



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE MARKETING Y SU
RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL
CLIENTE EN LA EMPRESA AJEPER S.A LIMA, 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

GUEVARA CRUZADO ANDREA

ASESOR:

DR. RODRIGUEZ FIGUEROA JORGE

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:
MARKETING**

LIMA – PERU

2016

PÁGINA DEL JURADO

.....
PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi familia: mis padres Luis Guevara y Irma Cruzado, mis hermanas Carina y Geraldin y a mi sobrino Oscar Luis, sin ustedes no hubiera podido ver lo hermoso de la vida y gracias por creer en mí pese a todos los obstáculos que se presentaron en los momentos de cursar los cinco años de la carrera, y por el apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que hicieron posible este trabajo de investigación, en especial a mi asesor el Dr. Rodríguez Figueroa Jorge, además agradezco por su paciencia que tuvieron al momento de impartir sus cátedras.

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, Andrea Lizeth Guevara Cruzado con DNI N° 46722435, a efecto 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 juramento que la tesis titulada “GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE MARKETING Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL CLIENTE EN LA EMPRESA AJEPER S.A LIMA, 2016” y toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo 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 u 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.

Lima, Julio del 2016

Andrea Lizeth Guevara Cruzado

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “GESTIÓN DE INFORMACIÓN DE MARKETING Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DEL CLIENTE EN LA EMPRESA AJEPER S.A LIMA, 2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Andrea Lizeth Guevara Cruzado

INDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
INDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	12
1.2. Trabajos previos	14
1.3. Teorías relacionadas con el tema	19
1.3.1. Gestión de Información de Marketing	19
1.3.1.1. Elementos de los Sistemas de Información de Marketing	20
1.3.1.2. Evolución de los Sistemas de Información de Marketing	22
1.3.2. Satisfacción del Servicio del Cliente	23
1.3.2.1. Elementos de la Satisfacción del Cliente	24
1.3.2.2. Niveles de Satisfacción del Cliente	24
1.3.2.3. Perspectiva de la Satisfacción del Cliente	25
1.4. Formulación del problema	26
1.4.1. Problema General	26
1.4.2. Problemas Específicos	26
1.5. Justificación del estudio	27
1.5.1. Social	27
1.5.2. Económico	27
1.5.3. Relevancia Teórico Práctico	27
1.6. Objetivos	27
1.6.1. Objetivo General	27
1.6.2. Objetivos Específicos	28
1.7. Hipótesis	28
1.7.1. Hipótesis General	28
1.7.2. Hipótesis Específicos	28
2. METODOLOGIA	29
2.1. Diseño, tipo y nivel de la investigación	30
2.1.1. Diseño de la investigación	30
2.1.2. Tipo de investigación	30

2.1.3. Nivel de la investigación	30
2.2. Variables, operacionalización	30
2.2.1. Gestión de Información de Marketing	30
2.2.1.1. Base de datos internas	31
2.2.1.2. Inteligencia Competitiva	31
2.2.1.3. Investigación de marketing	31
2.2.2. Satisfacción del Servicio del Cliente	31
2.2.2.1. Identificación de la Satisfacción del cliente	32
2.2.2.2. Elementos de la Satisfacción de Servicio del cliente	32
2.2.2.3. Determinación de los niveles de Satisfacción	32
2.3. Población y muestra	36
2.3.1. Población	36
2.3.2. Muestra	36
2.3.3. Muestreo	37
2.4. Técnica e Instrumento de Recolección de datos	37
2.4.1. Técnica e Instrumento de Recolección de datos	37
2.4.2. Validez	37
2.4.3. Confiabilidad	38
2.5. Método de análisis de datos	39
2.6. Aspectos éticos	39
3. RESULTADOS	40
3.1. Prueba de normalidad	41
3.2. Prueba de Hipótesis	42
3.2.1. Contratación y Correlación de la Hipótesis General	42
3.2.2. Contratación y Correlación de la Hipótesis Específicas	43
3.3. Análisis Descriptivos	46
3.4. Grado de Correlación	52
4. DISCUSIÓN	53
5. CONCLUSIONES	60
6. RECOMENDACIONES	62
7. BIBLIOGRAFIA	64
ANEXOS	67

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal conocer la relación entre la gestión de información de marketing y la satisfacción del cliente, lo cual implicó la búsqueda de fuentes de información científica. La población objeto de estudio fueron 22 644 consumidores potenciales del Distrito de Carabaylo, ciudad de Lima, la muestra del estudio estuvo conformada por 378 trabajadores; para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Como instrumento el cuestionario compuesta de 20 preguntas en medición de escala de Likert, luego de ello estos resultados fueron procesado, analizados y estudiados mediante el programa de estadístico SPSS, gracias a ello se logró medir el nivel de confiabilidad de las preguntas mediante el uso del alfa de Crombach, asimismo para medir el nivel de correlación de las variables se usó la prueba de correlación de Pearson y por último se analizaron e interpretaron de forma individual los gráficos estadísticos obtenidos por cada pregunta. Finalmente se obtuvo resultados significativos para el estudio cuyo propósito es la de conocer que la Gestión de Información de Marketing tiene relación positiva y significativa con la Satisfacción del Servicio del Cliente en la empresa AJEPER S.A.

Palabras clave: marketing, satisfacción, cliente.

ABSTRACT

The present research has as main objective to know the relationship between the marketing information management and customer satisfaction, which meant finding sources of scientific information. The study population was 22 644 citizen of Carbayllo city, the study sample consisted of 378 citizen; Data collection for the survey technique was used. As an instrument the questionnaire composed of 20 questions measurement Likert scale, then it these results were processed, analyzed and studied by the program of statistical SPSS, as a result it was possible to measure the level of reliability of the questions using the Cronbach's alpha, also to measure the level of correlation of the variables the Spearman correlation test was used and finally analyzed and interpreted individually statistical graphs obtained for each question. Finally significant for the study results was obtained whose purpose is to know the positions valuation model has positive and significant relationship with marketing information management and customer satisfaction in AJEPER S.A Company.

Keywords: marketing, satisfaction, customer.