



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Imagen corporativa y fidelización del cliente de la discoteca Club Camaleón de la ciudad de Trujillo - 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORAS

Paredes López, Saira.

Saldaña Zolórzano, Brenda Elizabeth.

ASESORA METODÓLOGA

Mg. Alva Morales Jenny.

ASESOR ESPECIALISTA

Dr. Guevara Ramírez José.


LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

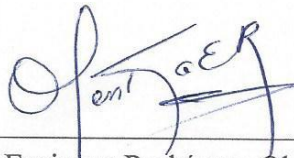
Trujillo - Perú

2018

Página del jurado



Dr. Guevara Ramírez José
PRESIDENTE



Dra. Espinoza Rodríguez Olenka
SECRETARIA



Mg. Alva Morales Jenny.
VOCAL

Dedicatoria

A Dios por haberme dado la vida, la fortaleza salir adelante ante cualquier obstáculos, la oportunidad de tener en mí camino experiencias buenas y malas logrando crecer como persona.

A las dos personas que más amo y admiro en el mundo, mis padres, por haber hecho a una mujer con valores, principios, ganas de superarse. A Karina, Sandra y Carlos, mis hermanos, mis primeros cómplices de travesuras, gracias por enseñarme que juntos todo es más fácil.

A mi hermoso Gael, por ser la personita más importante en mi vida, ser la felicidad de cada uno de nosotros, gracias por enseñarme la maravillosa experiencia que implica ser tía de un niño tan inteligente. Este trabajo es para mí hermosa familia.

A Alessandra Pretell, mi compañera universitaria, por haber estado conmigo en la buenas y malas, por darle a mi vida personal y universitaria recuerdos imborrables, gracias por ser mi cómplice y por cuidarme siempre; también para mis amigos, hermanos de otra madre, por alentarme a seguir adelante a pesar de cualquier obstáculo, esto también va para ustedes.

Brenda Saldaña

A Dios por darme un día más de vida, por estar siempre a mi lado y aún más cuando lo necesito, y sobre todo por guiar mis pasos, y por enseñarme a afrontar cada obstáculo que se me presenta en el camino.

A mis padres, la razón de mi existencia y el motivo para continuar cumpliendo mis metas; a María, mi segunda mamá, quien me brindó su apoyo incondicional y constante; a Magally, Segundo y Kelly, mis personas favoritas con quien he disfrutado momentos inolvidables..

A mis pequeñas Mariel y Daniela, mis primeras sobrinas, a quienes amo incondicionalmente a pesar de sus travesuras y locuras. Esto va para ustedes que hacen que todo valga la pena.

A mis abuelos, Fidel y Rita, mis ángeles, mis protectores de vida; Isidora, mi abuela quien estimo mucho; Serafín y Victoria, los mejores abuelos del mundo. Los amo a cada uno de ustedes.

Saira Paredes

Agradecimiento

A mis docentes, la Dra Olenka Espinoza y la Mg. Jenny Alva Morales, por haberme ayudado en el asesoramiento de esta investigación; al profesor José Guevara por los enseñanzas compartidas en la vida profesional y personal , por su apoyo, por las correcciones cuando era necesario y por su bella amistad. A todos los docentes en general por haber aportado con un granito arena en nuestro desarrollo profesional para poder llegar a esta meta.

Las autoras

Declaratoria de autenticidad

Yo, Paredes López, Saira con DNI N° 48863223 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presente 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.

Así mismo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si lo cree conveniente.

Trujillo, diciembre 2018



Paredes López, Saira.

DNI: 48863223

Declaratoria de autenticidad

Yo, Saldaña Zolórzano Brenda Elizabeth con DNI N° 48389495 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro 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 Cesar Vallejo.

Así mismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si lo cree conveniente.

Trujillo, diciembre 2018



Saldaña Zolórzano Brenda Elizabeth
DNI: 48389495

Presentación

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulado imagen corporativa y fidelización del cliente de la discoteca Club Camaleón S.A.C, con el propósito de evaluar la relación de imagen corporativa y la fidelización del cliente de la discoteca Camaleón Club S.A.C de la ciudad de Trujillo, en cumplimiento de Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título profesional de Licenciada en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Las Autoras.

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	v
Declaración de autenticidad.....	vi
Presentación.....	viii
Índice	ix
Resumen	xi
Abstract.....	xii
I. Introducción	xiii
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajo Previos.....	16
1.3. Teorías relacionadas	20
1.3.1. Imagen.....	20
1.3.1.1. Definición.....	20
1.3.1.2. Tipos de imagen.....	21
1.3.2. Imagen corporativa.....	22
1.3.2.1. Definición.....	22
1.3.2.2. Elementos que componen la imagen corporativa.....	23
1.3.2.3. Niveles de desarrollo de la imagen corporativa.....	24
1.3.2.4. Atributos de la imagen corporativa	24
1.3.2. Fidelización	25
1.3.2.1. Definición.....	25
1.3.3. Fidelización del cliente.....	25
1.3.3.1. Definición.....	25
1.3.3.2. Dimensiones de la fidelización del cliente	26
1.3.4. Formulación del problema.	27
1.4. Justificación.....	27
1.4.1. Conveniencia.....	27
1.4.2. Relevancia social.....	27
1.4.3. Implicaciones prácticas.....	27

1.5.	Hipótesis	28
1.6.	Objetivos.....	28
1.6.1.	Objetivo general.	28
1.6.2.	Objetivos específicos.	28
II.	Método	29
2.1.	Diseño de la investigación.....	30
2.2.	Esquema de diseño:	30
2.3.	Variables, Operacionalización.....	31
2.3.1.	Variable.	31
2.1.1.	Operacionalización de Variables.....	32
2.4.	Población y muestra.	33
2.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez.....	34
2.6.	Método de análisis de datos.....	36
III.	Resultados.....	37
IV.	Discusión	44
V.	Conclusiones.....	49
VI.	Recomendaciones	52
III.	Referencias	55
Anexos		

Resumen

La investigación se centra en la relación de la imagen corporativa y fidelización del cliente de la discoteca Club Camaleón de la ciudad de Trujillo – 2018. Este presente trabajo tiene como finalidad determinar la relación entre imagen corporativa y fidelización del cliente. El diseño de esta investigación es no experimental de corte transversal, descriptiva y correlacional. La población fue recopilada de INEI, son las personas que oscilan entre los 18 y 37 años; la muestra es de 384 clientes que asisten a dicha discoteca. Para la recopilación de datos de ambas variables se utilizó la técnica la encuesta, aplicando como instrumento un cuestionario. Los resultados más resaltantes fueron; el nivel de imagen corporativa de la discoteca Club Camaleón de la ciudad de Trujillo – 2018 se consideró 53% un nivel medio, un 43% alto y un 4% como baja; el nivel de fidelización de los clientes la discoteca Club Camaleón de la ciudad de Trujillo – 2018 se considera con 49% un nivel medio, un 28% considera que tienen una imagen alta y un 22% como baja y la relación entre imagen corporativa y la fidelización del cliente es de 0.709 lo cual significa que existe relación positiva alta, también se muestra en los resultados que la discoteca está mostrando interés en la imagen y asimismo en fidelizar a sus clientes.

Palabras claves: Imagen corporativa, fidelización del cliente, identidad, comunicación, diferenciación.

Abstract

The research focuses on the relationship of the corporate image and customer loyalty of Club Camaleón nightclub in the city of Trujillo - 2018. This work aims to determine the relationship between corporate image and customer loyalty. The design of this research is non-experimental, cross-sectional, descriptive and correlational. The population was collected from INEI, are people who range between 18 and 37 years; the sample is of 384 clients that attend this discotheque. For the data collection of both variables, the survey technique was used, applying as a tool a questionnaire. The most outstanding results were; the level of corporate image of Club Camaleón nightclub in the city of Trujillo - 2018 was considered 53% medium level, 43% high and 4% low; The level of loyalty of customers Club Camaleón nightclub in the city of Trujillo - 2018 is considered with an average level of 49%, 28% considered to have a high image and 22% as low and the relationship between corporate image and the customer loyalty is 0.709 which means that there is a high positive relationship, it is also shown in the results that the club is showing interest in the image and also in loyalty to its customers.

Keywords: Corporate image, customer loyalty, identity, communication, differentiation.