

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“CALIDAD DE SERVICIO Y FIDELIZACIÓN DEL  
CLIENTE DE LA EMPRESA LUBRICENTRO  
RHANDYM, TRUJILLO 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Gestión Comercial



**Autores:**

Milton Ivan Flores Tejada  
Jose Antonio Villa Pantoja

**Asesor:**

Mg. Jocelyn Ruth Infante Linares

Trujillo - Perú

2022

## 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>24</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS</b> .....	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b> .....	<b>43</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>50</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>53</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Confiabilidad del cuestionario de calidad de servicio.....	28
Tabla 2: Confiabilidad del cuestionario de fidelización .....	28
Tabla 3: Prueba de correlación entre calidad de servicio y fidelización.....	30
Tabla 4: Niveles de calidad de servicio .....	32
Tabla 5: Niveles de fidelización de clientes.....	33
Tabla 6: Correlación entre la Elementos tangibles y Fidelización .....	34
Tabla 7: Correlación entre Fiabilidad y Fidelización .....	35
Tabla 8: Correlación entre Capacidad de respuesta y Fidelización.....	37
Tabla 9: Correlación entre Seguridad y Fidelización .....	38
Tabla 10: Correlación entre Empatía y Fidelización .....	40
Tabla 11: Resumen de las pruebas de correlación de las dimensiones de la calidad de servicio y la fidelización .....	41
Tabla 12: Cuadro de operacionalización de variables .....	61
Tabla 13: Matriz de consistencia.....	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama de diseño correlacional .....	24
Figura 2: Clientes por mes .....	25
Figura 3: Correlación entre calidad de servicio y fidelización.....	30
Figura 4: Calidad de servicio según percepción de clientes.....	32
Figura 5: Nivel de fidelización que muestran los clientes.....	33
Figura 6: Correlación entre los Elementos tangibles y Fidelización.....	34
Figura 7: Correlación entre Fiabilidad y Fidelización .....	36
Figura 8: Correlación entre Capacidad de respuesta y Fidelización .....	37
Figura 9: Correlación entre Seguridad y Fidelización .....	39
Figura 10: Correlación entre Empatía y Fidelización .....	40
Figura 11: Porcentajes de la dimensión Elementos tangibles .....	65
Figura 12: Porcentajes de la dimensión Fiabilidad .....	65
Figura 13: Porcentajes de la dimensión Capacidad de Respuesta.....	66
Figura 14: Porcentajes de la dimensión Seguridad .....	66
Figura 15: Porcentajes de la dimensión Empatía .....	67
Figura 16: Porcentajes de la dimensión Información.....	67
Figura 17: Porcentajes de la dimensión Marketing Interno .....	68
Figura 18: Porcentajes de la dimensión Comunicación .....	68
Figura 19: Porcentajes de la dimensión Experiencia del cliente .....	69
Figura 20: Porcentajes de la dimensión Beneficios e Incentivos .....	69

## RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la fidelización de cliente de la empresa Lubricentro Rhandym, Trujillo, 2021. La muestra estuvo compuesta por 103 clientes de la empresa. La metodología de la investigación fue de tipo cuantitativo, con diseño no experimental, transeccional correlacional. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se elaboraron dos cuestionarios con escala tipo Likert; con 22 ítems para la primera variable (modelo Servqual) y 15 ítems para la segunda variable, con un valor de Alfa de Cronbach de 0.875 y 0.877 respectivamente. Para comprobar la hipótesis se aplicó una prueba de correlación Rho de Spearman, obteniendo un valor de 0.684 y un valor de significancia (bilateral) de 0.000, dicho valor es menor al nivel de significancia de  $\alpha=0.05$  ( $0.000<0.05$ ): al ser “p” inferior a “ $\alpha$ ”, la hipótesis nula es rechazada, siendo tal resultado estadísticamente significativo, por lo que se acepta la hipótesis del investigador. Por lo tanto, se considera una correlación positiva considerable, es decir, existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la fidelización de cliente en la empresa Lubricentro Rhandym, Trujillo 2021.

**Palabras clave:** calidad de servicios, fidelización

## **NOTA DE ACCESO**

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

## REFERENCIAS

- Alcaide, J. C. (2016). *Fidelización de clientes* (2a. ed.). Madrid: Esic Editorial.
- Bernal, C. A. (2010), *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3era Ed.). Colombia: Pearson.
- Burga, E. (2018). *Calidad de servicio en la fidelización del cliente en la empresa Importaciones DMZ S.A.C, Independencia, 2018* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24685>
- Barrantes, S. G., Nuñez, D. V., & Ventura, P. P. (2019). *Calidad del servicio y fidelización de los clientes de la empresa MORIKEL S.R.L, en la ciudad de Pacasmayo 2019* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60484>
- Cárdenas, D. P. (2021). *Análisis de la calidad del servicio que brinda la empresa Alcomex Cajamarca E.I.R.L. y su relación con la fidelización del cliente, año 2019* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Cajamarca.  
<http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/4235>
- Carrasco, B. O., & Pastor, A. P. (2020). *Calidad de servicio y fidelización de los clientes del Molino los Ángeles Ciudad de Dios, 2019* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/54777>
- Deloitte (2020). *Las claves para mantener la confianza del cliente durante la crisis del COVID-19*. (s. f.). Deloitte Spain. Recuperado 9 de diciembre de 2021, de  
<https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/claves-para-mantener-confianza-cliente-tiempos-crisis.html>

- Gestión (14 de septiembre del 2019). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños*. <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/>
- Gestión (28 de marzo del 2018). *Cuatro empresas que destacan por innovar en su servicio al cliente*. <https://gestion.pe/publirreportaje/cuatro-empresas-destacan-innovar-servicio-cliente-230236-noticia/>
- Jahmani, A., Bourini, I., & Jawabreh, O. A. (2020). The relationship between service quality, client satisfaction, perceived value and client loyalty: A case study of Fly Emirates. *Cuadernos de Turismo*, 45, 219-238. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7448389>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing* (15va Ed.). México: Pearson Educación.
- Hwang, S., Lee, M., Park, E., & del Pobil, A. P. (2021). Determinants of customer brand loyalty in the retail industry: A comparison between national and private brands in South Korea. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102684. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102684>
- Quispe, E. J. (2018). *Calidad de servicio y Fidelización del cliente de la empresa Multiservicios Centauro S.A.C dentro del almacén de Gloria S.A. distrito de Ate—2018*. Recuperado 8 de diciembre de 2021, de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19724>
- Méndez, L. P. (2018). *Calidad de servicio y la fidelización de los clientes del Grifo COGECO en Chimbote—2018* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19143>



- Ocón, R. (2020). *Calidad de servicio y fidelización de los clientes de la Empresa ‘‘El Lobo’’ en la Provincia de Pacasmayo, 2020* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62984>
- Palomino, Y. E., & Mendoza, M. A. (2019). Percepción del nivel de calidad de servicio y fidelización en Motors Import S.A.C Ate, Lima, 2018. *Universidad Peruana Unión*. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2880>
- Salinas, N. T. (2017). Influencia de la gestión de calidad de servicio de fidelización del cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro servicentro: Caso empresa Ortiz S.R.L. en la ciudad de Huaraz, 2017. *Repositorio Institucional – Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2260>
- Silva, J. C. (2020). *Calidad de servicio y fidelización por los clientes de Dimatco Valderrama S.A.C 2020* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52658>
- Ureta, O. A. (2018). *Calidad del servicio y la fidelización de clientes de la estación de servicio Stacion Casuarinas SAC, Nuevo Chimbote, 2018* (tesis de pregrado). Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28680>
- Vásquez, C. A., & Yépez Bravo, A. G. (2020). *Calidad del servicio y fidelización del cliente: Plan estratégico de CRM para la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil* (tesis de pregrado). Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19495>
- Zavala, G. M. F., Cayllahua, F. W. V., & Yactayo, A. C. N. (2021). Calidad de servicio y su relación con la fidelización de los clientes. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(Extra 1), 200-221.