



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS - MBA

Calidad de servicio y la fidelización del cliente en la clínica veterinaria Doctor Mauricci
Trujillo 2019.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

AUTOR:

Br. Renzo Andree Mauricci Bravo
(ORCID: 0000-0001-8075-8855)

ASESOR:

Mg. Aldo Cotrina Villar
(ORCID: 0000-00
03-0425-9194)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

Trujillo – Perú
2019

Dedicatoria

A Dios, por regalarme una familia increíble, bueno padres, abuelos, tíos y hermano quienes me acompañan en todo momento, haciendo de la vida algo único, maravilloso y a quienes siempre les agradeceré su apoyo.

A mis queridos y extrañados familiares difuntos, que aportaron mucho en mi formación personal y profesional, que desde donde estén sé que me acompañan en cada paso.

A todos los colegas de la hermosa profesión de medicina veterinaria.

Agradecimiento

A mi madre especialmente por incentivar todo lo propuesto, por no dudar en estar presente en cada paso de mi vida.

A mi padre por su apoyo siempre constante, para no declinar en los objetivos y continuar en el camino.

A mis maestros por compartir sus conocimientos con paciencia, método y didáctica adecuada para lograr esta meta.

A mis abuelos por su exigencia en ser cada día mejor que ayer.

Ya Fiorella Cabanillas (yiya), por la ayuda en todos los retos que asumo, por ser mi aliada en todo momento.

A mi tío Arturo David Mauricci Ortega, por ser un ejemplo a seguir estudiando y colaborar en la realización de esta tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Hipótesis específicas	21
II. MÉTODO	22
2.1. Diseño de investigación.....	22
2.2. Variables, operacionalización:	22
2.3. Población y muestra y muestreo:	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5. Procedimiento	25
2.6. Métodos de análisis de datos.....	26
2.7. Aspectos éticos:.....	26
III. RESULTADOS.....	27
3.1. Descripción de resultados:	27
3.2. Prueba de normalidad:	31
3.3. Contrastación de hipótesis:	32
IV. DISCUSIÓN.....	37
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES	39
VII. REFERENCIAS	40
Bibliografía.....	40
ANEXOS.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Operacionalización de las variables	23
Tabla N° 2 Confiabilidad de los instrumentos - alfa de Cronbach	25
Tabla N° 3 Nivel de la calidad de servicio en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.	27
Tabla N° 4 Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.	28
Tabla N° 5 Nivel de la fidelización del cliente en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.....	29
Tabla N° 6 Nivel de las dimensiones de la fidelización del cliente en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.....	30
Tabla N° 7 Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov de la calidad de servicio y la fidelización del cliente de la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo - 2019.....	31
Tabla N° 8 La fidelización del cliente y su relación con la calidad de servicio de la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019	32
Tabla N° 9 La fidelización del cliente y su relación con la confiabilidad de la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo - 2019	33
Tabla N° 10 La fidelización del cliente y su relación con la empatía de la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.....	34
Tabla N° 11 La fidelización del cliente y su relación con la capacidad de respuesta de la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.	35
Tabla N° 12 La fidelización del cliente y su relación con la tangibilidad de la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Nivel de la calidad de servicio en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.	27
Figura N° 2 Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.	28
Figura N° 3 Nivel de la fidelización del cliente en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.	29
Figura N° 4 Nivel de las dimensiones de la fidelización del cliente en la clínica veterinaria Doctor Mauricci, Trujillo – 2019.	30

Resumen

El presente estudio llamado Calidad de servicio y la fidelización del cliente en la clínica veterinaria Doctor Mauricci de la ciudad de Trujillo, 2019, tuvo como propósito determinar la relación de la calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la clínica veterinaria Doctor Mauricci de la ciudad de Trujillo, 2019. Se llevó a cabo una investigación de tipo no experimental cuantitativa, con diseño correlacional transversal. La población de estudio la conformaron 216 clientes de la clínica veterinaria Doctor Mauricci de Trujillo, con una muestra constituida por 84 clientes, a partir del cálculo de muestra para poblaciones conocidas. La técnica fue la encuesta y los instrumentos usados fueron el Cuestionario sobre calidad de servicio y el Cuestionario sobre la fidelización del cliente. Los resultados arrojaron que el 51.2% de los clientes perciben con nivel regular la calidad del servicio, 34.5% nivel bueno, mientras que 14.3% perciben nivel deficiente. Determinándose que la calidad del servicio es de nivel regular deficiente para el 65.5% de los clientes. Asimismo, el 52.4% de los clientes perciben nivel regular la fidelización, el 26.2% obtienen nivel bueno, en tanto que el 21.4% perciben nivel deficiente. Determinándose que la fidelización del cliente es de nivel regular deficiente (73.8%). Finalmente se pudo concluir que el coeficiente de correlación de Spearman es $R_{ho} = 0.922$ (existiendo una fuerte relación directa) con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$) la cual quiere decir que la calidad de servicio se relaciona de manera directa y significativa con la fidelización del cliente de la clínica veterinaria Doctor Mauricci de Trujillo, 2019.

Palabras clave:

Calidad de servicio, fidelización del cliente, clínica veterinaria, confiabilidad, empatía, capacidad de respuesta, tangibilidad, lealtad del cliente, satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The present study called Quality of service and customer loyalty at the Doctor Mauricci veterinary clinic in the city of Trujillo, 2019, was intended to determine the relationship between the quality of service and the loyalty of the clients of the Doctor Mauricci veterinary clinic in the city of Trujillo, 2019. A quantitative non-experimental investigation was carried out, with a transversal correlational design. The study population was formed by 216 clients of the Doctor Mauricci de Trujillo veterinary clinic, with a sample consisting of 84 clients, based on the calculation of the sample for known populations. The technique was the survey and the instruments used were the Questionnaire on quality of service and the Questionnaire on customer loyalty. The results showed that 51.2% of the clients perceive the quality of the service on a regular level, 34.5% good level, while 14.3% perceive a poor level. Determining that the quality of service is of a deficient regular level for 65.5% of customers. Likewise, 52.4% of customers receive regular loyalty, 26.2% obtain a good level, while 21.4% perceive a poor level. Determining that customer loyalty is of a deficient regular level (73.8%). Finally, it could be concluded that Spearman's correlation coefficient is $Rho = 0.922$ (with a strong direct relationship) with a level of significance of less than 1% ($p < 0.01$) which means that the quality of service is directly related and Significant with customer loyalty from the Doctor Mauricci de Trujillo veterinary clinic, 2019.

Keywords:

Quality of service, customer loyalty, veterinary clinic, reliability, empathy, responsiveness, tangibility, customer loyalty, customer satisfaction.