



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING RELACIONAL PARA
MEJORAR LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA EMPRESA DE
TAXIS TOURS CHICLAYO**

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

Autor:

Bach. Portocarrero Alvis Boris Alfonso

Bach. Luis Raúl Ticliahuanca Uriarte

Pimentel, Perú – 2014

RESUMEN

El objetivo principal de este estudio fue proponer un plan de marketing relacional para mejorar la fidelización de clientes en la empresa de taxis Tours Chiclayo, donde se realizó un estudio de tipo descriptivo y explicativo con un diseño no experimental. Los resultados muestran que la problemática en la empresa de taxi Tours Chiclayo está dada por la falta de acciones de marketing que permitan la fidelización de clientes con el servicio de taxi de la empresa. Se ha identificado que el nivel de fidelización de los clientes es bajo o nulo debido a que no existe preferencia por el servicio de una empresa de taxi en particular de la ciudad de Chiclayo. Se ha determinado que las estrategias de marketing relacional son necesarias para la empresa de taxi Tours Chiclayo ya que estas son importantes para lograr la fidelización de clientes con el servicio de taxi ofrecido por la empresa.

Esta investigación generó reflexión y discusión tanto sobre el conocimiento existente del área investigada, como dentro del ámbito de las Ciencias Administrativas. Las estrategias de marketing relacional orientadas a la fidelización de clientes, buscan aprovechar las oportunidades para mejorar las condiciones de la empresa dentro del mercado, por tal motivo la propuesta de esta investigación desempeña un papel importante en la planeación de la empresa.

ABSTRACT

The main objective of this study was to propose a relationship marketing plan to improve customer loyalty in Chiclayo Tours taxi company, where a study of descriptive and explanatory type with a non-experimental design was performed.

The results show that the problems in Chiclayo Tours taxi firm is given by the lack of marketing activities that enable customer loyalty with the taxi service company. It has been identified that the level of customer loyalty is low or zero because there is no preference for the service of a taxi company in particular Chiclayo. Se city has determined that relationship marketing strategies are needed for Chiclayo Tours taxi company as these are important in achieving customer loyalty with the taxi service offered by the company.