



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS

“TÁCTICAS DE VENTA Y SU RELACIÓN CON LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE
EN LA BOTICA SANNA MASS DEL SEGMENTO 25 A 35 AÑOS, N.S.E. “C”
VITARTE, 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN MARKETING Y DIRECCION DE EMPRESAS

AUTOR:

LAZO LUJAN, JESSICA

ASESOR:

MG. NELLY MELISSA VILCA HORNA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento Del Consumidor

LIMA – PERÚ

2016-II

Página del jurado

Mg. Elva Sandoval Gómez

Presidente

Mg. Cesar Alberto Gamarra Cabello

Secretario

Mg. Nelly Melissa Vilca Horna

Vocal

Dedicatoria

El presente trabajo dedico a mis padres Percy Lazo y Soledad Lujan que siempre están fomentando en mí el deseo de superación, los quiero mucho.

Agradecimiento

En primer lugar agradecer a dios quien me ilumina mi camino dándome fuerza, salud, también a mis padres porque siempre están conmigo sin hacerme faltar nada, de la misma manera agradecer a nuestros docentes, Antonio Peña nuestro asesor y al profesor Guillermo Veliz por sus enseñanzas y experiencias en clase.

Declaración de autenticidad

Yo, **JESSICA LAZO LUJAN** con DNI N° **70089927**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de **Ciencias Empresariales**, Escuela de **Marketing y Dirección de Empresas**, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

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 y 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, 14 de Octubre del 2016

Lazo Lujan Jessica

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “TACTICAS DE VENTA Y SU RELACIÓN CON LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA BOTICA SANNA MASS DEL SEGMENTO 25 A 35 AÑOS, N.S.E. “C” VITARTE, 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 Marketing y Dirección de Empresa.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

Índice

Paginas Preliminares	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	ix
Abstrac	x
I. Introducción	
1.1. Realidad Problemática	2
1.2. Trabajos Previos	
Trabajos Previos Internacional	3
Trabajos Previos Nacionales	7
1.3. Teorías Relacionadas al tema	
Teorías de la Variable 1	10
Teorías de la Variable 2	17
Marco Conceptual	21
1.4. Formulación del Problema	23
1.5. Justificación del Estudio	24
1.6. Hipótesis	25
1.7. Objetivos	26
II. Método	
2.1. Diseño de la Investigación	28
2.2. Variable, Operacionalización	29
Operacionalización de las Variables	29
2.3. Población y Muestra	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, Validez y Confiabilidad	32
2.5. Método de Análisis de Datos	35
2.6. Aspectos Éticos	35
III. Resultados	36
IV. Discusión	60
V. Conclusión	63
VI. Recomendación	65
VII. Referencias	67
Anexos	71
Anexo 1: Matriz de consistencia	73
Anexo 2: Cuestionario de Tácticas de venta	74
Anexo 3: Cuestionario de Fidelización del cliente	75
Anexo 4: Base de datos de Tácticas de venta	76
Anexo 5: Base de datos de Fidelización del cliente	
Anexo 6: Validación	

RESUMEN

Hoy en día uno de los temas más contro vii les es como llegar a los clientes y fidelizarlos, por este motivo en el presente tesis se va desarrollar la relación que tiene las tácticas de venta con la fidelización del cliente en la botica SANNA MASS ubicada en vitarte.

Por lo anteriormente mencionado, la presente investigación permite demostrar la relación que tiene cada variable, así mismo se trabajó con una población de 2400 clientes, de lo cual se obtuvo una muestra de 92 clientes. El tipo de investigación que se realizo es de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y de diseño no experimental.

Los resultados obtenidos en el programa SPSS nos demuestran que la variable tácticas de ventas si se relacionan con la fidelización del cliente.

Palabra clave: Tácticas de venta, Fidelización del cliente, enfoque cuantitativo, controversia.

Abstrac

Nowadays, one of the most controversial issues is how to reach customers and create loyalty, for this reason in this thesis will develop the relationship that has the sales tactics with customer loyalty in the SANNA MASS pharmacy located in Vitarte.

For the above mentioned, the present research allows to demonstrate the relation that each variable has, as well as worked with a population of 2400 clients, from which a sample of 92 clients was obtained. The type of research carried out is of a quantitative, applied type and non-experimental design.

The results obtained in the SPSS program show us the variable sales tactics if they are related to customer loyalty.

Key words: Sales Tactics, Customer Loyalty, Quantitative Approach, Controversy.