



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN.

**“INFLUENCIA DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LA
FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE LA POLLERÍA CESAR’S
CHIMBOTE - 2013.”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

SUYÓN GÁLVEZ JESÚS AUGUSTO.

ASESOR:

MG. ESPINOZA RODRÍGUEZ OLENKA.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO EMPRESARIAL

CHIMBOTE – PERÚ

2013

DEDICATORIA

En primer lugar le doy gracias a Dios por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Cesar Suyón Egúskuiza y Francisca Gálvez González por ser los pilares más importantes en mi vida y por demostrarme siempre su cariño, apoyo y comprensión sin importar nuestras diferencias de opinión.

A mi tío Mario José Gálvez González, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

A mi tía Celina Gálvez González, a quien quiero como una madre por compartir momentos significativos conmigo desde mi infancia hasta hoy en día y por siempre estar dispuesta a escucharme y darme su apoyo.

AGRADECIMIENTO

Para el desarrollo de la presente investigación he contado con el valioso apoyo desinteresado de diferentes personas, siendo grato retribuir a quienes por su orientación, tolerancia, consejos y motivación han permitido la realización del presente trabajo, hago extensiva el agradecimiento a la empresa Pollería Cesar's y a la persona administradora González Gonzales Loyda, quien acepto llevar a cabo el proyecto de investigación científica, brindándome la información necesaria para la realización de dicha investigación y también agradecer a todo el personal que labora en esta empresa, ya que siempre se mostraron dispuestos a brindarme toda la ayuda necesaria para el tema de desarrollo.

Expreso de igual forma mi mayor consideración y gratitud a todos mis profesores que me brindaron su apoyo constante durante el desarrollo de los aspectos puntuales necesarios para la ejecución del proyecto de investigación.

PRESENTACION

Señores Miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada: “Influencia del nivel de satisfacción en la fidelización de los clientes de la Pollería Cesar’s Chimbote – 2013” elaborada con la finalidad de determinar la influencia del nivel de satisfacción en la fidelización de los clientes de la Pollería Cesar’s Chimbote – 2013, cumplimiento del reglamento de grados, títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el título profesional de licenciado en Administración, esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Atentamente y respetuosamente

Suyón Gálvez Jesús

RESUMEN

La investigación de la tesis intitulada: "Influencia del nivel de satisfacción en la fidelización de los clientes de la Pollería Cesar's Chimbote - 2013", corresponde a explicar los efectos de los niveles de satisfacción en la fidelización de los clientes. Toda vez que el problema investigado sea: ¿Cuál es la influencia del nivel de satisfacción en la fidelización de los clientes de la Pollería Cesar's Chimbote – 2013?

Lo que se persigue en el desarrollo de la investigación es analizar la relación entre el nivel de satisfacción y la fidelización de los clientes, observando los aspectos significativos y esenciales de los niveles de satisfacción para llegar a incentivar la intención de compra de los consumidores.

Entre los objetivos planteados en la presente investigación se ha incluido como objetivo general determinar la influencia del nivel de satisfacción en la fidelización de los clientes de la Pollería Cesar's Chimbote – 2013. Por otro lado se determinó específicamente los niveles de satisfacción y a su vez los niveles de fidelización que presentan los clientes. Para finalmente, estimar un modelo determinado de la influencia del nivel de satisfacción en la fidelización de los clientes.

Para el análisis estadístico según la investigación de tipo y diseño explicativo, se utilizó las pruebas estadísticas Chi – cuadrado de Pearson para una sola muestra.

Luego de realizar el proceso de la investigación se han logrado las conclusiones, dentro de las cuales se ha considerado que los niveles de satisfacción tiende a un nivel medio, en cuanto a la Fidelización de los clientes se considera de igual manera un nivel medio.

La relación entre los niveles de satisfacción y la fidelización de los clientes no es significativa. Se concluye aceptando la hipótesis Nula: El nivel de satisfacción no tiene influencia significativa en la fidelización de los clientes de la Pollería Cesar's Chimbote – 2013.

ABSTRACT

The research thesis entitled "Influence of the level of satisfaction on customer loyalty to Cesar's Poultry Chimbote - 2013 " corresponds to explain the effects of the levels of satisfaction on customer loyalty . Given that the research problem is: What is the influence of satisfaction on customer loyalty to Cesar's Poultry Chimbote - 2013?

What is sought in the development of the research is to analyze the relationship between satisfaction and customer loyalty, noting the significant and essential levels of satisfaction issues for achieving encourage purchase intent of consumers.

Among the objectives in this research is included as a general objective to determine the influence of satisfaction on customer loyalty to Cesar's Poultry Chimbote - 2013. Moreover levels of satisfaction and in turn levels of customer loyalty that have specifically determined. To finally estimate a particular model of the influence of satisfaction on customer loyalty.

Pearson square for a single sample - for statistical analysis according to the type and explanatory research design, statistical tests used Chi.

After making the process of research findings have been achieved , within which it has been considered that the levels of satisfaction tends to medium , in terms of customer loyalty is considered equally medium.

The relationship between levels of satisfaction and customer loyalty is not significant. We conclude accepting the Null hypothesis: The level of satisfaction has no significant influence on customer loyalty of Cesar's Poultry Chimbote - by 2013.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Presentación.....	iii
Índice.....	vi
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v

1. INTRODUCCIÓN.....8

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. Realidad problemática.....	9
1.1.2. Formulación del problema.....	12
1.1.3. Justificación.....	13
1.1.4. Antecedentes.....	14
1.1.5. Objetivos.....	19
1.1.5.1. General.....	19
1.1.5.2. Especifico.....	19

1.2. MARCO REFERENCIAL

1.2.1. Marco teórico.....	20
1.2.1.1. Satisfacción.....	20
1.2.1.2. Factores importantes para satisfacer al cliente.....	21
1.2.1.3. Penetración en la mente.....	22
1.2.1.4. Notoriedad de la marca.....	22
1.2.1.5. Atributos del producto.....	24
1.2.1.6. Comportamiento del cliente.....	25
1.2.1.7. Factores psicológicos en el individuo.....	27
1.2.1.8. Influencias que afectan el comportamiento del consumidor.....	28
1.2.1.9. Roles de los consumidores en las compras.....	29

1.2.1.10. Tipos de comportamiento en la decisión de compra.....	35
1.2.1.11. La decisión de compra.....	36
1.2.1.12. El comportamiento después de la compra.....	38
1.2.1.13. Etapas del proceso de aceptación.....	39
1.2.1.14. Clientes actuales y potenciales.....	40
1.2.1.15. Características que afectan la conducta del consumidor.....	41
1.2.1.16. Estilos de vida.....	46
1.2.1.17. Lugares donde se compran los productos.....	48
1.2.1.18. Momentos cuando compran nuestros productos los clientes.....	48
1.2.1.19. El por qué los clientes potenciales no adquieren nuestro productos.....	49
1.2.1.20. Definición de fidelización.....	50
1.2.1.21. Maximización del consumo.....	51
1.2.1.22. Maximización de la satisfacción del consumidor.....	51
1.2.1.23. Aumento en el uso o consumo del producto.....	52
1.2.1.24. Fidelidad hacia la marca.....	53
1.2.1.25. Crear lealtad del cliente y su retención.....	55
1.2.1.26. Aumentar la participación.....	56
1.2.1.27. La venta y fidelización.....	57
1.2.2. Marco conceptual.....	59

2. Marco metodológico

2.1. Hipótesis.....	61
2.2. Variables.....	61
2.2.1. Definición conceptual.....	61
2.2.2. Definición operacional.....	61
2.3. Metodología.....	62

2.3.1. Tipo de estudio.....	62
2.3.2. Diseño.....	62
2.4. Población y muestra.....	62
2.5. Método de investigación.....	64
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	64
2.7. Métodos de análisis de datos.....	65
3. RESULTADOS.....	66
4. DISCUSION.....	93
5. CONCLUSIONES.....	97
6. SUGERENCIAS.....	98
7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	100
8. ANEXOS	