

Influencia de la confianza directiva y el compromiso de los empleados como determinantes de la lealtad y fidelización del cliente a través de las redes sociales en las relaciones contractuales prepago en operadoras de Telefonía Móvil.

RESUMEN

Esta tesis doctoral se centra en la identificación de como la confianza que los empleados de una organización tienen sobre sus directivos ejerce influencia sobre la lealtad de los mismos y estos a su vez en la fidelización del cliente a través del marketing de relaciones y de influencia a través de las redes sociales, midiéndose en las relaciones contractuales prepago (es decir sin compromiso contractual de obligado cumplimiento) con sus clientes en España.

Mostrando que la existencia de mayores niveles de confianza y por tanto de compromiso y lealtad por parte de los empleados con cada vez mayor presencia en redes sociales, de las operadoras, con cada vez mayor presencia en redes sociales y como esto puede alterar su posición competitiva.

A través de varios estudios y siguiendo la metodología de Concept Mapping con análisis clúster, al objeto de obtener la información necesaria fundamentalmente de tipo cualitativo, se ha podido obtener e identificar aquellos niveles de afectación en las relaciones empleados-subordinado y su afectación con el cliente final (es decir con repercusión en la competitividad de las operadoras de telefonía móvil).

En un primer estadio analizo los motivos de lealtad de los clientes con la operadora, identificando las principales dimensiones y a continuación, en un segundo estudio identifico las principales razones de desconexión de anteriores operadoras, identificando sus dimensiones con las variables anteriormente descritas.