



**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.