



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PROPUESTA DE APLICACIÓN DEL CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM) PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE
MARCA DE LA EMPRESA SUPER MEGA MOSZ 2014**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

Autores:

Bach. Alarcón Arana, José Alfonso

Bach. Sánchez Morales, Héctor Joan

Pimentel, Diciembre de 2014

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo proponer una aplicación de CRM empresarial para mejorar el posicionamiento de la empresa Súper Mega Mosz. Para alcanzar el objetivo se empleó el método inductivo en la investigación se aplicó una encuesta de 31 ítems a una muestra de 75 clientes de la empresa Mega Mosz tanto mayoristas y minoristas.

Entre los resultados más importantes los clientes manifiestan una satisfacción 58% en que la empresa conoce sus necesidades, el 22% es indiferente, también el 77% está satisfecho a que la empresa tiene contacto con clientes para brindarle promociones, en relación al posicionamiento el 48% de los clientes afirman su conformidad con el trato amable al cliente, el 36% está en desacuerdo.

Se concluye que los factores que influyen en el posicionamiento son el precio, los ambientes, las promociones, etc. En cuanto a la percepción del cliente el servicio es regular.

ABSTRACT

This research aimed to propose a CRM business application to improve the positioning of the company Super Mega Mosz . To achieve the goal the inductive method was used in this research, a survey of 31 items was applied to a sample of 75 clients of the company Mega Mosz both wholesalers and retailers.

Among the most important results show a customer satisfaction 58% in the company knows your needs , 22% indifferent , 77 % are also satisfied that the company has contact with customers to offer promotions , relative positioning 48 % of customers report their compliance with the friendly customer care , 36 % disagree .

We conclude that the factors that influence the position are the price , the rooms , promotions, etc. Regarding the perception of customer service is regular.