

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“CRM Y FIDELIDAD EN EL SECTOR DE
RESTAURANTES: PONIENDO A PRUEBA SU
RELACIÓN EN EL CONTEXTO PYME PERUANO”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autoras:

Amparito Rocio Merlo Espinoza

Shirley Pamela Ruiz Sanchez

Asesor:

Mg. Francisco Jesús Paredes León

<https://orcid.org/0000-0003-3063-1404>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Mercy Evelyn Angulo Cortejana	40099386
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	César Alejandro Romero Gonzales	42501580
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	María Soledad Rodríguez Castillo	18107224
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	13
1.3. Objetivos	13
1.4. Hipótesis	13
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	14
2.1 Tipo de investigación	14
2.2 Población y muestra	14
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	14
2.4 Procedimiento	15
CAPÍTULO III: RESULTADOS	16
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	20
4.1 Conclusiones	21
REFERENCIAS	22
ANEXOS	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	16
Tabla 2	17
Tabla 3	18
Tabla 4	19
Tabla 5	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	53
Figura 2.....	54
Figura 3.....	55

RESUMEN

La presente investigación se propone evaluar si el uso de una estrategia de Customer Relationship Management (CRM) es suficiente para asegurar la fidelidad de los clientes del Restaurante Danielita de Trujillo, Perú. Se diseñó y aplicó una encuesta digital de 38 preguntas a un total de 258 clientes registrados en la base de datos de la empresa, usando un diseño descriptivo, correlacional y transversal. Los resultados de la prueba de Rho muestran que pese a existir una relación entre ambas variables es baja o nula, y que sólo el uso de la tecnología y enfoque centrado en el usuario son elementos valorados por el cliente. Se trata, entonces, de un elemento de sofisticación más que un factor para asegurar la continuidad de uso o preferencia, por lo que su implementación debe mantenerse de la mano de un servicio diferenciado y de calidad para la gestión estratégica de las empresas de este sector.

PALABRAS CLAVES: Fidelidad del Cliente, Administración de las Relaciones con Clientes, Marketing, Restaurantes.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Alcaide, J (2016). *Fidelización de Clientes* (2a. ed.). ESIC Editorial. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral.proquest.com>
- Bastos, A. (2007). *Fidelización Del Cliente*. *Editorial S.L.*.
https://books.google.com.pe/books?id=8nj-kruWt1gC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Belal, M. (2019). Customer loyalty in the fast-food restaurants of Bangladesh. *Emerald Group Publishing Limited*, 121(11), 29791-2808.
<https://www.proquest.com/docview/2526092991/abstract/DA11EE0E006A4131PQ/1?accountid=36937>
- Brunetta, H. (2016). *Crm, la guía definitiva: Estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes*. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>
- Cabana, S., Gálvez, P.; Muñoz, C. (2015) Variables críticas en las ventajas competitivas de restaurantes gourmet, La Serena. *Cuadernos de Administración*, 31(54),57-67.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225044440007>.
- Cabrera, S. (2019). La fidelización del cliente en negocios de restauración. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (45), 155 - 164.
<https://doi.org/10.18682/cdc.vi45.1841>.

Carrillo, J. (2017). Estrategia “Customer Relationship Management – CRM” para Servicios de Alimentación de Mariscos y su influencia en la fidelidad de los comensales de la cadena restaurantes de Brisa Marina, Riobamba Ecuador. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

<https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/archivos/TESIS2018/DOCTORADO/tesis12.pdf>

Casas, M. (2019). Calidad de servicio y fidelización de los clientes del restaurante Teo’s Chicken, Ate 2019. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43767/Casas_MMR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Castillo, S. (2017). Calidad de servicio y la fidelización del cliente del restaurante segundo muelle del distrito de San Miguel, año 2017. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24577/CAS_TILLO_US..pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Chetthamrongchai, P., & Saengchai, S. (2019). Customer Relationship Management Impact on the consumer Preferences determination Among Thai International Tourists. *Polish Journal of Management Studies*, 20 (2),186-195.

<https://www.researchgate.net/scientific-contributions/Paitoon-Chetthamrongchai-2161732006>

García, I. (2001). *CRM. Gestión de la Relación con Los Clientes*. FC

Editorial. <https://books.google.com.pe/books?id=mIAsRGChBc8C&printsec=frontcover&dq=CRM.+Gesti%C3%B3n+de+la+Relaci%C3%B3n+con+Los+Clientes+Ignacio+Garc%C3%ADa+Valc%C3%A1rcel&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwj35cn95YjtAhWsErkGHafmC4YQuwUwAHoECAIQBg#v=onepage&q=CRM.%20G>

[esti%C3%B3n%20de%20la%20Relaci%C3%B3n%20con%20Los%20Clientes%20Ignacio%20Garc%C3%ADa%20Valc%C3%A1rcel&f=false.](#)

Howard, A. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York, NJ: Jhon Willey and Sons.

Huamán, G. (2018). *El Marketing digital y la fidelización de los clientes en el restaurante Cholos, en Viña del Mar de Chile, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19889>

Lorio, P., & Sfenrianto, A. (2021) Customer Relationship Management (CRM) Analysis and Design to Provide Customer Service in The Culinary Field (Case Study Restaurant XYZ). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12 (6), 2785-2809. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i6.5787>

Meha, A. (2021). *Customer Relationship Management. Acces la Success*; Bucharest. *Journal of Management Systems, 6 issues per year*, 22 (183), 42-47.

Moudud-UI-Huq, S., Akter, R., Mahmud, S., & Hasan, N. (2021). Impact of Customer Relationship Management on Tourist Satisfaction, Loyalty, and Retention: Saint Martin's Island. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 12(3),20-37. <https://www.irma-international.org/article/impact-of-customer-relationship-management-on-tourist-satisfaction-loyalty-and-retention/280105/>

Nauca, C. (2020). *CRM como estrategia para lograr la fidelización en los clientes en el restaurant Berta, Chiclayo* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57886/Nauca_ZCP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pérez, M. (2010). *Fidelización de clientes* (2a. ed.). Editorial ICB. ProQuest Ebook Central.

<https://ebookcentral.proquest.com>

Pierrend, S. (2020). *La Fidelización del Cliente y Retención de Cliente: Tendencia que se*

Exige Hoy en Día, *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(45) 5-13.

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/18935/15876>

Reinares, L. (2018). *Los cien errores del crm: Mitos, mentiras y verdades del marketing de*

relaciones. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>.

Rojas, L. (2017). *Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de*

atención al cliente para una empresa del sector servicios. [Tesis de pregrado,

Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/10827>.

Sánchez, J. (2018). *Calidad de servicio y su influencia en la fidelización de los clientes del*

Chifa Asia E.I.R.L., Tarapoto, periodo 2017. [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30659/sanchez_rj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sandoval, E. (2020). *Marketing Relacional con relación al Posicionamiento y Fidelización*

de los Clientes de los Restaurantes en el Cercado de Lima, 2019. [Tesis de doctorado, Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40656>.

- Sharmen, S. (2018). Impact of Customer Relationship Management Practices on Customer Behavior in Restaurant Industries of Bangladesh. *International Journal of Marketing Research Innovation*, 2(1), 47-63. <https://doi.org/10.46281/ijmri.v2i1.105>
- Sin, L., Tse, A., & Yim, F. (2005) CRM: Conceptualization and scale development. *European Journal of Marketing*, 39(11), 1264-1290,1392. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/03090560510623253> o <https://search.proquest.com/docview/237026244/fulltext/74BD3901BAC14508PQ/1?accountid=36937>.
- Torres, A., Ormaza, J., Erazo, J., & Farfán, V. (2020). Modelo de gestión Customer Relationship Management (CRM) para empresas de transporte en el Ecuador. *Digital Publisher*, 5 (2), 134-149. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.2.203>