



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Gestión comercial y fidelización del cliente en la empresa DP World
Logistics – Callao – 2019

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios
Internacionales

AUTORES:

Mayorca Chaviguri, Marcos Luciano (ORCID: 0000-0002-2858-8593)

Miñano Calderon, Alejandro (ORCID: 0000-0002-3084-1180)

ASESORA:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (ORCID: 0000-0003-2123-8416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A dios quien nos brinda fortaleza e ilumina el camino de aprendizaje en nuestra carrera profesional.

A mi familia, amigos y maestros, que siempre permanecieron apoyándonos con palabras de vigor y motivación, dándonos el placer de poder finalizar con éxito nuestros objetivos.

Agradecimientos

Agradezco a Dios nuestro padre celestial todo poderoso que nos condujo hasta llegar a concluir nuestras metas.

A mis padres que día tras día nos inculcaron valores para ser mejores personas.

A nuestra asesora Dra. Fabiola Navarro la cual nos brindó la correcta guía y el conocimiento para consumir la tesis logrando intensificar el perfeccionamiento de nuestra carrera profesional.

Índice de contenidos

Caratula	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Resumen	VI
Abstract	VII
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	17
3.1 Tipo y diseño de investigación	18
3.2 Variables y operacionalización	19
3.3 Población	22
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
3.5 Procedimientos	27
3.6 Método de análisis de datos	27
3.7 Aspectos éticos	28
IV. RESULTADOS	29
V. DISCUSIÓN	41
VI. CONCLUSIONES	45
VII. RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	50
ANEXOS	55

Índice de tablas

Tabla 1 Escala de medición Likert – Gestión comercial	19
Tabla 2 Escala de medición Likert – Fidelización del cliente	21
Tabla 3 Operacionalización de la variable: Gestión comercial	21
Tabla 4 Operacionalización de la variable: Fidelización del cliente	21
Tabla 5 Empresas que conforman la población de DP World Logistics	23
Tabla 6 Validez V de Aiken variable: Gestión comercial	26
Tabla 7 Validez V de Aiken Variable: Fidelización del cliente	26
Tabla 8 Confiabilidad de la variable 1: Gestión comercial	26
Tabla 9 Confiabilidad de la variable 2: Fidelización del cliente	27
Tabla 10 Prueba de Normalidad	30
Tabla 11 Coeficiente de correlación entre gestión comercial y fidelización del cliente	31
Tabla 12 Coeficiente de correlación entre marketing digital y fidelización del cliente	32
Tabla 13 Coeficiente de correlación entre análisis del entorno y fidelización del cliente	33
Tabla 14 Coeficiente de correlación entre posicionamiento y fidelización del cliente	33
Tabla 15 Coeficiente de correlación entre decisiones de precios y fidelización del cliente	34
Tabla 16 Tabla cruzada Fidelización del cliente y Gestión comercial	35
Tabla 17 Estadística descriptiva de gestión comercial	36
Tabla 18 Estadística descriptiva de fidelización del cliente	36
Tabla 19 Tabla cruzada Fidelización del cliente y Marketing digital	37
Tabla 20 Tabla cruzada Fidelización del cliente y Análisis del entorno	38
Tabla 21 Tabla cruzada Fidelización del cliente y Posicionamiento	39
Tabla 22 Tabla cruzada Fidelización del cliente y Decisiones de precios	40

Resumen

En la presente tesis se especificó la correlación que existe entre la gestión comercial y la fidelización del cliente en la empresa DP World Logistics, el asunto tratado ha tenido como base autores que muestran sus puntos de vista. La problemática principal encontrada en la investigación fue delimitar la correlación entre la gestión comercial y la fidelización del cliente.

El objetivo general de la tesis fue demostrar si existe una correlación representativa entre la gestión comercial que se emplea en la empresa DP World Logistics y la fidelización de clientes de la misma, se seleccionó información de diversos autores que aportaban valiosos conocimientos en base a la gestión comercial y como con la fidelización de clientes se puede mantener los mismos, además se realizó con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental con corte transversal, la técnica fue la encuesta y se utilizaron instrumentos validados y confiables para obtener un resultado verídico.

Las conclusiones que se obtuvieron fueron que la gestión comercial tiene una relación positiva moderada con la fidelización del cliente ($r_s=0.506$, $\text{sig.}=0,000$); por lo cual se recomienda que se incorpore herramientas de evaluación en el área comercial, que favorecerán a desarrollar la inteligencia del comercio y la toma de decisiones en diferentes niveles de la compañía.

Palabras clave: Gestión comercial, fidelización del cliente, DP World Logistics.

Abstract

In this thesis, the correlation between commercial management and customer loyalty at DP World Logistics was specified, and the subject matter was based on authors' views. The main problem found in the investigation was to delimit the correlation between commercial management and customer loyalty.

The general objective of the thesis was to demonstrate if a representative correlation exists between the commercial management used in the company DP World Logistics and the customer loyalty of the same, information was selected from various authors who contributed valuable knowledge based on commercial management and how with customer loyalty it is possible to maintain the same, in addition it was carried out with a quantitative approach, of non-experimental design with a cross section, the technique was the survey and validated and reliable instruments were used to obtain a true result.

The conclusions obtained were that commercial management has a moderate positive relationship with customer loyalty ($r_s=0.506$, $\text{sig.}=0,000$); therefore it is recommended that evaluation tools be incorporated into the commercial area, which will help develop commercial intelligence and decision making at different levels of the company.

Key Words: Commercial management, customer loyalty, DP World Logistics.