



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“La imagen empresarial y su influencia en la fidelización de los clientes de
Las 200 Millas II en Huaraz, 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA

EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

CASTRO CÓRDOVA PAOLA ALEXANDRA

ASESOR:

Dr. BUSTAMANTE CABELLO JULIO CESAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

HUARAZ – PERÚ

2017

Página del Jurado



Dr. Bustamante Cabello Julio Cesar
Presidente



Dra. Moore Torres Rosa Karol
Secretaria



Lic. Olcese Felipe Renzo Antonio
Vocal

Dedicatoria

A Dios y a la Virgen de Copacabana,

Que siempre guían mi camino, me bendicen y me dan fuerzas para lograr mis objetivos.

A mi madre,

Que siempre me brinda su apoyo y amor incondicional todos los días de mi vida.

A mi abuela,

Que con su carácter fuerte y tenaz moldea mi conducta para saber actuar frente a las adversidades que la vida me pone.

A mi padre,

Que, aunque no llevo su sangre, me ama como a una hija y siempre me hace sentir importante y capaz de lograr lo que me proponga.

A mis hermanos,

A ellos por la motivación de día con día, con su sonrisa me ayudan a evitar el estrés y dar lo mejor de mí.

La autora.

Agradecimiento

En el presente trabajo de tesis, en primer lugar, me gustaría agradecerte a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mis asesores de tesis por su esfuerzo y dedicación, quienes con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación han logrado que culmine este estudio satisfactoriamente.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todos sus buenos deseos.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Paola Alexandra Castro Córdova, con DNI N° 72087087 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 toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal 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.

Huaraz, 19 de diciembre de 2017



Paola Alexandra Castro Córdova

Tesista

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada “La imagen empresarial y su influencia en la fidelización de los clientes de Las 200 Millas II en Huaraz, 2017”, con la finalidad de determinar la influencia de la imagen empresarial en la fidelización de los clientes de la cevichería “Las 200 Millas II” en la ciudad de Huaraz, en el año 2017; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora.

Índice

PÁGINAS PRELIMINARES

Página de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii

RESUMEN	ix
----------------	----

ABSTRACT	x
-----------------	---

I. INTRODUCCIÓN	11
------------------------	-----------

1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.4. Formulación del problema	39
1.5. Justificación del estudio	39
1.6. Hipótesis	40
1.7. Objetivos	40

II. MÉTODO	42
-------------------	-----------

2.1. Diseño de la investigación	43
2.2. Variables y operacionalización	44

2.3. Población y Muestra	47
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
2.5. Métodos de Investigación	49
2.6. Aspectos éticos	50
III. RESULTADOS	51
IV. DISCUSION	66
V. CONCLUSIONES	71
VI. RECOMENDACIONES	74
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXOS	

RESUMEN

La investigación denominada **“La imagen empresarial y su influencia en la fidelización de los clientes de Las 200 Millas II en Huaraz, 2017”** tuvo por finalidad explicar la influencia de la imagen empresarial en la fidelización de los clientes. El tipo de estudio fue descriptivo - Causal, con un diseño de investigación no experimental. Tuvo una población conformada por 37 personas pertenecientes a la cartera de clientes de la cevichería “Las 200 Millas II” y una muestra de censal, a quienes se les aplicó un cuestionario para recoger información de las variables de estudio. Los resultados obtenidos determinaron la influencia de la imagen empresarial en la fidelización de los clientes de la cevichería “Las 200 Millas II” en el 2017, concluyéndose que la imagen empresarial es positiva influyendo en un 51.4% a la fidelización que es alta. Finalmente, se comprobó que, si existe influencia de la imagen empresarial en la fidelización de los clientes, mediante la prueba ETA, lo cual afirma la hipótesis alternativa que exponía: “La imagen empresarial influye en la fidelización de los clientes de la cevichería “Las 200 Millas II” en el 2017”.

Palabras claves: imagen empresarial y fidelización del cliente.

ABSTRACT

The research called "**The business image and its influence on customer loyalty of Las 200 Millas II in Huaraz, 2017**" was aimed at the influence of the business image in customer loyalty. The type of study was descriptive - Causal, with a non-experimental research design. It had a population made up of 37 people belonging to the client portfolio of the "Las 200 Millas II" cevicheria and a census sample, who rush to the questionnaire to collect information on the study variables. The results determined the influence of the business image in the loyalty of the customers of the cevichería "The 200 Miles II" in 2017, concluding that the business image is positive, influencing 51.4% to the loyalty that is high. Finally, it was verified that, if there is the influence of the business image in customer loyalty, through the ETA test, which affirms the alternative hypothesis that stated: "The business image influences the loyalty of customers of the cevichería " Las 200 Millas II" in 2017".

Keywords: business image and customer loyalty.