



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONAL
COMO VENTAJA COMPETITIVA DEL HOSTAL SAN
EDUARDO –CHICLAYO**

Para Optar El Título Profesional De Licenciado En

Administración

Autora

Bach. Cynthia del Rosario Perleche Sampen

Pimentel, Julio del 2015

RESUMEN

La presente tesis se realizó en el Hostal San Eduardo de la ciudad de Chiclayo, dedicada al servicio de alojamiento y estadía.

El propósito de la presente investigación consiste en proponer un plan de marketing relacional para poder utilizarlo como una ventaja competitiva ante los diferentes competidores del mismo rubro. se optó por realizar esta estrategia de marketing relacional porque si bien es cierto hay muchos cliente que regresan pero también hay muchos que no vuelven solo por tener una mal impresión o alguna incidencia desagradable que les paso, sumamos a esto su falta de tecnología, publicidad, la calidad del nivel de servicio,etc.

Para ello fue necesario aplicar una encuesta como diariamente los clientes que llegan son máximo de 10 personas ,entonces mensualmente tendría una población de 280 clientes y utilizando la fórmula del muestreo no probabilístico nos dio como resultado encuestar a 163 clientes del hostel por un periodo de dos meses; sobre la relación que existe entre el Hostal San Eduardo y sus clientes si están satisfechos o no con el servicio, si cumplen sus expectativas deseadas, o que les gustaría que implementara el hostel para un mejor servicio y tenerlos como clientes fijos. El tipo de investigación que se realizo es mixto, descriptivo, no experimental porque he utilizado métodos cualitativos como la observación y métodos cuantitativos como la encuesta recopilando los datos y procesándolos en el programa spss y Excel para tener una mejor visión del problema en cantidades. El trabajo de investigación concluye con la realización de una propuesta de marketing relacional basada en las deficiencias que dieron como resultado la aplicación de la encuesta logrando así una mejor competitividad empresarial.

ABSTRACT

This thesis was conducted at the Hostel San Eduardo city of Chiclayo, dedicated to hosting service and stay.

The purpose of this research is to propose a relationship marketing plan to use it as a competitive advantage over the different competitors in the same field. we chose to make this relationship marketing strategy because if it is true there are many customers who return but there are many who do not return just to have a bad impression or some unpleasant incident happened also, we add to this the lack of technology, advertising, quality level of service, etc.

This involved applying a survey as customers arriving daily are up to 10 people, then monthly would have a population of 280 customers and using the formula of non-probability sampling survey results gave 163 customers hostel for a period of two months; on the relationship between the Hostal San Eduardo and their customers if they are satisfied or not with the service if they meet your desired expectations, or would like to implement the hostel for a better service and keep as regular customers. The research that was conducted is mixed, descriptive, not experimental because I used qualitative methods such as observation and quantitative survey methods such as collecting data and processing them in SPSS and Excel to get a better view of the problem in quantities. The research concludes with the completion of a proposed relationship marketing based on the deficiencies that resulted in the implementation of the survey thus achieving a better business competitiveness.