

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Diseño de una estrategia de fidelización del cliente para agua de mesa de la empresa Aguas Roboré”, fue elaborado con la finalidad de recuperar la cartera de clientes y atraer nuevos para beneficio de la empresa. Estará dividido en tres partes:

La primera parte, consta de un marco teórico, constituido por la recopilación de conceptos que hacen referencia principalmente al área de marketing, específicamente sobre la estrategia de fidelización. Los conceptos de Marketing, estrategias, fidelización y otros conceptos que serán la base principal, para poder desarrollar el análisis del diagnóstico y la propuesta del trabajo.

En segunda instancia, ésta el diagnóstico que consta del análisis comercial de la empresa, donde encontramos la descripción y aplicación del producto, ventajas del producto, los mercados, los proveedores los precios del producto, etc. para llegar a conocer las ventajas de la empresa; en el medio externo de la empresa analizaremos los competidores potenciales, el nivel de complejidad del sector, los productos sustitutos y el poder de negociación de los compradores, para llegar a determinar la actual cuota del mercado.

La propuesta, en base a los conceptos del marco teórico y el análisis de la situación actual de la empresa, propone un diseño de una estrategia de fidelización óptima, comenzaremos con plantear objetivos principalmente, con el fin de tomar decisiones estratégicas y proponer acciones para cada componente de la estrategia propuesta, un presupuesto que reflejará ingresos y gastos estimados que se producirán en la gestión de la puesta en marcha de la estrategia.