

**FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

INFORME DE INVESTIGACIÓN

Propuesta estratégica de Marketing relacional utilizando el modelo CRM (Customer Relationship Management), para satisfacer y fidelizar los clientes en la empresa hotelera “Primavera S.A.C”; Chiclayo, 2011.

Para obtener el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

MARÍA DEL ROSARIO ULFE SUÁREZ

ASESORA:

Asesor temático – Mag. Lucy Suyo Oré.

Asesor metodológico - Mag. Cecilia Vidaurre.

PIMENTEL, DICIEMBRE 2011

RESUMEN:

En la presente investigación se planteó una propuesta de marketing relacional, realizando el modelo CRM para satisfacer y fidelizar los clientes del hotel Primavera basándose en un estudio propositivo - cualitativo y cuantitativo, bajo las técnicas de, encuestas y fichas de observación para recopilar información de los sujetos de análisis, clientes que adquirieron el servicio. La empresa cuenta con una trayectoria de seis años en el mercado. En la actualidad se encuentra en un auge de crecimiento, pero está presentando problemas con su público objetivo, sus clientes son altamente inactivos debido a que no aprecian la preferencia del servicio que se ofrece, por lo tanto, la estrategia de marketing relacional con cinco dimensiones-Relaciones de la organización, gestión de retención, gestión de calidad, gestión de tecnología, y gestión de clientes permitió analizar la relación empresa-cliente y así generar estrategias adecuadas para identificar las necesidades y exigencias de los consumidores y de esta manera poder satisfacerlos y fidelizarlos.