



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**NIVEL DE LEALTAD DE LOS CLIENTES DE LA  
EMPRESA DOLPHINS DE LA CIUDAD DE  
CHIMBOTE EN EL AÑO 2015**

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

**AUTOR**  
**GLENDIA GERALDINE CHACALTANA VALDIVIEZO**

**ASESOR**  
**LUIS ENRIQUE RAMÍREZ SALINAS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
**MARKETING**

**TRUJILLO – PERÚ**

**2015**

## **PÁGINA DEL JURADO**

.....  
**Mg. Luis Ramírez Salinas**  
**PRESIDENTE**

.....  
**Lic. Luz Baltodano Nontol**  
**SECRETARIA**

.....  
**Mg. Alexander Zavaleta Núñez**  
**VOCAL**

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, por iluminarme en la vida.

A mi madre quien me dio su apoyo incondicional todo el tiempo.

A mis hermanos quienes son un ejemplo a seguir como personas y profesionales,  
les estaré siempre agradecida por su apoyo incondicional.

A mis familiares y amigos quienes fueron un gran apoyo emocional durante el  
tiempo que escribía mi tesis.

A mis maestros quienes me enseñaron a ser perseverante y nunca rendirme, a  
ellos que siguen depositando su confianza en mí.

A todos lo que me apoyaron para escribir esta tesis.

## AGRADECIMIENTO

A Dios,

A mi familia que me apoyaron en el proceso de mi formación profesional.

A mis asesores, Luis Ramírez Salinas y Miguel Pinglo Bazán quienes con su exigencia y ayuda hicieron posible esta investigación.

A la Universidad César Vallejo en singular a la Facultad de Ciencias Empresariales por permitirme ser parte de una generación de triunfadores en el país.

## DEDICATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Glenda Geraldine Chacaltana Valdiviezo con DNI N° 47848967, afecto 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, declaro bajo el juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo el 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 y 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, Diciembre de 2015

---

GLENDIA GERALDINE CHACALTANA VALDIVIEZO  
DNI: 47848967

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la Tesis Titulada “Nivel de lealtad de los clientes de la empresa Dolphins de la ciudad de Chimbote en el año 2015”, con la finalidad de medir el grado de lealtad de los clientes, determinar si la lealtad varía en función del género, edad, ocupación, estado civil y antigüedad de los clientes y proponer algunas recomendaciones a la empresa Dolphins para que conserven a su clientes. En el capítulo 1 se habla de la realidad problemática de la empresa, trabajos previos relacionados a la investigación y se presenta una revisión bibliográfica de los temas principales sobre lealtad del cliente; capítulo 2 se formula el problema de investigación, se justifica el estudio, se plantea la hipótesis y los objetivos específicos y generales de la investigación; capítulo 3 se plantea el diseño de investigación, la variable de estudio, se obtiene la muestra de estudio y la técnica e instrumento con que fueron recolectados los datos; capítulo 4 se presenta los resultados de la investigación; capítulo 5 se presenta la discusión de los resultados; capítulo 6 se presentan las conclusiones; y en el capítulo 7 se presentan las recomendaciones.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Atentamente,

La Autora.

## ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	iv
PRESENTACIÓN.....	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad problemática.....	1
1.2 Trabajos previos.....	2
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	4
1.4 Formulación del problema.....	10
1.5 Justificación del estudio.....	10
1.6 Hipótesis.....	11
1.7 Objetivos.....	11
II. MÉTODO.....	12
2.1 Diseño de investigación.....	12
2.2 Variables, operacionalización.....	12
2.3 Población y muestra.....	13
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	14
2.5 Métodos de análisis de datos.....	14
2.6 Aspectos éticos.....	14
III. RESULTADOS.....	15
IV. DISCUSIÓN.....	19
V. CONCLUSIÓN.....	23
VI. RECOMENDACIONES.....	24
VII. REFERENCIAS.....	25
ANEXO.....	26

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló con la finalidad de medir el nivel de lealtad de los clientes de la empresa Dolphins de la ciudad de Chimbote en el año 2015. El tipo de investigación es cualitativa-descriptiva. En la metodología, el tipo de estudio es orientado a la comprensión y el diseño de investigación es estudio de casos. Se trabajó con una población de estudio de 3700 clientes y la muestra de 205 clientes de la empresa Dolphins; la técnica que se empleó fue la encuesta y su instrumento un cuestionario confiable y debidamente validado para la variable lealtad del cliente, y se procesó la información a través del programa Microsoft Excel y SPSS. El objetivo general es medir el grado de lealtad de los clientes de la empresa Dolphins de la ciudad de Chimbote en el año 2015. Los resultados son presentados en tablas. Se midió la variable lealtad del cliente mediante las dimensiones satisfacción, calidad de servicio, precio, manejo de reclamos y confianza luego se clasificó en cinco niveles muy alto, alto, neutro, bajo y muy bajo. Dando como resultado que el nivel de lealtad de los clientes es alto con un valor medio de (4) para cada uno de las dimensiones de la lealtad. Por lo tanto se cumple con la teoría de la lealtad del cliente porque dice que la lealtad es la mentalidad de un cliente que tiene una actitud favorable hacia la empresa, recompran el producto/servicio de la empresa. Pearson (1996)

Palabras Clave: Lealtad del cliente, nivel de lealtad, recompran.



## ABSTRACT

This research is conducted in order to measure the level of customer loyalty company Dolphins city of Chimbote in 2015. The research is qualitative-descriptive. In the methodology, the type of study is aimed at understanding and research design is a case study. We worked with a study population of 3700 customers and 205 sample business customers Dolphins; the technique used was the survey instrument and a reliable and properly validated for variable customer loyalty questionnaire, and the information was processed through Microsoft Excel and SPSS. The overall objective is to measure the degree of customer loyalty company Dolphins city of Chimbote in 2015. The results are presented in tables. the variable customer loyalty size was measured by satisfaction, quality of service, price, we claim handling and confidence then was classified into five very high, high, moderate, low and very low levels. Resulting in the level of customer loyalty is high with an average value of (4) for each of the dimensions of loyalty. Therefore it complies with the theory of customer loyalty because it says that loyalty is the mentality of a client who has a favorable attitude towards the company repurchased the product / service of the company. Pearson (1996)

Keywords: customer loyalty, loyalty level, repurchase.