



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela De Administración

TESIS

**RELACION DEL MARKETING RELACIONAL Y
LAS VENTAS EN EL RESTAURANTE
CORDOVA – CHICLAYO 2015**

**Para Optar El Título Profesional De Licenciado En
Administración**

AUTORES

GUEVARA UGAZ BLANCA ROSALIN

PITA DÍAZ MAGALY SARAY

Pimentel, Perú - 2015

RESUMEN

La presente investigación se realizó en el Restaurante Córdova ubicado en la ciudad de Chiclayo, dedicándose principalmente a la preparación de platos criollos de la región Lambayeque.

El propósito de esta investigación consiste en proponer estrategias de Marketing Relacional que ayuden a incrementar el nivel de ventas en el restaurante Córdova, bien sabemos la importancia que tiene el marketing relacional en las empresas, hoy en día es de gran ayuda debido a que permitirá establecer y mantener relaciones a largo plazo con los clientes, además de captar, retener y atraer nuevos clientes, logrando su satisfacción y fidelización mediante la buena calidad de los productos y el servicio brindado.

Para ello fue necesario aplicar encuestas a los clientes y colaboradores del restaurante, tomando como muestra a 135 clientes y a los 7 colaboradores, utilizando la fórmula de muestreo probabilístico; dando como resultado que el restaurante Córdova no cuenta con una base de datos de sus clientes, pero si mantiene buenas relaciones con ellos, cumpliendo con cada una de sus expectativas. El tipo de investigación utilizada fue correlacional no experimental, correlacional por que se tuvo que determinar la relación entre el Marketing Relacional y las ventas, la cual mediante el estadístico spss utilizado se demostró que si existía una fuerte relación entre ambas variables, por ende el Marketing Relacional si influye positivamente en las ventas.

Nuestra investigación concluyo en proponer estrategias de marketing relacional para el incremento de las ventas en el Restaurante Córdova Chiclayo – 2015.