



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

Calidad de servicio y fidelización de los clientes en la Caja Huancayo, agencia
Canto Grande, 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

FERNANDEZ AROTAIPE, EDER

ASESOR:

M Sc. PACA PANTIGOSO FLAVIO ROMEO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y DIRECCION DE EMPRESAS

LIMA –PERÚ

2016

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi Madre quien me enseñó que no existen sueños imposibles, que con la perseverancia y mucha actitud, se puede lograr cumplir todos nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis profesores y guías, Romeo Paca Pantigoso y Raúl Delgado Arenas quienes me enseñaron que la investigación es fundamental para el desarrollo de la sociedad.

También agradezco a mi Mamá, Papá y Hermana por estar a mi lado apoyándome en cada paso que doy por este camino hacia el aprendizaje y el mundo Profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo FERNANDEZ AROTAIPE EDER EFRAIN con DNI N° 43194849, 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.

Lima, 06 de Julio del 2016

FERNANDEZ AROTAIPE, EDER EFRAIN

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada CALIDA DE SERVICIO Y FIDELIZACION DE LOS CLIENTES EN LA CAJA HUANCAYO, AGENCIA CANTO GRANDE, 2016 con la finalidad de identificar de qué manera la calidad de servicio y la fidelización está presente en los trabajadores de la caja Huancayo, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Administrador de Empresas.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

FERNANDEZ AROTAIPE, EDER EFRAIN

RESUMEN

“La calidad de servicio y la fidelización de los clientes en la Caja Huancayo, agencia Canto Grande, 2016”, es el título de la investigación, la misma que tuvo como objetivo general identificar la relación entre calidad de servicio y la fidelización de clientes, Según los autores Berry, Parasuraman y Valarie y de la primera variable calidad de servicio fue medida según los siguientes componentes: tangibilidad, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía, así mismo el autor Chiesa de la segunda variable fidelización fue evaluada con los procedimientos de atraer, vender y satisfacer. Es una investigación de tipo descriptiva correlacional por que las dos variables están relacionadas, así también el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal. Los métodos utilizados en la investigación han sido el científico, el estadístico y el documental. En relación a la metodología, nos encontramos frente a una investigación cuantitativa. Para las variables mencionadas se contó una muestra censal de 75 clientes del área de créditos a quienes se les aplicó una encuesta como instrumento en la búsqueda de la información elaborado en base a un cuestionario con respuestas cerradas y medidas en la escala de Likert para obtener sus impresiones respecto a la calidad de servicio y fidelización de los clientes, dichos instrumentos fueron validados a criterio de expertos y determinados su confiabilidad mediante el alpha de cronbach utilizando el paquete estadístico SPSS versión 22. finalmente con los resultados obtenidos se discute, se recomienda y se concluye que una eficiente calidad de servicio facilitara las medidas que se deben tomar para lograr la fidelización de los clientes de la caja Huancayo.

Palabras claves: Calidad de servicio-Fidelización

ABSTRACT

"The quality of service and customer loyalty in Caja Huancayo, agency Canto Grande 2016" is the title of the research, the same general objective is to identify the relationship between service quality and customer loyalty, according to Berry, Parasuraman and Valarie authors and the first variable service quality was measured according to the following components: tangibility, reliability, security, responsiveness and empathy, also the author Chiesa of the second variable retention was evaluated with the procedures to attract, sell and satisfy. It is a descriptive correlational research that the two variables are related, so the research design is not experimental cross section. The methods used in the research were scientific, statistical and documentary. With regard to methodology, we are faced with a quantitative research. For the variables mentioned one census sample of 75 clients of the credit area who were applied a survey as a tool in the search for the information prepared based on a questionnaire with closed answers and action on the Likert scale was counted to obtain their impressions of service quality and customer loyalty, these instruments were validated in the opinion of experts and determined their reliability by Cronbach's alpha using SPSS version 22. finalmente with the results discussed, it recommended and It concludes that facilitate efficient service quality measures to be taken to achieve customer loyalty of Huancayo box.

Keywords: Quality of Service-Loyalty

INDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
Índice.....	ix
I. INTRODUCCION	
1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Trabajos Previos.....	4
1.3. Teorías Relacionados Al Tema.....	11
1.4. Formulación Del Problema.....	21
1.5. Justificación Del Estudio.....	22
1.6. Objetivos.....	23
1.7. Hipótesis.....	24
II. METODO	
2.1. Diseño De Investigación.....	25
2.2. Variables, Operacionalización.....	27
2.3. Población Y Muestra.....	28
2.4. Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos, Validez Y Confiability.....	29
2.5. Métodos De Análisis De Datos.....	30

III. RESULTADOS.....33
IV. DISCUSIÓN.....39
V. CONCLUSIONES.....42
VI. RECOMENDACIONES.....44

BIBLIOGRAFIA.....45
ANEXOS.....47

