



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Calidad de servicio y fidelización por los clientes de Dimatco
Valderrama S.A.C 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Silva García, Julio César (ORCID:0000-0002-7945-4624)

ASESORA:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia (ORCID: 0000-0003-2721-2698)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

TRUJILLO – PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres Aldo Silva García y Elvia Edelina García Chávez por su significativo y constante apoyo al guiar mi camino e impulsarme a llegar a ser profesional, y quienes han sido en todo momento mi inspiración para poder lograr mis metas y no rendirme.

Agradecimiento

Agradezco a mis padres por haberme transmitido la fuerza para seguir adelante y superar cada uno de los obstáculos.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de la investigación.....	13
3.2. Variables y operacionalización.....	14
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	14
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	30
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES.....	37
VIII. PROPUESTA.....	38
REFERENCIAS.....	43
ANEXOS.....	47

Índice de Tablas

Tabla 01: Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.....	16
Tabla 02: Rangos de las variables Calidad de Servicio y Fidelización.....	16
Tabla 03: Rangos de las dimensiones de Calidad de Servicio.....	17
Tabla 04: Nivel de Calidad de Servicio	18
Tabla 05: Nivel de las dimensiones de la Calidad de Servicio	19
Tabla 06: Nivel de fidelización	21
Tabla 07: Nivel de las dimensiones de Fidelización	22
Tabla 08: Relación de la calidad de servicio (dimensión Tangibilidad) en la fidelización	23
Tabla 09: Relación de la calidad de servicio (dimensión Fiabilidad) en la fidelización	24
Tabla 10: Relación de la calidad de servicio (dimensión capacidad de respuesta) en la fidelización	25
Tabla 11: Relación de la calidad de servicio (dimensión seguridad) en la fidelización	26
Tabla 12: Relación de la calidad de servicio (dimensión empatía) en la fidelización	27
Tabla 13: Relación de la calidad de servicio en la fidelización	28
Tabla 14: La Calidad de servicio tiene relación directa en la fidelización	29
Tabla 15: Estrategias planeadas.....	40
Tabla 16: Presupuesto de propuesta.....	41
Tabla 17: Tiempo de duración de propuesta.....	42

Resumen

En esta investigación el propósito fue determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la fidelización de los clientes de Dimatco Valderrama S. A. C. – Trujillo 2020, el diseño es no experimental ya que no existió manipulación en el análisis de las variables, de corte transversal ya que la recolección de datos se realizó en un determinado momento y de tipo descriptiva-correlacional debido a que se demostró que existe relación en dichas variables de estudio. Los instrumentos de medición que se utilizó fueron dos cuestionarios, Calidad de servicio el cual constó de 12 ítems y Fidelización que constó de 14 ítems, los que fueron aplicados a los clientes de la empresa Dimatco Valderrama; llegando a la siguiente conclusión, que existe una relación debido a que la prueba presenta una significancia menor a 0.05, teniendo una correlación positiva considerable con un coeficiente de correlación de 0.731 entre las variables Calidad de Servicio y Fidelización de los clientes de Dimatco Valderrama S.A.C 2020.

Palabras clave: Seguridad, Capacidad, Atención, servicio, Clientes.

Abstract

The purpose of this research was to determine the relationship between the quality of service and customer loyalty of Dimatco Valderrama SAC - Trujillo 2020, the design is non-experimental since there was no manipulation in the analysis of the variables, cross-sectional since that the data collection was carried out at a certain time and of a descriptive-correlational type because it was shown that there is a relationship in said study variables. The measuring instruments used were two questionnaires, Quality of service which consisted of 12 items and Loyalty, which consisted of 14 items, which were applied to the clients of the company Dimatco Valderrama; reaching the following conclusion, that there is a relationship because the test has a significance of less than 0.05, having a considerable positive correlation with a correlation coefficient of 0.731 between the variables Service Quality and Customer Loyalty of Dimatco Valderrama SAC 2020 .

Keywords: Security, Capacity, Attention, service, Clients