



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

La Imagen corporativa y su relación con la Fidelización de los clientes de  
la Pollería CHicken King de Trujillo, año 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

Lozano Sánchez Franz Eyner

**ASESORES:**

Mg. Aguilar Aragón Nancy Deifilia

Mg. Ugarriza Gross Gustavo

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**TRUJILLO – PERÚ**

**2017**

**PÁGINA DEL JURADO**

---

**Mg. Aguilar Aragón Nancy Deifilia**  
**PRESIDENTA**

---

**Mg. Baltodano Nontol Luz Alicia**  
**SECRETARIA**

---

**Mg. Caballero Mujica Waldo**  
**VOCAL**

## DEDICATORIA

A Dios por regalarme un día más de vida, por el amor infinito que me da cada día y por guiar mis pasos por el camino del bien, ya que, siempre estuvo ahí cuidándome, protegiéndome y que gracias a él podré cumplir con todos mis objetivos y así alcanzar mis sueños.

A mi padre, Pedro Lozano y a mi madre María Sánchez por su apoyo, cariño incondicional, su comprensión y por el inmenso esfuerzo que hacen en apoyarme en la culminación de mi carrera, a mis hermanos Roxana, Laura, Alicia, Edward, Alexis y Zully por su cariño y por sus consejos que me dieron en cada momento de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por iluminar mi camino y por haberme dado las fuerzas necesarias para seguir adelante y así poder culminar satisfactoriamente el proyecto y desarrollo de Tesis.

A mis padres que nunca me abandonaron en el transcurso de toda mi carrera, por su apoyo incondicional en el proceso y aplicación de la presente tesis.

A la profesora, Aguilar Aragón Nancy Deifilia por su paciencia, su dedicación, por sus enseñanzas y sus críticas en todo el proceso que me ha llevado elaborar mi trabajo de investigación.

También me gustaría agradecer al profesor Ugarriza Gross Gustavo por orientarme, apoyarme y sobre todo por brindarme todo su conocimiento para consecución de la presente investigación.

Agradezco también al Gerente Propietario de la Pollería CHicken King, Zanini Victor por aceptar que realice mi investigación en su reconocida Pollería y a la misma vez por brindarme toda la información requerida para el desarrollo de mi Tesis.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Lozano Sánchez Franz Eyner con DNI N° 47191848, autorizo a la Universidad César Vallejo a publicar el presente trabajo de investigación si así lo cree conveniente.

Asimismo, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en esta tesis son auténticos y veraces.

En total sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, julio del 2017.

.....  
**FRANZ EYNER LOZANO SÁNCHEZ**  
**DNI 47191848**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: La Imagen corporativa y su relación con la Fidelización de los clientes de la Pollería CHicken King de Trujillo, año 2017; la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con todos los requisitos de aprobación para poder obtener el Título Profesional de Licenciado de Administración.

La información se ha estructurado en siete capítulos que se distribuyen de la siguiente manera: Capítulo I, se describe la introducción; Capítulo II, se describe el Método de investigación; Capítulo III, se describen los resultados de la investigación obtenida; Capítulo IV, se desarrolla la discusión de resultados; Capítulo V, se realiza las conclusiones de la investigación; Capítulo VI, se determina las recomendaciones y en el Capítulo VII, se describen las referencias bibliográficas y anexos de la investigación.

**El autor**

## RESUMEN

Cada vez son más las empresas que desarrollan estrategias de marketing para mejorar la imagen corporativa y la fidelización de los clientes, es por eso que esta investigación se centra en la Relación de la Imagen corporativa y la fidelización de los clientes de pollería CHicken King de Trujillo, año 2017. Este presente trabajo tiene como finalidad Determinar la manera en que se relaciona la Imagen corporativa y la fidelización de los clientes. El diseño de esta investigación es no experimental de corte transversal, descriptiva y correlacional. La población es infinita por lo cual se aplicó una formula estadística dando como resultado una muestra de 246 clientes a encuestar. Para la recolección de datos de ambas variables se utilizó la técnica de encuesta aplicando como instrumento un cuestionario. Las conclusiones más importantes fueron que se obtuvieron que la relación entre la imagen corporativa y la fidelización de los clientes es de 0.926 lo cual significa que existe una relación positiva fuerte, al mismo tiempo se obtiene una percepción de la imagen corporativa de 34%, también se muestra en los resultados que la pollería no está prestando la debida atención en mejorar la infraestructura del local, tampoco se encarga de mejorar el servicio al cliente.

**Palabras claves:** Imagen corporativa y fidelización de los clientes

## **ABSTRACT**

More and more companies are developing marketing strategies to improve corporate image and customer loyalty, which is why this research focuses on the relationship of corporate image and customer loyalty of the moth. King of Trujillo of CHicken, Year 2017. This work of the present aims to determine the way in which the corporate image is related and customer loyalty. The design of this research is not experimental cross-sectional, descriptive and correlational. The population is infinite so a statistical formula is applied resulting in a sample of 246 clients to be surveyed. The techniques of data collection are from the surveys for both variables under study. The most important conclusions were those that obtained that the poultry is not paying due attention in improving the infrastructure of the premises, nor it is responsible for improving the service to the client.

**Keywords:** Corporate image and customer loyalty



## ÍNDICE

Página del jurado .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Declaración de Autenticidad .....	iv
Presentación .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Realidad Problemática .....	1
1.2 Trabajos Previos .....	2
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	12
1.3.1 Imagen Corporativa .....	12
1.3.2 Fidelización de los clientes .....	22
1.4 Formulación del problema .....	32
1.5 Justificación del estudio .....	32
1.6 Hipótesis .....	33
1.7 Objetivos .....	34
<b>II. MÉTODO</b>	
2.1 Tipo de investigación.....	34
2.2 Diseño de investigación .....	34
2.3 Operacionalización de Variables .....	42
2.4 Población y muestra .....	44
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	45
2.6 Métodos de análisis de datos .....	45
2.7 Aspectos éticos .....	46

<b>III.</b>	<b>RESULTADOS</b>	
	3.1 Resultados de la medición de la Imagen corporativa de la Pollería CHicken King de Trujillo, año 2017 .....	47
	3.2 Resultados de la medición de la Fidelización de los clientes de la Pollería CHicken King de Trujillo, año 2017 .....	53
	3.3 Resultado de la relación entre la Imagen corporativa y la Fidelización de los clientes de la Pollería CHicken King de Trujillo, año 2017 .....	56
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIÓN.....</b>	<b>57</b>
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIÓN.....</b>	<b>59</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>60</b>
<b>VII.</b>	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>61</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>63</b>