

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de investigación, tiene como objetivo mejorar los procesos de fidelización de clientes en las pequeñas y medianas empresas “PYMES”, a través del uso de un software de CRM. El estudio de campo tuvo lugar en la provincia de Pichincha, donde se utilizó la técnica encuesta dirigida a microempresarios de tres tipos de empresas, producción, comercialización y servicios. Para el análisis de las variables la información obtenida en las encuestas fue ingresada al programa SPSS donde se realizaron análisis Bivariado y Univariado. Mediante los resultados obtenidos en la investigación se concluye que la mayor cantidad de PYMES ubicadas en Pichincha se dedican a la comercialización y servicios, además se evidenció la falta de conocimiento en términos de fidelización y gestión de un modelo de CRM. Finalmente se utilizó el método GAP para obtener una propuesta que está enfocada en aplicar la técnica SPIN como estrategia de venta y posteriormente brindar capacitaciones con el apoyo de la Universidad hacia las PYMES que están dispuestas a invertir esta nueva tecnología en su negocio.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **FIDELIZACIÓN**
- **CRM**
- **PYMES**
- **SPIN**

## **ABSTRACT**

The purpose of this research project is to improve customer loyalty processes in small and medium-sized companies "PYMES", through the use of CRM software. The field study took place in the province of Pichincha, where the survey technique aimed at microentrepreneurs of three types of companies, production, marketing and services was used. For the analysis of the variables, the information obtained in the surveys was entered into the SPSS program, where bivariate and Univariate analyzes were carried out. Through the results obtained in the research it is concluded that the largest number of SMEs located in Pichincha are dedicated to marketing and services, as well as the lack of knowledge in terms of loyalty and management of a CRM model. Finally, the GAP method was used to obtain a proposal that focuses on applying the SPIN technique as a sales strategy and then providing training with the support of the University to SMEs that are willing to invest this new technology in their business.

## **KEYWORDS**

- **LOYALTY**
- **CRM**
- **SMEs**
- **SPIN**