



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN

“Fidelización del cliente en las florerías Dalí y D’Lirios, San Juan de
Miraflores, 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORA

Ruiz Ojeda Katherin Marytha

ASESOR

Mg. Paca Pantigoso Flabio Romeo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

LIMA - PERU

Año 2016 - II

PAGINA DEL JURADO

Presidente

Secretario

Vocal

Este trabajo está dedicado a mis padres quienes con todo su esfuerzo lograron que yo continuara estudiando y a personas que me apoyaron para que yo pueda lograrlo.

Agradezco encarecidamente a Dios, quien es el principal motivo de todo proyecto que me propongo en la vida, porque fue gracias a Él que tuve la fuerza y la inteligencia emocional necesaria para levantarme cuando estuve a punto de darme por vencida, y fue Él quien me enseñó que la vida es una constante lucha.

Un agradecimiento especial a los profesores Flabio Paca y Miguel Perez, quienes fueron las principales guías para que este proyecto se vaya fortaleciendo con el paso de las etapas y así sea un gran aporte para los lectores.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo **RUIZ OJEDA , KATHERIN MARYTHA** con **DNI Nº 76045461**, 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 de Administración de Empresas, 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.

Lima, 22 de Noviembre del 2015

Katherin Marytha Ruiz Ojeda

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada "Fidelización del Cliente en las Florerías Dalí y D'irios, San Juan de Miraflores, 2016" la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración de empresas.

KATHERIN MARYTHA RUIZ OJEDA

ÍNDICE

Página del jurado
Dedicatoria
Agradecimiento
Declaratoria de autenticidad
Presentación

ÍNDICE	vii
RESUMEN.....	
ABSTRAC.....	
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2 TRABAJOS PREVIOS.....	3
1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....	11
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	17
1.6 HIPÓTESIS	18
1.7 OBJETIVOS	19
II . MÉTODO.....	20
2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	20
2.2 VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	21
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	22
2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	22
2.5 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	25
2.6 ASPECTOS ÉTICOS.....	26
III. RESULTADOS.....	27

IV. DISCUSIÓN.....	36
V. CONCLUSIÓN.....	44
VI. RECOMENDACIONES.....	46
VII. REFERENCIAS	48
VIII. ANEXOS	50

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue el de determinar las diferencias respecto a la fidelización de las florerías Dalí y D´Lirios de San Juan de Miraflores en el año 2016. Así también esta investigación es de tipo descriptivo – comparativo, de corte transversal, enfoque cuantitativo de diseño no experimental. Así mismo se utilizaron los fundamentos de Casanova y Barrera, Idelfonso, Weilbacher y Woolf. La población estuvo conformada por 40 y 36 clientes fieles de la florería Dalí y D´Lirios respectivamente, siendo así un total de 76 personas. Por otro lado los datos fueron recolectados y procesados en el software SPSS 22. se pudo observar que la florería D´Lirios superó en todo los aspectos a la florería Dalí, mostrando los clientes un nivel de muy satisfechos en un 27,8% para la primera florería , mientras que para Dalí en un nivel de 20% Así también se llegó a la conclusión de que no se demuestra la hipótesis general de que “existen diferencias respecto a la fidelización de los clientes de las florerías Dalí y D´Lirios, San Juan de Miraflores, 2016”, puesto a que la prueba de Chi Cuadrado indicó que no hay diferencia significativa.

Palabras Claves: Fidelidad, satisfechos, florerías

ABSTRAC

The objective of the present research is the objective of determining the differences regarding the loyalty of the florists Dalí and D'Lirios of San Juan de Miraflores in the year 2016. So also this research is descriptive - comparative type, cross-sectional , Quantitative approach of non-experimental design. Likewise we used the foundations of Casanova and Barrera, Idelfonso, Weilbacher and Woolf. The population was made up of 40 and 36 loyal customers of the florist Dalí and D'Lirios respectively, making a total of 76 people. On the other hand the data were collected and processed in SPSS 22 software. It was observed that there is no greater difference in the levels of satisfaction of the clients loyalty of the two florists; Save the difference in the level of very satisfied, where the florist D'Lirios has 27.8% of loyal customers who are very satisfied and the flowering Dali which only has 20.0% of very satisfied. It was also concluded that there is no demonstration of the general hypothesis that "there are differences regarding the loyalty of clients of the Florists Dalí and D'Lirios, San Juan de Miraflores, 2016", since the Chi test Cuadrado indicated that there is no significant difference.

Keywords: Fidelity, satisfied, florists