



Universidad ESAN

Título: El efecto de los valores culturales individuales en la efectividad de los programas de lealtad

Propuesta de tesis doctoral presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magíster en Investigación en Ciencias de la Administración por:

Christian Aste León

**PROGRAMA DE LA MAESTRÍA DE INVESTIGACIÓN EN
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

Lima, 22 de agosto de 2018

El efecto de los valores culturales individuales en la efectividad de los programas de lealtad

Abstract (Español)

Los programas de lealtad (*loyalty programs* – LPs) son incentivo extrínsecos cuyo objetivo es generar en los consumidores una respuesta tanto comportamental (compra repetitiva) como actitudinal. A pesar de su proliferación, algunas investigaciones evidencian que los LPs no logran el objetivo de generar lealtad en el consumidor y el debate se mantiene sobre cómo estas estrategias deben adaptarse a los distintos mercados en lo que operan.

Por una parte, amplia variedad de estudios han abordado la efectividad de los LPs sobre la base de su diseño. Una especial atención han cobrado, no solo los LPs lineales o el uso de premios como recompensas, sino los LPs jerárquicos (multinivel) y las recompensas enmarcadas en trato preferente. Por otra parte, los rasgos culturales impactan en el comportamiento del consumidor, en tanto estos son como un tamiz que determina la manera como las estrategias de marketing son interpretadas. Es así que la presente investigación examinará el impacto de la orientación de los valores culturales del consumidor, y buscará comprender en qué medida y cómo estos influyen en la efectividad del diseño de los LPs.

Esta investigación aportará a la literatura de los LPs en primer término porque permitirá identificar cuáles son los rasgos culturales y el perfil de consumidor en el que un determinado diseño tenga mejor resultado. Y en segundo término, podrá ser una guía para las empresas que se dirigen a públicos con valores culturales distintos.

Keywords: Programas de Lealtad, Valores culturales individuales, Programas de lealtad jerárquicos, Programas de lealtad lineales, beneficios hedónicos/utilitarios