



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA CRM PARA EL PROCESO DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA MAÍZ DEL  
NORTE EL INGENIERO S.A.C. DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ, CHICLAYO 2014.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN**

**AUTORAS:**

**Bach. Mestanza González Eliana Isabel**

**Bach. Valdera Olivos Rosa Leydi**

**PIMENTEL, DICIEMBRE DEL 2014**

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación es implementar un Sistema CRM para mejorar el proceso de atención al cliente de la empresa comercializadora Maíz del Norte el Ingeniero SAC. Para ello se realizó un análisis situacional en el cual se demuestra que no existe un buen proceso de atención al cliente.

Se realizó un estudio de tipo descriptiva, transaccional o transversal. El estudio describe dos variables: Variable Independiente (Sistema CRM) y Variable Dependiente (Proceso de atención al cliente). El diseño de investigación es no experimental, donde se contó con una población de 150 clientes, de los cuales se estableció una muestra de 84 clientes, quienes han manifestado la información necesaria para esta investigación.

La empresa está dispuesta a desarrollar productos que cumplan en satisfacer las preferencias y requerimientos de los consumidores.

Las conclusiones determinan que existe un déficit en la atención al cliente, por lo que se propone un Sistema CRM, que siendo una herramienta base para todo tipo de organización, busca mantener, retener y fidelizar al cliente. Logrando que éste sea el centro de atención de la empresa.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to implement a CRM system to improve customer process trading company Corn North SAC Engineer. To do a situational analysis which shows that there is a good customer process was performed.

A study of descriptive, transactional or cross type was performed. The study describes two variables: Independent Variable (CRM system) and dependent variable (customer process) .The research design is not experimental, where it had a population of 150 customers, of which a sample of 84 was established customers who have shown the necessary information for this research.

The company is willing to develop products that meet to satisfy the preferences and requirements of consumers.

The findings determined that there is a shortfall in customer service, so a CRM system, which remains a basic tool for all types of organization, seeks to maintain, and retain customer loyalty is proposed. Achieving this will be the focus of the company.