



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de servicio y fidelización de clientes en la empresa TP del Centro Comercial
Real Plaza Trujillo, año 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Sandra Yanina Taboada Zavala (ORCID: 0000-0001-5337-5891)

ASESORA:

Mg. Karina Jacqueline Cárdenas Rodríguez (ORCID: 0000-0003-1140-4759)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2019


Dedicatoria

La presente investigación está dedicada a mis padres, por su amor, comprensión, compromiso y paciencia en todo este tiempo, y sobre todo por desearme lo mejor en cada paso por el camino de la vida.

Agradecimiento

Gracias a Dios en primer lugar, a mi familia y amistades, porque su presencia me ha motivado a cumplir cada uno de mis objetivos.

Páginas del jurado

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	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) Taboada Zavala Sandra Yanina
cuyo título es: Calidad de Servicio y fidelización de clientes en
la empresa TP del Centro Comercial Real Plaza Trujillo, año 2019.

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

Trujillo (o Filial).....12.....de dic. del 2019


.....
Flor Alicia Calvanapón Alva
PRESIDENTE


.....
Karina J. Cárdenas Rodríguez
SECRETARIO


.....
Gustavo A. Ugarriza Gross
VOCAL

Declaratoria de autenticidad

Yo, SANDRA YANINA TABOADA ZAVALA, con DNI N° 44389527, 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 Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Por lo mismo, bajo juramento declaro que todos los datos e información que se presenta en la tesis presente 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.



Sandra Yanina Taboada Zavala

DNI N° 44389527

Trujillo, diciembre de 2019

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Páginas del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1. Tipo y diseño de investigación	10
2.2. Operacionalización de la Variable	10
2.3. Población, muestra y muestreo	13
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	14
2.5. Procedimiento	17
2.6. Método de análisis de datos	17
2.7. Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
IV. DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES	31
VI. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS	33
ANEXOS	36

Resumen

El trabajo de investigación presentó el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y fidelización de clientes en la empresa TP del Centro Comercial Real Plaza Trujillo, en el presente año. La investigación fue aplicada según su finalidad que persigue, según el enfoque fue de tipo cuantitativo y según su alcance fue descriptivo – correlacional, debido a que se buscó determinar la relación existente en ambas variables sujetas a investigación, es decir, entre la calidad de servicio y la fidelidad de los clientes. Presentando un tipo de diseño metodológico no experimental, de corte transeccional. Conformada por 3584 clientes de la empresa TP del Centro Comercial Real Plaza Trujillo, quienes realizaron por lo menos dos compras a más, entre los meses de enero de 2019 a agosto de 2019, cuya muestra fue de 347 clientes. Se utilizó el muestreo aleatorio simple para una población finita para la obtención de datos, a través de un cuestionario de Likert, en ambas variables. Para validar cada instrumento empleado se corroboró a través del coeficiente V de Aiken y la confiabilidad de los datos a partir del alfa de Cronbach, obteniendo como resultado de validez de 1.00, con un alfa de Cronbach mayor al 0.80 para ambos instrumentos. De las conclusiones, se determinó la existencia de una relación positiva moderada debido a que el resultado de esa relación es 0,539 entre la calidad de servicio y la fidelidad de los clientes de la empresa TP del Establecimiento Comercial Real Plaza Trujillo, en el año 2019. Además, todas las dimensiones que abarca la calidad de servicio; la fiabilidad, seguridad, tangibilidad, empatía y capacidad de respuesta, también están relacionados con la fidelidad de los consumidores de la organización.

Palabras clave: Calidad de servicio, fidelización de clientes, centro comercial.

Abstract

The research work presented the objective of determining the relationship between quality of service and customer loyalty in the TP company of the Real Plaza Trujillo Shopping Center, this year. The research was applied according to its intended purpose, according to the approach it was quantitative and according to its scope it was descriptive - correlational, because it sought to determine the relationship existing in both variables subject to research, that is, between the quality of service and customer loyalty. Presenting a type of non-experimental methodological design, with a transectional cut. Made up of 3584 customers of the TP company of the Real Plaza Trujillo Shopping Center, who made at least two more purchases, between the months of January 2019 to August 2019, whose sample was 347 customers. Simple random sampling was used for a finite population to obtain data, through a Likert questionnaire, in both variables. To validate each instrument used, it was corroborated through the Aiken coefficient V and the reliability of the data from the Cronbach's alpha, obtaining as a result of validity of 1.00, with a Cronbach's alpha greater than 0.80 for both instruments. From the conclusions, the existence of a moderate positive relationship was determined because the result of that relationship is 0.539 between the quality of service and customer loyalty of the TP company of the Real Plaza Trujillo Commercial Establishment, in the year 2019. In addition, all dimensions covered by the quality of service; Reliability, security, tangibility, empathy and responsiveness are also related to the loyalty of the organization's consumers.

Keywords: *Quality of service, customer loyalty, shopping center.*