



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN EN EL
SERVICIO COMO VENTAJA COMPETITIVA
PARA LA EMPRESA LAAM TOURS EIRL –
CHICLAYO**

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

Autores:

**Bach. Santisteban Aguilar Rudy
Bach. Tafur Cueva Lucero Yohana**

Asesor:

Mg. Coronado Zuloeta Ivan Pedro

**Línea de Investigación:
Marketing**

**Pimentel – Perú
2015**

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo diseñar estrategias de diferenciación en el servicio como Ventaja Competitiva para la Empresa Laam Tours E.I.R.L. – Chiclayo.

Se realizó un estudio de tipo correlacional - propositivo con un diseño no experimental y transversal, donde se contó con una población y muestra de 150 pobladores de la ciudad de Chiclayo a quienes se aplicó una encuesta utilizando como instrumento la escala de Likert con la que se obtuvo la información de este estudio.

Los resultados muestran que la diferenciación está dada por los descuentos en las tarifas de taxi que se le hace al cliente (68%), también por la percepción que se tiene sobre los conductores de servicio de taxi que se encuentran afiliadas en relación a sus habilidades para conducir (55%); además los clientes de Laam Tours E.I.R.L. están de acuerdo con que sus tarifas están acorde al servicio que ofrece. También que las ventajas competitivas de la empresa están dadas por: los vehículos modernos que se utiliza para brindar el servicio de taxi (53%); también la amabilidad y la prudencia al conducir del chofer; además el constante monitoreo de las unidades por la central de Laam Tours E.I.R.L.; factores que forman parte de la competitividad de la empresa. Se concluye que la elaboración de una propuesta con estrategias de diferenciación para la empresa Laam Tours E.I.R.L. – Chiclayo, es necesaria porque se requiere gestionar la reputación de la empresa utilizando los medios adecuados para hacerlo, además la publicidad que realiza es poco visualizada según manifiesta el 57% de usuarios, por lo que es necesario estrategias de diferenciación que favorezca la competitividad de la empresa.

Palabras Clave: Estrategias, diferenciación, competitividad. ventaja competitiva.