



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Estrategia Customer Relationship Management y Fidelización de clientes
en la empresa América S.A.C. Trujillo, 2017.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

Saavedra Alcántara Jhon Moisés

ASESOR METODOLOGO:

Dra. Espinoza Rodríguez Olenka Ana Catherine

ASESOR ESPECIALISTA:

MBA. Alcántara Mesías, Enrique Erickson

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2017

Resumen

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar la relación que existe entre la estrategia Customer Relationship Management y la fidelización de los clientes en la empresa América. Trujillo, 2017, es una investigación descriptiva correlacional no experimental de corte transversal, que se realizó en base a la información obtenida a través del instrumento de investigación que fue un cuestionario de 30 preguntas, aplicado a 236 clientes de la empresa América S.A.C Trujillo, llegando a la conclusión que la estrategia Customer Relationship Management y la fidelización de los clientes en la empresa América. Trujillo, 2017 tienen relación positiva altamente significativa y un coeficiente de correlación de 0.528

Palabras clave: Marketing, Relacional, Estrategia CRM, Fidelización, Clientes.

Abstrac

The present investigation was carried out with the objective of determining the relationship that exists between the Customer Relationship Management strategy and the customer loyalty in the América company. Trujillo, 2017, is a cross-sectional non-experimental descriptive correlation research, which was carried out based on the information obtained through the research instrument that was a questionnaire of 30 questions, applied to 236 clients of the América SAC Trujillo company, arriving to the conclusion that the Customer Relationship Management strategy and customer loyalty in the company America. Trujillo, 2017 have a highly significant positive relationship and a correlation coefficient of 0.528

Keywords: Marketing, Relationship, CRM Strategy, Loyalty, Customers.