



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Marketing

“GESTIÓN DE RELACIÓN CON LOS CLIENTES Y LA FIDELIZACIÓN EN EL RESTAURANTE DE CARNES A LA PARRILLA PACO'S GRILL, CAJAMARCA, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autora:

Bach. Alessandra Elizabeth Vásquez Marín

Asesor:

Mg. Saraí Nelly Samán Chingay

Cajamarca - Perú

2022

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
RESUMEN	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Formulación del Problema.....	13
1.1.1. Problema General.....	14
1.1.2. Problemas Específicos	14
1.2. Objetivos:.....	14
1.2.1. Objetivo General:	14
1.2.2. Objetivos Específicos:	14
1.3. Hipótesis General:.....	14
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	15
2.1. Tipo de investigación.....	15
2.2. Diseño de la investigación	15
2.3. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	16
2.3.1. Población.....	16
2.3.2. Muestra	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección	17
2.4.1. La técnica es la encuesta.	17
2.4.2. El instrumento es el cuestionario de encuesta	17
2.5. Proceso de recolección y análisis de datos.....	17
2.6. Proceso de validez y confiabilidad.....	19
2.6.1. Validez del Instrumento:	19
2.6.2. Confiabilidad del Instrumento	20
2.7. ASPECTOS ÉTICOS:	20
CAPÍTULO III. RESULTADOS	21
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	36
REFERENCIAS	42
ANEXOS :	45
Anexo 1: Operacionalización de las variables.....	45
Anexo 2: Matriz de consistencia	47
Anexo 3: Validación de Instrumento "Gestión de la relación con los clientes - CRM" y "Fidelización"	48
Anexo 4: Instrumento de medición - Encuesta.....	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Escalas del coeficiente de Spearman	18
Tabla 2: Valoración del coeficiente de Chi Cuadrado	19
Tabla 3: Uso de la Gestión de Relación con el Cliente y su contribución en la fidelización	22
Tabla 4: Conocimiento de Gestión de la Relación con el Cliente	22
Tabla 5: Productos y servicios de Paco’s Grill	23
Tabla 6: Influencia del uso de la gestión de relación con el cliente y la calidad de servicio	24
Tabla 7: Datos de clientes de Paco’s Grill	25
Tabla 8: Registro de datos del cliente de la empresa Paco’s Grill	25
Tabla 9: Uso de redes sociales de Paco’s Grill	26
Tabla 10: Información de Paco’s Grill	27
Tabla 11: Preferencia a Paco’s Grill	28
Tabla 12: Cantidad de clientes usuales de Paco’s Grill?	29
Tabla 13: Visita al establecimiento de Paco’s Grill	30
Tabla 14: Relación del servicio de atención al cliente de Paco’s Grill	31
Tabla 15: Reacciones que genera la experiencia en Paco’s Grill	31
Tabla 16: Tiempo de solicitud de información referente al servicio de Paco’s Grill	32
Tabla 17: Influencia en la decisión de compra en Paco’s Grill	33
Tabla 18: Uso de redes sociales para recomendar a Paco’s Grill	34

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo principal identificar la relación entre la gestión de relación con los clientes y la fidelización en el restaurante de carnes a la parrilla Paco’s Grill, Cajamarca, 2019, para el desarrollo de esta se realizó una investigación básica teórica, con enfoque cualitativo, con profundidad descriptiva – correlacional, diseño no experimental y de corte transversal. Analizando las dos variables desde el punto de vista estadístico “Gestión de relación con los clientes” (V1) y Fidelización (V2), se obtuvo como coeficiente de correlación de Spearman un resultado igual a 0.968, determinándose que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, así mismo para someter a prueba la aceptación de hipótesis se utilizó Chi Cuadrado, la cual obtuvo un P valor de 0.001 siendo menor al nivel de significancia 0.05; ello implica rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna H1: Existe relación directa entre la gestión de relación con los clientes y la fidelización, en el restaurante de carnes a la parrilla Paco’s Grill, Cajamarca, 2019.

Así mismo para la verificación de resultados se aplicó encuesta por cuestionario, la cual fue aplicada a 47 clientes, se logró verificar que la Gestión de Relación con los clientes se relaciona con la fidelización, en cuanto a la percepción los clientes tienen conocimiento de la gestión de relación los clientes, en cuanto a la información, tecnología, datos, finalmente su preferencia por los descuentos, promociones es una gran oportunidad de fidelización con la marca.

Palabras claves: Fidelización, Gestión de relación con el cliente, Marketing, Influencia, Relación, Cliente.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- (s.f.). Obtenido de Pysma: <https://www.pysma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Apaolaza, & al., e. (2016). El efecto del posicionamiento en la lealtad al cliente. *Dialnet*.
- Apaolaza, & at, e. (2016). El efecto del posicionamiento en la lealtad al cliente. *Dialnet*.
- Araujo, & Peralta. (2017). Gestión de Restaurantes en Perú. *Redalyc*, 10-12.
- Arias, F. (2016). *Investigación, Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Arquero, Daniel José; Rodríguez de Llauder, Carlos; Barquero, Fernando. (2012). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Arquero, & al., e. (2016). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Arquero, & at, e. (2016). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Arteaga, A. (2015). *Control interno de la gestión de relación con el cliente*. Colombia.
- Arteaga, O. (2015). *La mejora en la fidelización del cliente y su influencia en la empresa San Agustín*. trujillo.
- Barquero. (2011). PYMES.
- Bencetur. (2016). El cliente y las empresas de servicios públicos. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, 7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194220465008>
- Bencetur, L. F. (2016). El cliente y las empresas de servicios públicos. *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, 7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194220465008>
- Boero. (2018). Gestión de fidelización de clientes.
- Boyero, & at, e. (2016). *EL CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ORGANIZACIÓN*. España. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935480005>
- Cáceres. (2017). Las PYME en la economía global. *scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362006000300003
- Canales. (2020). Fidelización de clientes: descubre las últimas tendencias. *EQUIPO BEE DIGITAL*.
- Caves. (2017). PYMES a nivel mundial . *Scyelo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362006000300003
- Chaparro, M. (2016). *Importancia de la fidelización de clientes en la empresa fastfood Multinaciones - Colombia*.
- Chiesa de Negri, C. (2015). “CRM: las cinco pirámides del Marketing Relacional”. Chile. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45104/componente45102.pdf
- Espinoza. (2020). *amocrm*. Obtenido de <https://www.amocrm.com/es/blog/estrategia-crm/>
- Espinoza, & Burgos. (2015). *Clasificación de PYMES*.

- Gómez R., C. (2015). La relación cliente-agencia: visión de los clientes. *Pensamiento & Gestión*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176003>
- Gómez, C. (2015). La relación cliente-agencia: visión de los clientes. *Pensamiento & Gestión*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176003>
- Hernández, & Baptista. (2014). Tipos de investigación. 154.
- Mejía, C. (2014). Los modelos de fidelización. *www.planning.com.co* .
- Mesen, V. (2011). Fidelización de clientes. 30.
- Ministerio de la Producción del Perú. (2017). *PYMES*.
- Montoya, & at, e. (2013). El Crm Como Herramienta Para El Servicio Al Cliente En La Organización. "Visión de Futuro", 130. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935480005>
- Moran, C. (2017). Fidelización y calidad .
- Moza. (2020). *COMISIÓN ENCONOMICA PARA AMERICA LATINA* . Obtenido de <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- Olguín, F. (2014). *Mejoramiento de los procesos de fidelización a través del estudio del trabajo de la empresa La Chinita Food – Cali, 2014*”.
- Palermo, L., & Sánchez, K. (2015). Clientes Fidelizados.
- Parmelee, D. (2012). Desarrollo exitoso de las estrategias de marketing. *Reverte*. - *Redalyc*. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/198>
- Parra, E. (2014). *Mejoramiento de los procesos de fidelización a traves del estudio del trabajo de la empres La Chinita Food - Cali*.
- Pérez, & at, e. (2016). *Las nuevas aplicaciones del Marketing Moderno*. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45104/componente45102.pdf
- Pérez, D., Ubago, I., & Pérez, M. d. (2016). *Las nuevas aplicaciones del Marketing Moderno*. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45104/componente45102.pdf
- Plaza. (2020). *amorcr*. Obtenido de <https://www.amocrm.com/es/blog/estrategia-crm/>
- Quintero, C. (2015). Obtenido de *Gestión adminisgrativa para el control de la gestión de relación con el cliente - Maracaibo*.
- Quiroz, C. (2016). *Control de la relación de la gestión con el cliente en la empresa Servicios Dieguito SRL -2015*. Trujillo.
- Quispe, L. (2017). *Tipos de investigación*.
- Rivero, L. (2015). Factores de fidelización de clientes en una organización. Obtenido de <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/cee/ucm-t27108.pdf>.
- Rivero, L. (2016). Factores de fidelización de clientes en una organización. Obtenido de <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/cee/ucm-t27108.pdf>.
- Rodriguez. (2020). *amocrm.com*. Obtenido de <https://www.amocrm.com/es/blog/estrategia-crm/>
- Rojas, L. (2017). *cybertesis*. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu/handle/6626>
- Romero. (2017). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362006000300003
- Schnarch, A. (2017). Marketing de Fidelización.

- Smith, A. (2017). *La Estrategia CRM - Las claves para aumentar y fidelizar la clientela* (Vol. 28). Mexico. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/La_estrategia_CRM.html?id=f3UkDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Swiift, R. (2002). CRM Como mejora las relaciones con los clientes. *Scielo*.
- Valderrama, S & Jaimes, C. (2019). El Desarrollo de la Tesis. Editorial San Marcos
- Vargas, A. (2016). Relación con el cliente .
- Vásquez, P. (2014). *Sistema de fidelización en Pymes del distrito de Trujillo* .
- Vega, A. (2018). Definición de estrategias de CRM.
- Zambrano, G. J. (2020). La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas. doi:<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.204>