



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO:

**“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y FIDELIZACIÓN DE LOS
CLIENTES DE LA EMPRESA JCM-TARAPOTO, 2015”.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

RAMÍREZ DEL AGUILA JENRY BRAYAN

ASESOR:

Lic. TOMÁS ÁNGEL CARRASCO MANRÍQUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PLANIFICACIÓN

TARAPOTO – PERÚ

2015

Página del Jurado

LADY ARÉVALO ALVA

Presidente

KARLA MARTELL ALFARO

Vocal

TOMAS CARRASCO MANRIQUE

Secretario

Dedicatoria

A los zombis de todo el mundo, quienes han descubierto y que día a día nos enseñan que hay vida antes de la muerte.

A mi madre, que con su amor y enseñanza ha sembrado virtudes y valores que se necesitan para lograr comprender la esencia de la vida.

Agradecimiento

Agradezco también a mi padre, por su comprensión y paciencia con el tiempo que la tesis me demandó, por su apoyo y por sus palabras de aliento.

Agradezco a quienes han contribuido significativamente con esta investigación, confiando en mis capacidades y brindándome consejos cuando más lo necesitaba.

Declaratoria de autenticidad

Yo, RAMIREZ DEL AGUILA JENRY BRAYAN, con DNI N° 71736623, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de la Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que 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.

Tarapoto, diciembre del 2015.

RAMIREZ DEL AGUILA JENRY BRAYAN

DNI. 71736623

Presentación

Señores miembros del jurado Evaluador, presento ante ustedes la Tesis titulada ***“Planificación Estratégica y Fidelización de los Clientes de la Empresa JCM-Tarapoto, 2015”***, el cual tiene como finalidad determinar las características de la planificación estratégica y la fidelización de los clientes dentro de la empresa objeto en estudio, todo ello en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, con el objetivo de Obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, por todo ello espero de antemano cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor

Índice

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.4. Formulación del problema.....	29
1.5. Justificación del estudio.....	29
1.6. Hipótesis	29
1.7. Objetivos	30
II. MÉTODO	31
2.1. Diseño de investigación.....	31
2.2. Variables, operacionalización.....	31
2.3. Población y muestra.....	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.5. Métodos de análisis de datos	38
2.6. Aspectos éticos.....	38
III. RESULTADOS.....	39
IV. DISCUSIÓN.....	54
V. CONCLUSIÓN	56
VI. RECOMENDACIONES.....	58
VII. REFERENCIAS	59
ANEXOS	62
Anexo N° 01. Instrumentos Variable I.	63
Anexo N° 02. Instrumento de la Variable II	65

Anexo N° 03: Resultados de la variable I: Planificación estratégica.....	66
Anexo N° 04. Cuadro General Valorativo	71
Anexo N° 05. Validación de las dimensiones.....	72

Índice de tablas

Tabla N° 1: Variable 1. Dimensión: Elementos Filosóficos.....	39
Tabla N° 2: Variable 1. Dimensión: Elementos Analíticos.	41
Tabla N° 3: Variable 1. Dimensión: Elementos operativos	42
Tabla N° 4: Variable 1. Planificación estratégica.....	44
Tabla N° 5. Indicador Regalos	46
Tabla N° 6. Indicador Descuentos por volumen de compra	47
Tabla N° 7. Indicador Tarjetas de puntos canjeables	48
Tabla N° 8. Indicador Muestras promocionales.....	49
Tabla N° 9. Indicador Felicitaciones corporativas	50
Tabla N° 10: Variable 2. Fidelización	51
Tabla N°11. Características de la planificación estratégica y la fidelización	52

Índice de Gráficos

Cuadro N°01. Cuadro General Valorativo	43
Gráfico N° 1. Planificación estratégica	45
Gráfico N°2. Indicador Regalos.....	46
Gráfico N°3. Indicador Descuentos por volumen de compra	47
Gráfico N°4. Indicador Tarjetas de puntos canjeables	48
Gráfico N°5. Indicador Muestras promocionales	49
Gráfico N°6. Indicador Felicitaciones corporativas	50
Gráfico N° 7. Fidelización del cliente.....	51

Resumen

El presente trabajo de investigación lleva como título: **“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA JCM-TARAPOTO, 2015”**. En el cual se planteó como Objetivo General determinar las características de la planificación estratégica y la fidelización de los clientes de la Empresa JCM-Tarapoto, se tomó una población de 650 clientes de la Empresa, y para la muestra siete (07) trabajadores y cincuenta y nueve (59) clientes. Utilizando de esta manera la técnica de entrevista y el instrumento de cuestionario de preguntas. Obteniendo así las siguientes conclusiones.

La Empresa JCM posee un bajo nivel de fidelización de sus clientes, esto ocurre debido a que no cuentan con iniciativas para realizar regalos, descuentos por volumen de compra, acumulación de puntos, muestras promocionales y sobre todo no se preocupa por los vínculos afectivos y/o amicales con sus clientes ya que no le dan la debida importancia a las fechas festivas importantes para su segmento. Tanto los resultados de la variable planificación estratégica y fidelización, muestran la misma tendencia deficiente, lo cual quiere decir que; por no tener en cuenta los lineamientos estratégicos de la Empresa, por no conocer la dinámicas del segmento debido al inexistente diagnóstico del sector, y por no planificar las actividades, es que no se ve necesario realizar regalos, descuentos, muestras y la creación de vínculos amicales con los clientes.

Palabras claves:

Planificación Estratégica

Elementos Filosóficos

Elementos Analíticos

Elementos Operativos.

Fidelización de los clientes

ABSTRACT

This investigation is entitled "STRATEGIC PLANNING AND WITH CUSTOMER LOYALTY ENTERPRISE JCM- TARAPOTO, 2015". Which it was raised in the general objective of determining the characteristics between strategic planning and customer loyalty of the JCM- Tarapoto Company and generating a population of 650 enterprise customers, leading to develop a sample 7 worker's and 59 customers. Thus using the interview technique and instrument of questions. Thereby obtaining following conclusions.

The company JCM has a low level of customer loyalty , this happens because they don't have initiatives to make gifts, discounts for volume purchases, accumulating points, promotional samples and especially don't care about the bonding and / or friendly with its customers no longer to give due importance to the important festivities for its segment. Both the results of the variable strategic planning and retention, poor show the same trend, which means that ; for not taking into account the strategic guidelines of the company, not knowing the dynamic segment due to non-existent diagnosis of the sector and not to plan activities , it is not seen necessary gifts, discounts , samples and creating links friendly with customers.

Keywords:

Strategic planning

Philosophical elements

Analytical elements

Operating Elements.

Customer loyalty