



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PLAN DE ESTRATEGIAS PARA EL INCREMENTO
DE LA CARTERA DE CLIENTES DEL
RESTAURANT DOÑA LUCHA EN EL DISTRITO
DE POMALCA**

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

Autores

Bach. Ángeles Olivos, Gerardo Hildemaro

Bach. Silva Cancino, César Georsinio

Asesor

Mg. Petronila Liliana Mairena Fox

Línea de Investigación

Marketing

Pimentel – Perú

2014

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo elaborar un plan de estrategias en marketing relacional para el incremento de la cartera de clientes del restaurant Doña Lucha en el distrito de Pomalca en base a la teoría de Chiesa.

La investigación fue con enfoque mixto aplicado y con diseño no experimental. Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia (80 personas); el instrumento fue mediante un cuestionario de 21 ítems con escala tipo Likert. Se determinó un Alfa de Crombach de 0.681 a la prueba piloto y para determinar la validez del contenido se aplicó la prueba de fiabilidad, y la validación de las encuestas por especialistas. La hipótesis planteada fue si una propuesta de un plan de estrategias en marketing relacional es elaborada en base a la teoría de las cinco pirámides del marketing relacional de Chiesa; entonces la cartera de clientes del restaurant Doña Lucha incrementará. El p- value fue de 0.546 para determinar la distribución normal.

Se concluye que una propuesta en plan de estrategias en marketing relacional incrementará la cartera de clientes del restaurant Doña Lucha en el distrito de Pomalca.

Palabras claves

Plan de estrategias, marketing relacional, cartera de clientes, restaurant.