

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Proyecto de Investigación está dirigido a aumentar la satisfacción del cliente de asociación EXPRESO TARIJA mediante la creación de estrategias de marketing.

En la primera parte se determina hacia donde esta direccionada la investigación y en lo que se realizara para determinar las estrategias a seguir.

En la segunda parte se realizó el marco teórico para la sustentación científica de las estrategias.

En la tercera parte se realizó un diagnostico al entorno macroeconómico y microeconómico del sector, así también un análisis interno a la empresa asociación EXPRESO TARIJA. De acuerdo al análisis PESTA los factores externos que más afectan a la empresa son los políticos-legales, económicos y sociales, en términos legales la empresa cumple con todos los requisitos para operar legalmente, en lo social los disturbios por manifestaciones sociales (bloqueos) perjudican el desenvolvimiento de la empresa y bajan la satisfacción de nuestros clientes al quedarse parados en los viajes.

En la cuarta parte se realizó un análisis al consumidor mediante encuestas para conocer la opinión y el sentir sobre el servicio que obtienen de la empresa asociación EXPRESO TARIJA.

En la quinta parte se hizo el análisis de las encuestas y la interpretación de las respuestas obtenidas.

La mayoría de los encuestados están satisfechos del servicio y del precio que se oferta en la empresa, pero coinciden que se debe mejorar la calidad de los buses y mejorar la atención hacia el cliente.

En la sexta parte se desarrolló la propuesta de estrategias que fidelizaran al cliente, capacitaran a los trabajadores que están en contacto directo con los clientes y además de promocionar el servicio.