



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Calidad del servicio y fidelización de los clientes de la empresa MORIKEL
S.R.L, en la ciudad de Pacasmayo 2019

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Bachiller en Administración

AUTORAS:

Barrantes Zavala, Stephanie Guadalupe (ORCID: 0000-0003-2677-9457)

Núñez Razuri, Darat Verona (ORCID: 0000-0002-7600-269X)

Ventura Chávez, Paula Paola (ORCID: 0000-0001-6912-3939)

ASESORA:

Dra. Jesús Ramírez, Gladis Dolores (ORCID: 0000-0002-5388-6058)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHEPÉN — PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios porque nos ha permitido seguir adelante a pesar de los obstáculos, y de alguna escasez en el transcurso de nuestra formación.

Nuestros padres y hermanos por su paciencia, enseñanzas y sabios consejos y sobre todo por mostrar orgullo hacia nosotras para seguir saliendo adelante.

A los más engréidos de casa, nuestras pequeñas mascotas Ringo, Kira y Luna por enseñarnos a ser mejor personas

Agradecimiento

Agradecer a nuestros padres quienes nos dieron su apoyo incondicional, alentándonos a que sigamos esforzándonos para cumplir con nuestros objetivos profesionales

Agradecer a Dios por darnos la fuerza y guiarnos en el buen camino durante el periodo de formación universitaria.

Dar gracias a los docentes de la Universidad César Vallejo, quienes nos transmitieron sus conocimientos y experiencias para hacer de nosotras unas buenas profesionales.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. Introducción.....	1
II. Marco Teórico	4
III. Metodología.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Variables y operacionalización	9
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	11
3.5. Procedimientos.....	12
3.6. Método de análisis de datos.....	12
3.7. Aspectos éticos	13
IV. Resultados	14
V. Discusión.....	18
VI. Conclusiones.....	21
VII. Recomendaciones.....	22
Referencias.....	23
Anexos	26

Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de calidad de servicio según los clientes de la empresa MORIKEL S.R.L. en la ciudad de Pacasmayo, 2019.....	14
Tabla 2. Nivel de fidelización según los clientes de la empresa MORIKEL S.R.L. en la ciudad de Pacasmayo, 2019.....	15
Tabla 3. Relación entre las dimensiones de calidad de servicio y la fidelización del cliente	16
Tabla 4. Relación ente calidad de servicio y fidelización del cliente.....	17

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la calidad del servicio y fidelización de los clientes de la empresa Morikel S.R.L. en la ciudad de Pacasmayo, 2019, a través de una investigación de tipo no experimental, con diseño correlacional y un enfoque cuantitativo, en base a una muestra de 8 clientes de la empresa. Para la recolección de datos se empleó el cuestionario de calidad de servicio y cuestionario de fidelización del cliente. De acuerdo con los resultados se aprecia que el 50% de los encuestados considera que la calidad del servicio es eficiente, en tanto que el 62.50% considera como eficiente en la fidelización del cliente. Asimismo, se ha demostrado que existe relación positiva alta entre las dimensiones de la calidad de servicio y fidelización del cliente ($\rho >.70$, $p <.01$). Finalmente, se llegó a la conclusión que existe correlación directa alta ($\rho =.929$) entre las variables de estudio en la empresa Morikel S.R.L. de Pacasmayo, 2019 con una significancia menor al 1% de error ($p <.01$), lo cual indica que si existe una mayor calidad de servicio se conseguirá fidelizar un mayor número de clientes.

Palabras clave: Calidad de servicio, Fidelización de cliente, Clientes.

Abstract

The main objective of this research was to determine the relationship between service quality and customer loyalty of the company Morikel S.R.L. in the Pacasmayo city, 2019, through a non-experimental research, with correlational design and a quantitative approach, based on a sample of 8 clients of the company. For the data collection, the quality of service questionnaire and customer loyalty questionnaire were used. According to the results, it can be seen that 50% of the respondents consider that the quality of the service is efficient, while 62.50% consider it efficient in customer loyalty. Likewise, it has been shown that there is a high positive relationship between the dimensions of the quality of service and customer loyalty ($\rho > .70$, $p < .01$). Finally, it was concluded that there is a high direct correlation ($\rho = .929$) between the study variables in the company Morikel S.R.L. in the Pacasmayo city, 2019 with a significance of less than 1% error ($p < .01$), which indicates that if there is a higher quality of service, a greater number of customers will be achieved.

Keywords: Quality of service, Customer loyalty, Customers