



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**Relación entre el Marketing Relacional y la
Fidelización en Transportes Ángel Divino
S.A.C - Chiclayo**

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

AUTORES:

Ibañez Esteves Desireeth Eugenia

Herrera Heredia Tania Magali

PIMENTEL, PERÚ – 2015

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se origina a partir de la realidad presentada en la Empresa de Transportes Ángel Divino S.A.C Chiclayo en donde se manifiesta que los trabajadores de esta empresa no reciben las capacitaciones necesarias acerca de cómo mantener una buena relación con los clientes y así brindarles un servicio de calidad.

Al observar esta situación problemática se propone la aplicación de estrategias de Marketing Relacional para fortalecer la fidelización en los clientes de la Empresa de Transportes Ángel Divino S.A.C Chiclayo 2015.

El proceso de investigación se inició con la observación directa, la aplicación de un cuestionario dirigido a una muestra de 73 clientes, cuyas edades son en general.

El diseño de estudio trabajado en nuestra investigación fue no experimental, que luego al comparar los resultados se comprueba la influencia significativa que representa el Marketing Relacional para incrementar la fidelización de los clientes.