

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Calidad de Servicio y Fidelización del Cliente: Un estudio en un
Minimarket de la región San Martín - Perú**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciadas en Administración y Negocios
Internacionales

Autores:

Max Pinedo Flores
Gina Katherin Gallardo Bernal

Asesor:

Mtra. Kelita Guillen López

Tarapoto, diciembre de año 2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Mtra. Kelita Guillen López, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “**Calidad de Servicio y Fidelización del Cliente: Un estudio en un Minimarket de la región San Martín - Perú**” de los autores Max Pinedo Flores y Gina Katherin Gallardo Bernaldes tiene un índice de similitud de 14 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Tarapoto, a los 11 días del mes de diciembre del año 2023



Kelita Guillen López

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En san Martín, Tarapoto, Morales, a los 11 día(s) del mes de diciembre del año 2023 siendo las 9:00 horas se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión campus Tarapoto, bajo la dirección del (de la) Presidente(a): **Dr. Mario Manuel Siles Nates** el (la) secretario(a): **Mtro. Robin Alexander Díaz Saavedra**; los demás miembros, **Dr. José Joel Cruz Tarrillo**; **David Troya Palomino** y el asesor(a): **Mtra. Kelita Guillen López**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

“Calidad de servicio y fidelización del cliente: Un estudio en un minimarket de la región de San Martín - Perú”

de los (las) bachiller (es): a) **Max Pinedo Flores**, b) **Gina Katherin Gallardo Bernales** c), Conducente a la obtención del título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato (a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancias escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): **Max Pinedo Flores**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	15	B-	BUENO	MUY BUENO

Bachiller (b): **Gina Katherin Gallardo Bernales**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	15	B-	BUENO	MUY BUENO

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Finalmente, el Presidente del jurado invito al (a la) / (los) (las) candidato (a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

.....
Presidente/a


.....
Secretario/a

.....
Asesor

.....
Miembro

.....
Miembro

.....
Bachiller (a)

.....
Bachiller (b)

.....
Bachiller (c)

Esta sustentación fue realizada de manera virtual u online sincrónica, conforme al Reglamento General de Grados y Títulos.

Resumen

La calidad de servicio se refiere a la capacidad de una organización para satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes, en cuanto a la fidelidad del cliente se refiere a la lealtad y compromiso del cliente hacia una marca, producto o servicio, lo que se traduce en compras repetidas y una relación a largo plazo; este estudio se propuso como objetivo general determinar la relación entre calidad de servicio y fidelización del cliente en un Minimarkets de la región San Martín - Perú. Teniendo como enfoque del estudio cuantitativo, de tipo básica, de diseño no experimental de corte transversal y nivel descriptivo - correlacional. Para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta; se contó con la participación de 210 clientes, utilizando un muestreo no probabilístico. Los resultados determinaron que la calidad de servicio y la fidelización del cliente muestran ($p\text{-valor}=0.000$; $Rho\ Spearman=0.518^{**}$) lo que indica que existe relación significativa y que las variables tienen una relación positiva considerable se concluye que los esfuerzos que se realicen para mejorar la calidad de servicio impactaran de manera proporcional en la fidelización de los clientes.

Palabras clave: Calidad, servicio, fidelización, elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, empatía.

Abstract

Service quality refers to an organization's ability to meet the expectations and needs of its customers, while customer loyalty refers to the loyalty and commitment of the customer to a brand, product, or service, resulting in repeat purchases and a long-term relationship. This study aimed to determine the relationship between service quality and customer loyalty in a minimarket in the San Martín region of Peru. The study had a quantitative approach, basic type, non-experimental cross-sectional design, and a descriptive-correlational level. Survey technique was used for data collection, with the participation of 210 customers using non-probabilistic sampling. The results revealed that service quality and customer loyalty show a significant relationship ($p\text{-value}=0.000$; Spearman $Rho=0.518^{**}$), indicating a considerable positive relationship. It is concluded that efforts to improve service quality will proportionally impact customer loyalty.

Keywords: Quality, service, loyalty, tangible elements, reliability, security, empathy.