



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“CALIDAD DE SERVICIO Y FIDELIZACIÓN DEL  
CLIENTE EN LA EMPRESA INVERSIONES  
PARAISO E.I.R.L EN TRUJILLO, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

**Autor:**

Valeria del Pilar Aranguri Castillo

**Asesor:**

Mg. Carla Arriola Alvarado

Trujillo - Perú

2021

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. MÉTODO.....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>45</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>47</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>53</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA No. 1.....	21
TABLA No. 2.....	22
TABLA No. 3.....	23
TABLA No. 4.....	24
TABLA No. 5.....	25
TABLA No. 6.....	26
TABLA No. 7.....	27
TABLA No. 8.....	28
TABLA No. 9.....	29
TABLA No. 10.....	30
TABLA No. 11.....	31
TABLA No. 12.....	32
TABLA No. 13.....	33
TABLA No. 14.....	34
TABLA No. 15.....	35
TABLA No. 16.....	36
TABLA No. 17.....	37
TABLA No. 18.....	38
TABLA No. 19.....	39
TABLA No. 20.....	40
TABLA No. 21.....	40
TABLA No. 22.....	41

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA No. 1 .....	21
FIGURA No. 2 .....	22
FIGURA No. 3 .....	23
FIGURA No. 4 .....	24
FIGURA No. 5 .....	25
FIGURA No. 6 .....	26
FIGURA No. 7 .....	27
FIGURA No. 8 .....	28
FIGURA No. 9 .....	29
FIGURA No. 10 .....	30
FIGURA No. 11 .....	31
FIGURA No. 12 .....	32
FIGURA No. 13 .....	33
FIGURA No. 14 .....	34
FIGURA No. 15 .....	35
FIGURA No. 16 .....	36
FIGURA No. 17 .....	37
FIGURA No. 18 .....	38
FIGURA No. 19 .....	39

## RESUMEN

La presente investigación titulada “La calidad de servicio y la fidelización del cliente para la empresa Inversiones Paraiso E.I.R.L. Trujillo 2021”, tiene como propósito de estudio determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la fidelización del cliente en la empresa Inversiones Paraiso E.I.R.L. Trujillo 2021. La investigación es de tipo descriptivo correlacional, la técnica utilizada para la recolección de información fue a través de una encuesta mediante la escala de Likert, y como instrumento el cuestionario. Los cuestionarios fueron aplicados a 227 clientes de la empresa. Se utilizó el Alpha de Cronbach para medir la fiabilidad del instrumento y el coeficiente de correlación Pearson para el análisis de las dimensiones. Mediante los resultados obtenidos se pudo confirmar la hipótesis planteada donde la calidad del servicio tiene una relación directa con la fidelización del cliente en la empresa Inversiones Paraiso E.I.R.L. Trujillo 2021, con un nivel de correlación positiva fuerte de 0.937 evidenciando de manera estadística una relación directa entre las dimensiones de las variables de estudio.

**Palabras clave:** Calidad de servicio, fidelización de clientes, empresa.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## REFERENCIAS

Alcaide, J. (2010). *Fidelización de clientes*. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=GYAO8Sbe63cC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=GYAO8Sbe63cC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Alet, J. (2004). *Como obtener clientes leales y rentables*. Barcelona: Ediciones Gestion.

Ampuero, C. (2017). *Repositorio Universidad Inca Garcilaso de La Vega*. Obtenido de [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1714/TESIS\\_CHRISTIAN%20EMANUEL%20AMPUERO%20ROMERO.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1714/TESIS_CHRISTIAN%20EMANUEL%20AMPUERO%20ROMERO.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Blanco. (2001). Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. En *Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. (pág. 6). España.

Cano, A., Gónzales, R., & Torres, G. (25 de Enero de 2018). *IIEc repositorio universitario*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México: <http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/3812>

Cotrina, E., & Ignacio, H. (13 de Febrero de 2019). *Repositorio Institucional Continental*. Obtenido de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7324/4/IV\\_FCE\\_318\\_TE\\_Cotrina\\_Ignacio\\_2019.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7324/4/IV_FCE_318_TE_Cotrina_Ignacio_2019.pdf)

Derian, C. (2018). *Universidad Autónoma del Perú*. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/722/1/Chauca%20Sanchez%2c%20Derian%20Anthony.pdf>

Droguett, F. (2012). *Repositorio U Chile*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=droguett+2012+calidad+y+satisfaccion+en+el+servicio&oq=dr&aqs=chrome.0.69i59j69i57j69i59l2j46i433i512j69i60l3.4257j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Fernández, B. (2018). *Repositorio Institucional de la UNSA*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7150/ADMfedebg.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Figuroa, M. (2011). Fidelización de clientes: Concepto y perspectiva. *Dialnet*.

Frías, D. (2021). *Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida*.  
Obtenido de <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>

Giese, J., & Joseph, C. (2019). *La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*. Obtenido de  
<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). *Metodología de la investigación*. Obtenido de  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). *Metodología de la investigación*. Obtenido de  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Omar Acuña Moraga, S. R. (2017). *Repositorio digital Sistema de bibliotecas Universidad del Bio-Bio*. Obtenido de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/2944>

Parasumaran, Z. y. (1990). Brindar un servicio de calidad: Equilibrar las percepciones y expectativas de los clientes.

Parra, M. E. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *El buzón de Pacioli*.

Pérez, M. (2010). *Fidelización de clientes*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouasp/detail.action?docID=5885430>

Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideas propias.

Pérez, V. (2006). Calidad total en la atención al cliente. En V. Pérez, *Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio* (pág. 2). Ideas propias.

Pérez, V. (2006). Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio. En V. Pérez, *Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio* (pág. 8). España: Ideas Propias.

Pizzo, M. (15 de Abril de 2013). *Construyendo una definición de calidad en el servicio*. Obtenido de <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definición-de-calidad-en-el-servicio/html>.

