



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

**Estrategia de promoción y la fidelización de los clientes de Cineplanet, Los
Olivos, 2017-2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN MARKETING Y DIRECCION DE EMPRESAS**

AUTORA:

Malusky Nazario, Jasmin Milagro

ASESORES:

Dra. Villanueva Figueroa, Rosa Elvira

Mg. Peña Cerna, Aquiles Antonio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación Integral del Marketing

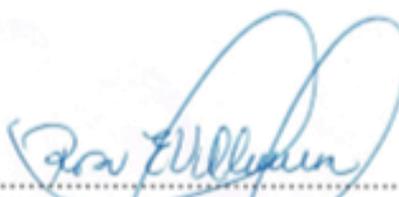
LIMA – PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña MALUSKY NAZARIO, JASMIN MILAGRO, cuyo título es: "ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE CINEPLANET, LOS OLIVOS, 2017-2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 QUINCE

Los Olivos, 28 de junio de 2018



.....
Dra. Rosa Eivira Villanueva Figueroa
PRESIDENTE



.....
Mg. Víctor Hugo Rojas Chacón
SECRETARIO



.....
Mg. Giovana Bery Flores Lizaraso
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Esta tesis va dedicada a mi madre y abuela que son motivación para esforzarme en alcanzar mis metas. También va para mis hermanos menores, mis amigas (Alison García Vilca y Alondra Arriola Carbajal) con las cuales hemos pasado tantas anécdotas desde que iniciamos este camino lleno de conocimiento y a todas esas personas siempre confían en mí.

Agradezco a la universidad Cesar Vallejo, la cual me dio la oportunidad de realizarme satisfactoriamente de manera profesional. También a la Dra. Rosa Elvira Villanueva Figueroa quien desde 9no ciclo me encamino con sus enseñanzas al igual que mi asesor Mg. Aquiles Antonio Peña Cerna, ambos guiaron mi camino para culminar este trabajo de investigación.

Declaración de Autenticidad

Yo, Jasmin Milagro Malusky Nazario, con DNI N°70793812, 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 de Marketing y Dirección de empresas, 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.

Lima, 13 de junio del 2018



Jasmin Milagro
Malusky Nazario

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategia de promoción y la fidelización de los clientes de Cineplanet, Los Olivos, 2017-2018”, 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 empresas.

Jasmin Milagro Malusky Nazario

Indice

	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCION	1
1.1 Realidad problemática	2
1.2 Trabajos previos	5
1.3 Teoría relacionada a la variable 1: Estrategia de promoción.	9
1.4 Teoría relacionada a la variable 2: Fidelización	16
1.5 Formulación del problema	23
1.6 Justificación del estudio	23
1.7 Hipótesis	24
1.8 Objetivo	25
II. METODOLOGIA	26
2.1 Diseño de la investigación	27
2.2 Operacionalización de variables	29
2.3 Población y muestra	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	33
2.5 Métodos de análisis de datos	35
2.6 Aspectos éticos	36
III. RESULTADOS	37
3.1 Estadística descriptiva	38
3.2 Estadística inferencial	47

IV. DISCUSIÓN	52
V. CONCLUSIÓN	56
VI. RECOMENDACIONES	59
VII. REFERENCIAS	62

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	68
Anexo 2: Matriz de juicio de expertos	69
Anexo 2A. Del Validador Rojas Chacón, Víctor Hugo	69
Anexo 2B. Del Validador Peña Cerna, Aquiles Antonio	71
Anexo 2C. Del Validador Flores Lizarazo, Giovanna	73
Anexo 3: Instrumento variable 1: Estrategia de promoción	75
Anexo 4: Instrumento variable 2: Fidelización	76
Anexo 5: Base de datos	77
Anexo 5A: Base de datos variable 1: Estrategia de promoción	77
Anexo 5B: Base de datos variable 2: fidelización	84
Anexo 6: Acta de aprobación de originalidad de Tesis	91
Anexo 7: Turnitin	92

Índice de Tablas	Pág.
Tabla 1: <i>Características de los programas de tarjeta</i>	19
Tabla 2: <i>Matriz de operacionalización – Variable 1</i>	29
Tabla 3: <i>Matriz de operacionalización – Variable 2</i>	30
Tabla 4: <i>Validación de expertos</i>	34
Tabla 5: <i>Análisis de fiabilidad – Variable 1</i>	35
Tabla 6: <i>Análisis de fiabilidad – Variable 2</i>	35
Tabla 7: <i>Estadística descriptiva: Variable 1- Estrategia de promoción</i>	38
Tabla 8: <i>Estadística descriptiva: Dimensión – Marketing directo</i>	39
Tabla 9: <i>Estadística descriptiva: Dimensión – Publicidad</i>	40
Tabla 10: <i>Estadística descriptiva: Dimensión – Relaciones Públicas</i>	41
Tabla 11: <i>Estadística descriptiva: Dimensión – Promoción de ventas</i>	42
Tabla 12: <i>Estadística descriptiva: Variable 2 – Fidelización</i>	43
Tabla 13: <i>Estadística descriptiva: Dimensión – Información del cliente</i>	44
Tabla 14: <i>Estadística descriptiva: Dimensión – Comunicación</i>	45
Tabla 15: <i>Estadística descriptiva: Dimensión – Incentivos y privilegios</i>	46
Tabla 16: <i>Prueba de normalidad</i>	47
Tabla 17: <i>Niveles de significancia</i>	49
Tabla 18: <i>Correlación entre Estrategia de promoción y fidelización</i>	49
Tabla 19: <i>Correlación entre Estrategia de promoción e información del cliente</i>	50
Tabla 20: <i>Correlación entre Estrategia de promoción y comunicación</i>	50
Tabla 21: <i>Correlación entre Estrategia de promoción e incentivos y privilegios</i>	51

Índice de Figuras	Pág.
Figura 1: Trébol de fidelización	18
Figura 2: Fórmula de la muestra	32
Figura 3: Gráfico de barras de la variable 1 – Estrategia de promoción	38
Figura 4: Gráfico de barras de la dimensión – Marketing directo	39
Figura 5: Gráfico de barras de la dimensión – Publicidad	40
Figura 6: Gráfico de barras de la dimensión – Relaciones públicas	41
Figura 7: Gráfico de barras de la dimensión – Promoción de ventas	42
Figura 8: Gráfico de barras de la variable 2 – Fidelización	43
Figura 9: Gráfico de barras de la dimensión – Información del cliente	44
Figura 10: Gráfico de barras de la dimensión – Comunicación	45
Figura 11: Gráfico de barras de la dimensión – Incentivos y privilegios	46
Figura 12: Gráfico de dispersión	48

Resumen

La presente investigación busco determinar la relación entre la estrategia de promoción y la fidelización de los clientes de Cineplanet, Los Olivos, 2017 – 2018, aplicándose un diseño de investigación descriptivo correlacional simple, en donde la población fue 1390 clientes afiliados (teniendo en cuenta que esta cantidad es el promedio mensual que se tiene registrado en el software Magic) y para determinar la muestra se utilizó una formula muestral con la población conocida dándonos como resultado 301 clientes entre las edades de 18-25 años ha encuestar. Se utilizó como técnica la encuesta, el instrumento de investigación fue el cuestionario compuesto por 26 preguntas en donde se empleó como herramienta la escala de Likert y la información recopilada fue detallada y analizada en IBM Statistics Spss 24. Los resultados fueron determinados de la siguiente manera: su nivel de significancia logro un resultado de 0.020 aceptando la hipótesis general, la prueba de correlación Rho spearman dio 0.786 indicando que es una correlación positiva considerable entre la variable 1 (estrategia de promoción) y la variable 2 (fidelización), dando a entender que al restablecer estrategias promocionales se podrá llegar a fidelizar a los clientes.

Palabras claves: Estrategia de promoción, fidelización y clientes.

ABSTRACT

The present investigation seeking to determine the relationship between the promotion strategy and loyalty of customers Cineplanet-Los Olivos, 2017-2018, applying a design simple correlational descriptive research where the population was 1390 affiliated clients (taking into account that this amount is the monthly average that is registered in the software dictionary) and to determine the sample used a formula sample with known population resulting in us 301 customers between the ages of 18-25 years has polling. The survey was used a technique, the research tool the scale Likert and the information collected was detailed and analyzed in IBM Statistics SPSS 24. The results were determined in the following manner: its significance level achieved a result of 0.020 accepting the general hypothesis the test of Rho correlation Spearman gave 0.786 indicating that it is a significant positive correlation between the variable 1 (promotion strategy) and the variable 2 (loyalty), giving to understand that to restore promotional strategies you can get to retain customers.

Keywords: Promotion strategy, loyalty and customer

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 12 de 24
--	---	---

Yo, VILLANUEVA FIGUEROA, ROSA ELVIRA docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS de la Universidad César Vallejo, Filial Lima, Sede Lima Norte, revisora de la tesis titulada

"ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y LA FIDELIZACIÓN DE LOS CUENTES DE CINEPLANET, LOS OLIVOS, 2017-2018" del (de la) estudiante MALUSKY NAZARIO, JASMIN MILAGRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 24 Julio 2018



.....
 Dra. Rosa Elvira Villanueva Figueroa
 Coordinadora de Investigación de la EP Marketing y
 Dirección de Empresas
 DNI: 07586867

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de ICC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

RESULTADO DE TURNITI I-PARTE



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Estrategia de promoción y la fidelización de los clientes de Cineplanet, Los Olivos, 2017-2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

Mahsly Nazario, Jasmin Milagro

ASESORES:

Dra. Villanueva Figueroa, Rosa Elvira

Mg. Peña Cerro, Aquiles Antonio

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación Integral de Marketing

LIMA PERU

2018

-
-
-
-
- 23**
-
-
-
-

Resumen de coincidencias 91 ✕

23 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universidad... <small>Trabajo del estudiante</small>	11 %	>
2	repositorio.ucv.edu.pe <small>Fuente de internet</small>	5 %	>
3	tesia.puop.edu.pe <small>Fuente de internet</small>	1 %	>
4	repositorio.unsm.edu.pe <small>Fuente de internet</small>	1 %	>
5	Entregado a Pontificia ... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>
6	tesis.ucsm.edu.pe <small>Fuente de internet</small>	<1 %	>
7	Entregado a Universidad... <small>Trabajo del estudiante</small>	<1 %	>

Información ✕

Detalles de la entrega

Identificador de entrega	975416857
Fecha de entrega	09-Jul-2018 08:35PM (UTC-0500)
Total de entregas	2
Fecha de última calificación	N/A
QuickMarks	N/A
Comentarios	N/A
Nombre del archivo	PII_2017-II_MALUSKY.pdf
Extensión del archivo	pdf
Tamaño del archivo	3.94M
Suma de caracteres	90911
Número de palabras	17149
Total páginas	108



[Handwritten signature in blue ink]

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA AUTORIZACIÓN
ELECTRÓNICA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)

“César Acuña Peralta”

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Malusky Nazario, Jasmin Milagro

D.N.I. : 70793812

Domicilio : Mz K1 Lote 33 Jazmines del Naranjal II Etapa-S.M. P

Teléfono : Fijo : - Móvil : 943282818

E-mail : jmaluskyn@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Marketing y dirección de empresas

Carrera : Marketing y dirección de empresas

Título : Licenciatura en marketing y dirección de empresas

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Malusky Nazario, Jasmin Milagro

Título de la tesis:

Estrategia de promoción y la fidelización de los clientes de Cineplanet, Los Olivos,
2017-2018

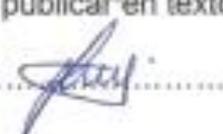
Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha : 13 de junio del 2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FORMATO DE SOLICITUD

Solicita: Visto bueno
para repositorio

Yo,

Jasmin Milagro Malusky Nazario

(Nombre y apellidos del solicitante)

con DNI N.° 70793812

Y domicilio en Av. K1 Lote 33 Barrios del Noroeste II etapa - S.M.P

en mi condición de egresada del alumno(a)

(Padre/madre/apoderado/a)

con código de alumno o código de matrícula N.° 6700266123

de la Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas recorro a
su honorable despacho para solicitar lo siguiente:

Visto bueno para el repositorio

(Explica con claridad el asunto)

Vo 30
Roa



Por lo expuesto, agradeceré se atienda mi petición.

Lima, 18 de Enero de 2019

Anexos:

- A.
- B.
- C.
- D.

Firma del solicitante



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA LA ENCARGADA DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela Profesional de Marketing y Dirección de Empresas

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Malusky Nazario Jasmin Milagro

INFORME TITULADO:

Estrategia de promoción y la fidelización de los clientes de Cineplanet, Los Olivos, 2017-2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Marketing y Dirección de Empresas

SUSTENTADO EN FECHA: 28/06/2018

NOTA O MENCIÓN: 15



Dra. ROSA ELVIRA VILLANUEVA FIGUEROA
ENCARGADA DE INVESTIGACIÓN
EP. DE MARKETING Y DIRECCION DE EMPRESAS