



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“ESTRATEGIAS DE VENTAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
EN TOYOTAR SERVICE SAC TARAPOTO 2015”**

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

AUTOR:

ROSSINA MILAGROS PINEDO GUZMAN

ASESOR:

ING. FERNANDO RUIZ SAAVEDRA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

TARAPOTO - PERÚ
2015

PÁGINA DEL JURADO

LIC.

PRESIDENTE

LIC.

Secretario.

LIC.

Vocal.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi madre luchadora y a mi bello hermano, quienes han sido la guía y el camino para poder llegar a este punto de mi carrera; que con su ejemplo, dedicación y palabras de aliento nunca bajaron los brazos para que yo tampoco lo haga aun cuando todo se complicaba.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mi madre y mi hermano (que es mi figura paterna) por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo porque son un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mi novio por motivarme a diario, y brindarme su apoyo incondicional ante cada dificultad desde que nos conocemos.

A la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad de estudiar y formar parte de esta casa de estudios.

A mi Asesor de tesis M.Sc. Fernando Ruiz Saavedra por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha contribuido en mi formación como persona e investigador.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

Yo Rossina Milagros Pinedo Guzmán con DNI N° 72572549, 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 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, 17 de julio del 2015

Rossina Milagros Pinedo Guzmán

PRESENTACIÓN

La siguiente investigación titulada “Estrategias de Ventas y Fidelización de Clientes en Toyotar Service SAC” logro evaluar cada una de las variables que se mencionan por separado para así poder mostrar a los directivos las condiciones en que estos vienen realizando su gestión y que puedan visualizar las deficiencias que esta presenta.

Asimismo es el resultado de todo un proceso de investigación mediante encuestas realizadas a los clientes de la empresa, la cual fue procesada ya analizada para obtener los resultados logrados, por lo tanto tras todo el trabajo realizado, presento ante ustedes señores del jurado calificador la presente tesis, con la finalidad de cumplir el reglamento de grados títulos de la Universidad cesar vallejo y así poder obtener el tan ansiado título profesional de Licenciado en Administración.

ÍNDICE

Contenido	Página
Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice	vii
RESUMEN	vii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
Antecedentes.....	11
Justificación.....	15
Marco Teórico	16
Realidad problemática.....	35
1.1. Problema.....	35
1.2. Hipótesis.....	35
1.3. Objetivos.....	35
II. MARCO METODOLÓGICO	36
2.1. Variable.....	36
2.2. Operacionalización de Variables.....	37
2.3. Metodología.....	37
2.4. Tipos de estudio.....	38
2.5. Diseño.....	38
2.6. Población, muestra y muestreo.....	38
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
2.8. Método de análisis de datos.....	40
2.9. Aspectos éticos.....	40
III. RESULTADOS	41
IV. DISCUSIÓN	41
V. CONCLUSIONES	57
VI. SUGERENCIAS	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	60

RESUMEN

La presente investigación titulada “Estrategias de Ventas y Fidelización de Clientes en Toyotar Service SAC” es el resultado de una minuciosa investigación realizada a 334 clientes que realizaron sus compras en la empresa, es así que para el desarrollo de la misma se planteó como objetivos analizar la venta personal, Venta telefónica y venta on line de dicha empresa , asimismo también se planteó analizar la fidelización de los clientes en base al cumplimiento de expectativas del servicio brindado, cumplimiento de expectativas del producto vendido, manejo de factores críticos y las expectativas futuras de los clientes usando para ello un cuestionario para cada una de las dimensiones que componen dichas variables, fue así que tras la realización de las encuestas pertinentes, tabulación de los datos obtenidos, graficación y análisis de los resultados que se llegó a las siguientes conclusiones: El proceso de venta personal presenta deficiente en la detección de las necesidades de los clientes ya que a los vendedores les resulta difícil conectarse con las necesidades del cliente, asimismo mencionaron que la mayoría de los colaboradores que les atendieron obvian por completo esta fase de venta personal. En cuanto a la venta telefónica viene presentado dificultades en las fases de planificación de la llamada, generación de una imagen visual del producto y la propuesta de venta o cierre, lo que se encuentra afectando en gran medida el buen resultado de las demás fases y la venta on line se viene desarrollando de muy mala manera, ya que no se ha logrado captar la atención, el interés ni el deseo de compra de los clientes y por lo tanto estas estrategias no han desarrollado una acción de compra.

Asimismo se concluyó que el cumplimiento de las expectativas del producto ha sido logrado en base a la efectividad de las estrategias usadas por la marca Toyotar en sus productos sin embargo las estrategias en cuanto al servicio brindado se encuentran teniendo algunas deficiencias, la fidelización de los clientes en base al manejo de factores críticos es deficiente ya que la gestión actual en términos de manejo de la imagen empresarial, estrategia de servicio post venta e implementación de barreras de salida a los clientes no son implementadas de manera efectiva y la fidelización de los clientes en base a las expectativas futuras de los clientes de la empresa se viene desempeñando de manera aceptable ya que los clientes poseen intención de recompra de los productos más estos no se encuentran muy seguros de recomendar los servicios brindados por la empresa.

Palabras clave: estrategia de ventas y fidelización de clientes

ABSTRACT

This research entitled "Strategies for Sales and Customer Loyalty in Toyotar Service SAC" is the result of a thorough research to 334 customers who made purchases in the company, so that the development of it was raised as analyzing objectives personal selling, telephone sales and online sales of the company, also raised also analyze customer loyalty based on the fulfillment of expectations of the service provided, fulfilling expectations of the product sold, management of critical factors and future expectations customers by using a questionnaire to each of the dimensions that make up these variables, it was so after the completion of the relevant surveys, tabulation of the data, charting and analysis of the results reached the following conclusions: The process sales staff has poor at detecting the needs of customers as vendors find it difficult to connect with the customer's needs, also mentioned that most of the employees who attended them obviate completely this phase of personal selling; As for telemarketing comes presented difficulties in the planning of the call, generating a visual image of the product and the proposed sale or closure, which is greatly affecting the success of the other faces and online sales has been developing very badly because it has not managed to capture the attention and the interest or desire to buy customers and therefore these strategies have not developed a buying action.

Also it was concluded that compliance with the expectations of the product has been achieved based on the effectiveness of the strategies used by the Toyotar mark on their products but strategies regarding the service provided are having some shortcomings, the customer loyalty based on the management of critical factors is deficient because the current management in terms of management of corporate image, strategy post sale and implementation of exit barriers customers are not effectively implemented and customer loyalty service based on future expectations of customers the company has been performing in an acceptable manner because customers have intention to repurchase the more these products are not very safe to recommend the services provided by the company.

Keywords: sales strategy and customer loyalty