FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración; denominada:

PLAN DE ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES BASADO EN EL MODELO DE PAUL TIMM R. EN LA EMPRESA "SELFIR MOTOS" S.R.L. CHICLAYO

AUTORES:

Bach. PÉREZ VEGA CHRISTIAN ARMANDO

Bach. VIZCARRA MUÑOZ REGULO

PIMENTEL – PERÚ

2012

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es Elaborar una propuesta de plan de estrategias para la fidelización de clientes en la Empresa Selfir Motos S.R.L Chiclayo, fundamentado en la el modelo de Paul Timm.

Para lo cual se ha aplicado el tipo de encuesta Likert, conformado por treinta reactivos (preguntas) con la finalidad de conocer los aspectos para lograr la fidelización de los clientes de la empresa.

Los resultados de las encuestas aportaron mucha información en cuanto a la situación actual, la cual muestra un deficiente desarrollo de la planificación, campo muy amplio que abarca problemas en la gerencia, problemas con los colaboradores y el establecimiento de estrategias para lograr la fidelización de los clientes.

La presente investigación corresponde al tipo Descriptivo, crítico, social y propositivo. En el desarrollo del estudio estuvieron involucrados el personal de la empresa Selfir Motos conformado por 80 colaboradores a los cuales se aplicó la encuesta en base a la escala de Likert.

En términos generales el presente documento expone en primer lugar los conceptos sobre planificación, estrategias y fidelización fundamentados en teorías de primera categoría, considerados importantes para el logro del objetivo de la investigación

ABSTRACT

The aim of the present investigation is Elaborates a proposed plan of strategies for the clients' loyalty in the Company Selfir Motos S.R.L Chiclayo, based on Paul Timm Model.

For which there has been applied the type of survey Likert, shaped by thirty reagents (you) (ask) with the purpose of knowing the aspects to achieve the loyalty of the clients of the company.

The results of the surveys contributed a lot of information as for the current situation which shows the deficient development of the planning, very wide field that includes problems in the management, problems with the collaborators and the establishment of strategies to achieve the loyalty of the clients.

The present investigation corresponds to the Descriptive, critical, social type and proposition. In the development of the study they were involved the personnel of the company Selfir Motos shaped by 80 collaborators to which the survey was applied on the basis of Likert's scale.

In general terms the present document exposes first the concepts on planning, strategies and loyalty based on theories of the first category, considered important for the achievement of the aim of the investigation