



## **“DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES PRINCIPALES QUE INFLUYEN EN LA LEALTAD DE LOS CLIENTES DE RESTAURANTES DE TALCA”**

**RENATO DÍAZ FERNÁNDEZ  
INGENIERO COMERCIAL MENCION ADMINISTRACIÓN**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

Los administradores de los restaurantes están conscientes de que los clientes leales son el fuerte de este tipo de negocios. Sin embargo, no conocen con certeza cuales son los principales factores que generan la lealtad. Lograr conocer estos factores es, por lo tanto, muy importante para este tipo de negocios, ya que tener clientes leales proporciona beneficios adicionales a la empresa, porque ellos son la fuente más importante de difusión del restaurante. Lograr que los administradores y propietarios de estos locales entiendan y conozcan lo que influye en la lealtad, les ayudará a mejorar las políticas de marketing, así como también sus expectativas de crecimiento y de permanencia en el mercado.

El presente estudio forma parte de una investigación a escala internacional, que trata el tema de la lealtad del consumidor en distintos sectores del mercado, como telefonía de larga distancia, destinaciones turísticas, líneas aéreas, entre otros. Consiste en la determinación de las principales variables que inciden en la lealtad del consumidor hacia la industria gastronómica de la ciudad de Talca, tomando como punto de partida, las investigaciones realizadas anteriormente, relacionadas con la lealtad hacia los servicios turísticos. Además, se estudia en particular, la existencia de alguna relación entre la personalidad del individuo y la lealtad.

La metodología implementada para llevar a cabo este estudio fue la encuesta, con la adaptación y aplicación del cuestionario de Vásquez (2001). Además, se le agregó la adaptación de la escala LOV (lista de valores), Kahle (1986), para tratar de aproximarnos a la personalidad del consumidor leal. El trabajo en terreno se realizó entre los meses de Septiembre y Octubre del año 2004. En el análisis de los resultados se utilizó el software estadístico SPSS 10.0. Se analizaron estadísticamente cuatro casos de estudio de restaurantes de la ciudad de Talca.

Una de las conclusiones principales que se obtuvieron fue que el constructo que se relaciona mayormente con la lealtad es la confianza que a la vez está altamente correlacionada con la satisfacción.