

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



Plan de fidelización de clientes y el posicionamiento de
Tottus, Chimbote 2018

Tesis para obtener el Título Profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor

Vasquez Ramirez, Diana Cristina

Chimbote – Perú
2018

ABSTRACT

La presente investigación tuvo por objeto determinar la influencia que tiene el Plan de Fidelización de Clientes, en el Posicionamiento de TOTTUS S.A de la Ciudad de Chimbote. La hipótesis de trabajo y los objetivos tuvieron relación y congruencia con el problema planteado; es decir se determinó analizar y determinar la influencia del Plan de Fidelización, en el posicionamiento de la empresa Tottus, en la ciudad de Chimbote. La metodología empleada fue de una investigación de tipo descriptiva correlacional, y de diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo determinada por el promedio mensual de clientes que asisten al Supermercado de Tottus el mismo que fue de 1,200 clientes. La muestra de estudio se determinó tomando como referencia este promedio mensual, siendo de 89 clientes. Para la recolección de los datos, se utilizó como técnica de recolección la encuesta, la misma que fue aplicada a la muestra, y como instrumento de investigación se utilizó el cuestionario, el mismo que fue estructurado y validado por expertos. Las encuestas fueron procesadas en el software SPSS- 24, cuyos resultados se presentan a través de tablas y figuras, lo que permitieron la interpretación, análisis y discusión de los resultados obtenidos en la presente investigación; los cuales han permitido llegar a las conclusiones y hacer las recomendaciones del caso. Como resultados, se ha determinado que el Plan de Fidelización de los clientes, tiene influencia en el posicionamiento de los clientes que asisten al Supermercado Tottus de la ciudad de Chimbote. Así mismo y según el Chi Cuadrado y Tau b de Kendall, existe una relación moderada positiva (0.675).