en todo momento y aspecto, a los docentes de la Universidad César Vallejo.

A la empresa Ladrinart Sac, a los docentes Randall Gutiérrez Vilca y Mario Landers Moscol, pues supieron orientarme con paciencia y tino.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Denis Edwin Trujillo Tello con DNI N° 44777687, 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.

Chimbote, 22 de Noviembre del 2018



.....
Trujillo Tello Denis Edwin

Tesista

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 DEL SERVICIO Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES RESPECTO A LA EMPRESA LADRIMART SAC, SANTA - CHIMBOTE 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.

Comprende de siete capítulos, de la siguiente manera, introducción, método, resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias y los anexos.

La tesis tiene como objetivo general; determinar la relación entre Calidad del Servicio y Fidelización de los clientes respecto a la Empresa Ladrимart sac, Santa - Chimbote 2018.

En este estudio se basa en una investigación de descriptiva correlacional, ya que por medio de la encuesta ha recopilado datos acerca de las variables de calidad de servicio y fidelización de cliente.

El autor

INDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática:.....	11
1.2. Trabajos Previos:	13
1.3. Teorías relacionadas al tema:.....	16
1.4. Formulación del problema:	22
1.5. Justificación del estudio:.....	22
1.6. Hipótesis:	23
1.7. Objetivos:	23
II. METODOS	25
2.1. Tipo y Diseño de investigación.....	25
2.2. Variables	26
2.3. Población y muestra	28
2.4. Técnicas e instrumentos, Validez y Confiabilidad de recolección de datos	29
2.5. Métodos de análisis de datos	30
2.6. Aspectos éticos.....	30
III. RESULTADOS.....	31
IV. DISCUSIÓN	55
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	62
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
ANEXOS.....	65
Anexo 1: Matriz de Consistencia Lógica.....	66
ANEXO 02: INSTRUMENTOS Y FICHAS TÉCNICA.....	67
ANEXO 03: VALIDACIONES Y CONFIABILIDAD	74
ANEXO 04: IMÁGENES Y EVIDENCIAS	81
ANEXO 04: IMÁGENES Y EVIDENCIAS.....	82

RESUMEN

El presente trabajo de investigación contiene un estudio en donde se busca es dar a conocer la relación que tiene la variable calidad de servicio con la variable fidelización de cliente ; teniendo como objetivo principal **“Determinar la relación entre Calidad del Servicio y Fidelización de los clientes respecto a la Empresa Ladrимart sac, Santa - Chimbote 2018.”**, del cual se desprenderán objetivos específicos que son identificar el nivel de la calidad de servicio y también el de la fidelización de los clientes dentro de la empresa Ladrимart. Así mismo también analizar la relación entre Elementos Tangibles y Marketing Interno respecto a la Empresa Ladrимart sac, Santa - Chimbote 2018.

Por otra parte, la Población: estuvo conformada por 110 clientes de la empresa Ladrимart registrados en la base de datos.

El instrumento de validación y confiabilidad fue de 2 cuestionarios aplicados a los clientes, donde estos resultados nos permitieron encontrar los tres objetivos específicos y el general.

Se puede interpretar que la significancia bilateral de la prueba estadística de la R de Pearson nos arroja un resultado de ,000 que es menor a la significancia de (0,05), pudiendo decir que se acepta la hipótesis de investigación que es la existencia de relación positiva entre las variables calidad de servicio y fidelización de clientes, además la correlación de Pearson es 0,499, lo que significa una correlación positiva moderada, de los clientes en la empresa Ladrимart con un coeficiente de correlación de R de pearson es de 0,499 lo cual arrojo un grado de relación positiva moderada. Se identificó el nivel de la variable calidad de servicio donde esta se encuentra en una categoría muy eficiente con un 21,82%, esto nos quiere decir que los esfuerzos conjuntos hechos por la empresa Ladrимart para la calidad del servicio percibió por los clientes es el adecuado. A si mismo se presenta que la dimensión Capacidad de Respuesta se encuentra en un nivel muy eficiente con un 33,64% y el nivel muy deficiente con 20,00%. Lo que nos quiere decir que en Ladrимart se da respuesta oportuna a los requerimientos y pedidos hechos por los clientes para buscar así la excelencia dentro de su capacidad de respuesta. También se identificó el nivel de la variable fidelización de los clientes de la empresa Ladrимart, donde nos muestra un 20% en el nivel muy deficiente, y 27,27% en el nivel eficiente.

Palabras clave: Calidad de servicio, elementos tangibles, fidelización de clientes, satisfacción.

ABSTRACT

The present research work contains a study that seeks to make known the relationship that has the quality of service variable with the customer loyalty variable; having as main objective "Determine the relationship between Quality of Service and Loyalty of the clients with respect to the company Ladrимart sac, Santa - Chimbote 2018.", which will give rise to specific objectives that are identifying the level of quality of service and also the of customer loyalty within the company Ladrимart. Also analyze the relationship between Tangible Elements and Internal Marketing with respect to the company Ladrимart sac, Santa - Chimbote 2018.

On the other hand, the Population: was formed by 110 clients of the company Ladrимart registered in the data base.

The validation and reliability instrument was 2 questionnaires applied to the clients, where these results allowed us to find the three specific objectives and the general one.

It can be interpreted that the bilateral significance of the statistical test of Pearson's R gives us a result of, 000 that is less than the significance of (0.05), being able to say that the research hypothesis is accepted that is the existence of positive relationship between the variables quality of service and customer loyalty, in addition the Pearson correlation is 0.499, which means a moderate positive correlation, of the clients in the company Ladrимart with a correlation coefficient of R of pearson is 0.499 which I throw a degree of moderate positive relationship. The level of the quality of service variable was identified, where it is in a very efficient category with 21.82%, this means that the joint efforts made by the company Ladrимart for the quality of service perceived by customers is the suitable. To itself it is presented that the Response Capacity dimension is at a very efficient level with 33.64% and the very poor level with 20.00%. What we want to say that in Ladrимart is timely response to the requirements and orders made by customers to seek excellence in their response capacity. The level of customer loyalty variable of the company Ladrимart was also identified, where it shows us 20% in the very poor level, and 27.27% in the efficient level.

Keywords: Quality of service, tangible elements, customer loyalty, satisfaction.