



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

ESTRATEGIA DE CLIENTIZACIÓN BASADA EN CRM PARA MEJORAR EL  
PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA NEGOCIOS  
MARTHITA DEL DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ, CIUDAD DE  
CHICLAYO - 2013.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN

**AUTORES**

Bach. Bravo Vásquez Lisbeth Johana  
Bach. Miñope Castañeda Juana Lizbeth

PIMENTEL, 14 DE JULIO DEL 2014

## RESUMEN

Este trabajo denominado ESTRATEGIA DE CLIENTIZACIÓN BASADA EN CRM PARA MEJORAR EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA NEGOCIOS MARTHITA DEL DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTÍZ, CIUDAD DE CHICLAYO - 2013. Se realiza con el fin de plantear una Propuesta CRM que nos permita obtener toda la información necesaria de cada cliente de la Empresa Negocios Marthita, con el propósito de lograr un trato personalizado del mismo, y por consiguiente mejorar el proceso de atención al cliente.

La realidad problemática es que el proceso de atención al cliente es deficiente, es por ello que se aplica el CRM como estrategia de clientización que les ayudará a captar clientes mediante actividades de marketing y ventas; y al mismo tiempo la retención o fidelización de los mismos, mediante la excelencia en el servicio, teniendo como protagonista principal al cliente.

Esta estrategia tiene como objetivo el captar, retener y mantener una relación duradera y fidelización de sus clientes; identificando, comprendiendo y satisfaciendo sus necesidades.

Para el marco metodológico, se realizó una investigación de tipo descriptiva transaccional, los medios e instrumentos fueron obtenidos mediante encuestas aplicadas a una muestra de 97 clientes, se logra determinar las principales causas de la mala atención al cliente.

Para mejorar la situación mencionada se propuso una estrategia de clientización basada en CRM para mejorar la calidad de atención al cliente de la empresa Negocios Marthita. Finalmente las conclusiones determinan que existen deficiencias en atención al cliente por lo que se propone una estrategia de clientización basada en CRM para mejorar el proceso de atención al cliente.

## **ABSTRAC**

This work called CLIENTIZACIÓN BASED STRATEGY FOR IMPROVING THE CRM CUSTOMER COMPANY BUSINESS DISTRICT MARTHITA JOSEPH LEONARDO ORTIZ, CIUDAD DE Chiclayo - 2013 is performed in order to raise a CRM Proposal to allow us to get all the necessary information for each customer of the Company Business Marthita, in order to achieve the same personalized service, and consequently improve the process of customer service.

The problem really is that the process is poor customer service, which is why CRM is applied as clientización strategy that will help them attract customers through sales and marketing activities; while retaining the same or loyalty through excellence in service, with the main protagonist customer.

This strategy aims to attract, retain and maintain a lasting relationship and customer loyalty; identifying, understanding and meeting their needs.

Methodological framework for a transactional descriptive research was conducted, the means and instruments were obtained by escuestas applied to a sample of 97 customers, is able to determine the main causes of poor customer service.

To improve the situation referred clientización strategy based on CRM was proposed to improve the quality of customer service of the company Business Marthita. Finally, conclusions dictate that there are deficiencies in customer service so a strategy based clientización CRM aims to improve customer care process.