



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

## “REVISIÓN SISTEMÁTICA DE ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DEL HOTEL GRAN MARQUES DE TRUJILLO, TRUJILLO 2018.”

Trabajo de investigación para optar el grado de:

Bachiller en Administración y Gestión Comercial

Autor:

Carmen Cecilia Palacios Pretel

Asesor:

Dr. Alberto Zelada Zegarra

Trujillo - Perú

2018

## Contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS .....	7
ÍNDICE DE FIGURAS .....	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1.    Realidad problemática .....	11
1.2.    Formulación del problema.....	12
1.3.    Objetivos .....	12
1.3.1.    Objetivo general .....	12
1.3.2.    Objetivos específicos .....	12
1.4.    Hipótesis.....	12
1.4.1.    Hipótesis general .....	12
1.4.2.    Hipótesis específicas.....	12
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....	13
2.1.    Tipo de investigación .....	13
2.2.    Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	13
2.3.    Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos .....	14
2.4.    Procedimiento.....	15
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	16
3.1.    Resultados en Tablas y Gráficos.....	16
PREGUNTA N° 1 .....	16
PREGUNTA N° 2.....	17
PREGUNTA N° 3.....	18
PREGUNTA N° 4.....	18
PREGUNTA N° 5.....	19
PREGUNTA N° 6.....	20
PREGUNTA N° 7.....	21
PREGUNTA N° 8.....	21
PREGUNTA N° 9.....	22
PREGUNTA N° 10.....	23
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	24
4.2.    Conclusiones .....	24
REFERENCIAS.....	26
ANEXOS.....	27

## ÍNDICE DE TABLAS

Table 1.....	15
Table 2.....	16
Table 3.....	17
Table 4.....	18
Table 5.....	18
Table 6.....	19
Table 7.....	20
Table 8.....	20
Table 9.....	21
Table 10.....	22

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figure 1 .....	15
Figure 2 .....	16
Figure 3 .....	17
Figure 4 .....	18
Figure 5 .....	19
Figure 6 .....	19
Figure 7 .....	20
Figure 8 .....	21
Figure 9 .....	21
Figure 10 .....	22

## **RESUMEN**

La presente investigación está basada en el estudio de **“Revisión sistemática de estudios realizados sobre estrategias de fidelización del Hotel El Gran Marques de Trujillo, Trujillo 2018”**, las empresas dedicadas especialmente al rubro hotelero se encuentran actualmente en un entorno sumamente competitivo, es por esto que se hace indispensable la aplicación de estrategias vinculadas a la gestión de relaciones para con los clientes, con la finalidad de retenerlos. Es por ello que surge la iniciativa de desarrollar un informe de pasantía, el cual busca la retención de clientes a través de un programa de fidelización estructurado y diseñado para El Hotel Gran Marques.

El informe presenta como objetivo general el proponer un plan de fidelización para lograr mantener la cartera de clientes en la empresa. De la misma manera, la metodología utilizada para el desarrollo del informe está enmarcada en un proyecto factible, con un nivel de investigación descriptivo y un diseño establecido como de campo. Así, se pudo entonces establecer una estructura estratégica para el desarrollo del informe, recolectando resultados directamente de la organización y ofreciendo una propuesta diseñada específicamente para El Hotel Gran Marques. Se aplicó como instrumento de recolección de datos, la encuesta de tipo cuestionario, aplicada a una muestra de clientes extraída de una población finita, arrojando como resultados claras debilidades en las relaciones por parte del hotel, con sus clientes. Igualmente, se desarrollaron perfiles de clientes adaptados a las características de ellos de acuerdo a su frecuencia de compra, para proponer finalmente y a través de fases, el programa de fidelización.

Finalmente, se pudo concluir que la empresa objeto de estudio, debe poner en marcha el plan propuesto para lograr erradicar las debilidades encontradas en cuanto a las relaciones básicas que poseen con sus clientes, buscando así la estabilidad y aumento de sus ventas.

**Palabras clave:** Programa de fidelización, retención de clientes, frecuencia de compra

## **ABSTRACT**

This research is based on the study of "Systematic review of studies conducted on loyalty strategies of the Hotel El Gran Marques Trujillo, Trujillo 2018", companies dedicated especially to the hotel industry are currently in a highly competitive environment, this is why that it is essential to apply strategies linked to the management of relationships with customers, in order to retain them. That is why the initiative to develop an internship report arises, which seeks the retention of customers through a structured loyalty program designed for the Gran Marques Hotel.

The report presents as a general objective the proposal of a loyalty plan to maintain the portfolio of customers in the company. In the same way, the methodology used for the development of the report is framed in a feasible project, with a level of descriptive research and a design established as field. Thus, it was then possible to establish a strategic structure for the development of the report, collecting results directly from the organization and offering a proposal designed specifically for the Gran Marques Hotel. The questionnaire- type survey applied to a sample of clients drawn from a finite population was applied as a data collection instrument, yielding as clear results weaknesses in the relations by the hotel, with its clients. Likewise, customer profiles adapted to the characteristics of them were developed according to their purchase frequency, to finally propose and through phases, the loyalty program.

Finally, it was concluded that the company under study must implement the proposed plan to eradicate the weaknesses found in the basic relationships they have with their customers, thus seeking stability and increased sales.

Keywords: Loyalty program, customer retention, purchase frequency

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.**

## REFERENCIAS

- Agüero Lorena (2014). *Estrategia de fidelización de clientes*. Universidad de Cantabria
- Benitez, J. (2010). *La calidad del servicio en la industria hotelera*. (Tesis doctoral). Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Las palmas de Gran Canaria, España.
- Guadarrama Tavira, Enrique; Rosales Estrada, Elsa Mireya *Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. análisis y reflexión teórica* Ciencia y Sociedad, vol. 40, núm. 2, 2015, pp. 307-340 Instituto Tecnológico de Santo Domingo Santo Domingo, República Dominicana
- Kotler, P. Bowen, J. Makens, J. García, J. Flores, J. (2011). *Marketing Turístico*. 5ta ed. Madrid. Pearson Education.
- Kotler, P. Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. 14ta ed. Mexico, D.F: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, Millenium Edition*. 10ma ed. USA: Prentice-Hall, Inc.
- Martínez, J. (2010). *Desarrollo de estrategias para la gestión de la relación con los clientes de EDIL C.A*. Informe de pasantía no publicado. Universidad José Antonio Páez, Valencia
- Pinela Estefania (2013). *Fidelización de clientes a través de estrategias de crm con herramientas social media*. Universidad Estatal de Milagro. Ecuador
- Rocca Espinoza, E. García Pérez, D. Duréndez, A. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Contabilidad y Negocios*. (pp. 52-68).

### Fuentes Electrónicas:

- Alet, J. (2005). Marketing relacional: pasado, presente y futuro. [Revista en línea]. Consultado el 25 de junio de 2012 en: <http://pdfs.wke.es/9/4/3/4/pd0000019434>. Pdf
- Inditar. (2010). [Página web en línea]. Disponible en: <http://www.inditar.com/fidelizacion-clientes/programas-de-fidelizacion.php>