



INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA
Tecnología, Innovación y Desarrollo

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE
FIDELIZACION PARA LOS CLIENTES DEL
NEGOCIO “AGRO FINCA FREIRE” DEL
CANTÓN AROSEMENA TOLA DE LA
PROVINCIA DE NAPO.



Elaborado por:

COLES QUINGAGUANO OSCAR BRYAN

2024-2025

Índice

Portada.....	1
Índice	2
Introducción.....	3
Objetivos específicos.....	4
Objetivos específicos.....	4
Programas de Fidelización.....	5
Programa de recompensas.....	6
Personalización de la experiencia.....	14
Atención al cliente excepcional	19
Plan de acción.....	24
Conclusiones.....	27
Recomendaciones.....	28
Anexo.....	29

Introducción

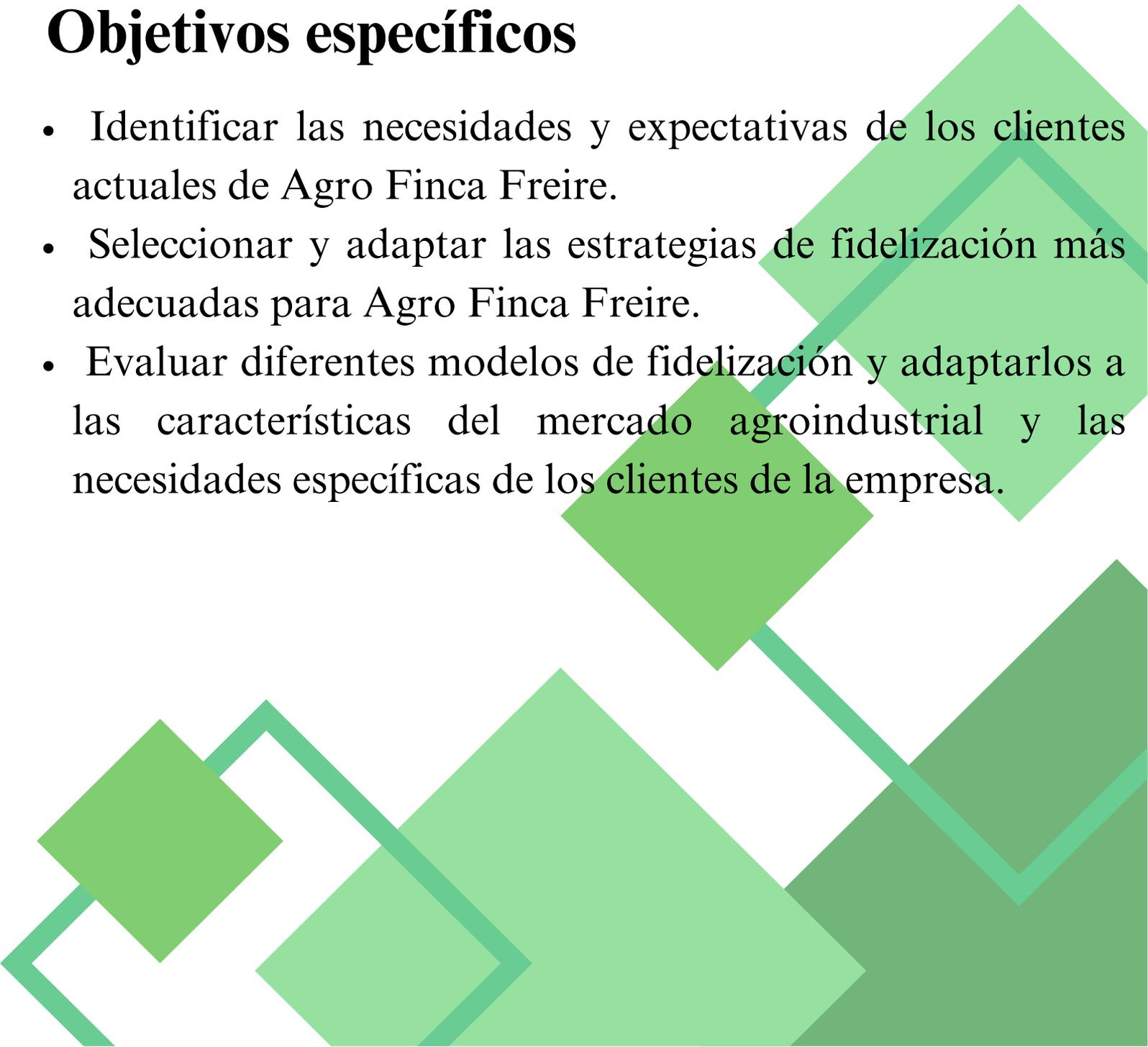
En un entorno de creciente competitividad en el sector agropecuario, las empresas deben ser cada vez más innovadoras para mantener y aumentar su base de clientes. La fidelización de los clientes se ha convertido en una estrategia esencial para lograr la sostenibilidad a largo plazo, ya que no solo es más rentable retener a los clientes actuales, sino que también fortalece la relación entre la marca y los consumidores. En este sentido, el diseño de un producto acreditable que permita a Agro Finca Freire implementar una estrategia de fidelización se presenta como una solución estratégica que beneficiará tanto a la empresa como a sus clientes.

Agro Finca Freire, dedicada a la venta de productos agropecuarios, como semillas y otros insumos agrícolas, enfrenta el reto de fortalecer su vínculo con los clientes en un mercado altamente competitivo. Este trabajo tiene como objetivo presentar el diseño y la implementación de un sistema acreditable centrado en una estrategia de fidelización, adaptado a las necesidades del sector agropecuario. El producto acreditable tiene como fin premiar a los clientes leales mediante un sistema de recompensas que promueva la repetición de compras, el intercambio de conocimiento y la participación activa en la comunidad agropecuaria.

Objetivo general

Diseñar estrategias de fidelización personalizadas para Agro Finca Freire, con el fin de aumentar la lealtad de los clientes, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer las relaciones a largo plazo, impulsando el crecimiento sostenible de la empresa.

Objetivos específicos

- Identificar las necesidades y expectativas de los clientes actuales de Agro Finca Freire.
 - Seleccionar y adaptar las estrategias de fidelización más adecuadas para Agro Finca Freire.
 - Evaluar diferentes modelos de fidelización y adaptarlos a las características del mercado agroindustrial y las necesidades específicas de los clientes de la empresa.
- 

PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1

Programa de Recompensa

2

Personalización de la Experiencia

3

Atención al Cliente Excepcional



PROGRAMA DE RECOMPENSA



Un programa de recompensas es una estrategia de fidelización en la que se otorgan incentivos a los clientes por realizar compras recurrentes o por interactuar de manera continua con la empresa. El objetivo principal de este programa es motivar a los clientes a seguir eligiendo la marca a través de un sistema de acumulación de puntos, descuentos o beneficios exclusivos.

¿Cómo Funciona un Programa de Recompensas?

Un programa de recompensas funciona incentivando a los clientes a realizar compras o acciones específicas a cambio de puntos o créditos que pueden acumular y canjear por recompensas. El objetivo es premiar a los clientes por su lealtad, lo que a su vez fomenta la repetición de compras y una relación continua con la marca.

PASOS

1. Definir objetivo

Antes de implementar un programa de recompensas, es esencial definir claramente el objetivo. ¿Se busca aumentar las ventas repetidas, atraer nuevos clientes o fomentar la fidelidad a largo plazo? El objetivo guiará todas las decisiones posteriores.

2. Establecer sistema

Valor de los puntos: Decide cómo los clientes ganarán puntos (por ejemplo, 1 punto por cada \$1 gastado).

Acumulación de puntos: Los puntos deben acumularse de manera clara y fácil de entender. Los clientes deberían poder ver cuántos puntos han ganado con cada compra o acción.

3. Determinar recompensa

Las recompensas deben ser atractivas para los clientes y alinearse con sus intereses. Pueden ser descuentos en futuras compras, productos gratuitos, promociones especiales, acceso exclusivo a eventos o incluso experiencias personalizadas.

Es recomendable ofrecer una variedad de recompensas en diferentes niveles, para que los clientes puedan elegir la que más les convenga según sus preferencias.



4. Establecer Condiciones

El programa debe tener reglas simples y fáciles de entender, como cuánto cuestan las recompensas, cómo se ganan los puntos y las condiciones para canjearlos.

Las condiciones de participación también deben ser transparentes (por ejemplo, si hay alguna compra mínima, si los puntos pueden aplicarse a ciertos productos, etc.).



5. Promoción del Programa

Una vez que el programa esté listo, es crucial promocionarlo a través de diversos canales como el sitio web de la empresa, redes sociales, correo electrónico o mensajes de texto.

Los clientes deben ser informados regularmente sobre su saldo de puntos, nuevas promociones o recompensas disponibles para mantener su interés en el programa.

Beneficios



Los clientes sienten que son recompensados por su lealtad y esto aumenta la probabilidad de que regresen.



Los clientes pueden ser incentivados a comprar más para acumular puntos rápidamente.

Un programa de recompensas atractivo puede distinguir a Agro Finca Freire de la competencia.



Al ofrecer recompensas por compras frecuentes, se fomenta un aumento en las compras repetidas.



Complejidad y desafíos

Alta complejidad: Requiere diseño de una plataforma o sistema para gestionar los puntos, recompensas, y seguimiento de clientes. La integración con las operaciones de ventas y marketing también puede ser compleja.



Gestión de recompensas: Es necesario garantizar que el valor de las recompensas no impacte negativamente en los márgenes de ganancia.

- Fidelización real: Asegurar que los clientes realmente usen el programa y que sea percibido como un valor agregado genuino.
- Mantenimiento y actualización: El programa necesita ser continuamente actualizado para mantener el interés de los clientes.



67 puntos: 10% de descuento en toda la compra. Esto incentiva compras mayores.



80 puntos: Producto gratuito de la tienda (Puede ser un paquete de semillas, fertilizantes orgánicos o un accesorio para la finca, dependiendo de lo que más vendan).



95 puntos: Asesoría gratuita de 30 minutos con un experto en agricultura orgánica (Un servicio adicional que los clientes valoran si buscan mejorar sus cultivos).



Caducidad Semestral:

Caducidad cada 6 meses: Los puntos de los clientes expiran a los 6 meses de haber sido acumulados. Por ejemplo, si los puntos se ganan en junio de 2025, deben ser canjeados antes de diciembre de 2025

Sistema Manual (para negocios pequeños)



En un mercado agropecuario competitivo, las empresa dedicada a la venta de productos agropecuarios, enfrenta el desafío de fidelizar a sus clientes. Este trabajo propone el diseño de un producto acreditable para premiar a los clientes leales mediante un sistema de recompensas, que fomente la repetición de compras y la participación activa. Inicialmente, la fidelización puede gestionarse manualmente con herramientas como hojas de cálculo, pero se espera que el sistema evolucione a medida que crezca la base de clientes.

Pasos

Creación de una hoja de registro: Diseña una hoja donde puedas registrar el nombre del cliente, el número de puntos acumulados, la fecha de la última compra, y el saldo de puntos disponible.

Registro de puntos: Cada vez que un cliente haga una compra, calcula cuántos puntos debe ganar y anótalos en la hoja.

- **Actualización:** Asegúrate de actualizar la hoja de forma periódica y de realizar un seguimiento de los puntos acumulados y canjeados.

En este link se puede observar el registro de compra de Agro Fina Freire:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mcnXi2fZGYJXusrew1zCKwqF6h9KQbtN/edit?usp=sharing&ouid=112147690787190517511&rtpof=true&sd=true>

Personalización de la Experiencia

La personalización de la experiencia se refiere al proceso de adaptar productos, servicios y la interacción con el cliente en función de sus gustos, preferencias y comportamientos específicos. En lugar de ofrecer una experiencia genérica, la personalización busca hacer que el cliente se sienta único y comprendido, incrementando su satisfacción y lealtad.



¿Cómo Funciona?

Funciona al recopilar y analizar los datos del cliente, como sus preferencias de compra, comportamientos y hábitos, lo que permite ofrecer productos, servicios y comunicaciones específicamente adaptados a sus necesidades. A través de su frecuencia de compra Agro Finca Freire puede segmentar a sus clientes y brindarles recomendaciones personalizadas, ofertas exclusivas y mensajes dirigidos.



PASOS

1. Recopilación de datos

Obtén información de tus clientes mediante encuestas, análisis de comportamiento de compra, interacciones en redes sociales.

2. Segmentación de cliente

Clasifica a tus clientes en grupos o segmentos basados en características comunes, como tipo de producto comprado (agricultores, ganadero o jardineros), frecuencia de compras, o valor de la compra..

3. Análisis de datos

Utiliza herramientas de análisis de datos (como un software de fidelización) para identificar patrones y comportamientos de los clientes dentro de cada segmento. Esto ayudará a predecir qué productos o servicios pueden ser de su interés en futuras compras.



4.Oferta personalizada

Diseña ofertas exclusivas basadas en el historial de compras del cliente. Por ejemplo, si un cliente ha comprado productos orgánicos, ofrécele descuentos en otros productos ecológicos.

5.Oferta personalizada

Basándote en los datos que hayas recolectado, puedes segmentar a tus clientes en diferentes grupos según criterios como la frecuencia de compra, el tipo de productos que prefieren o el valor de sus compras.



Ventajas

Al ofrecer una experiencia única y adaptada a las necesidades y preferencias individuales de los clientes, se crea un vínculo más fuerte, lo que aumenta la probabilidad de que los clientes sigan comprando y permanezcan leales a la marca a largo plazo.

Las recomendaciones personalizadas y las ofertas exclusivas motivan a los clientes a realizar compras adicionales o repetidas, lo que incrementa las ventas y mejora la rentabilidad del negocio.

Cuando los clientes sienten que sus necesidades son comprendidas y atendidas, su satisfacción aumenta. Una experiencia personalizada hace que se sientan valorados y escuchados, lo que mejora la percepción general de la empresa.

La personalización hace que Agro Finca Freire se distinga de la competencia, ofreciendo un servicio más cercano y especializado, lo que atrae a nuevos clientes y fortalece la reputación de la marca.



Desafío Complejidad

Moderada a alta complejidad: Requiere implementar herramientas movil como el Wsatsapp de personalización. Además, se debe gestionar y analizar datos para segmentar a los clientes y ofrecerles promociones personalizadas.



Gestión de datos: Es complicado manejar grandes volúmenes de datos de clientes sin violar regulaciones de privacidad.

- Costo de personalización: Implementar y mantener un sistema de personalización eficaz puede ser costoso y requiere tiempo.



Cliente excepcional



Proporcionar un servicio al cliente que no solo cumple con las expectativas básicas de los clientes, sino que las supera de manera consistente, proporcionando una experiencia única y memorable. Esto implica ofrecer un servicio altamente atento, personalizado, eficiente y de alta calidad para asegurar que los clientes reciban asistencia en todo momento, tanto antes como después de realizar una compra.



Importancia

Un cliente excepcional no solo es aquel que realiza compras repetidas, sino también alguien que se convierte en un embajador de tu marca y contribuye al crecimiento y sostenibilidad del negocio.



¿Cómo Funciona?

1. Formación de Personal:

- El primer paso para ofrecer una atención excepcional es asegurarse de que el personal esté bien entrenado. Los empleados deben estar capacitados en habilidades de comunicación, resolución de conflictos, y conocimiento profundo sobre los productos que ofrece la empresa (productos agropecuarios, fertilizantes, herramientas, etc.).

2. Disponibilidad y Respuesta Rápida:

- La atención excepcional se basa en estar disponible cuando el cliente lo necesite. Esto implica ofrecer múltiples canales de comunicación (teléfono, correo electrónico, chat en línea, redes sociales, etc.) y asegurarse de que las respuestas sean rápidas y eficaces.

3. Escucha Activa:

- La atención excepcional también significa escuchar activamente a los clientes. Esto implica prestar atención a sus necesidades, preocupaciones y preguntas, y no solo responder de manera automática. Al comprender verdaderamente lo que el cliente necesita y ofrecer soluciones más apropiadas y personalizadas.



4.Solución Proactiva de Problemas:

- La atención al cliente excepcional implica no solo responder a los problemas cuando surgen, sino también anticiparse a posibles inconvenientes. Esto podría incluir ofrecer soluciones preventivas o ayudar al cliente a encontrar lo que necesita antes de que tenga que pedirlo.



5.Personalización en el Servicio:

- Ofrecer un trato personalizado, tomando en cuenta el historial de compras y las preferencias del cliente. Un saludo personalizado, recordar las preferencias de compra anteriores o ofrecer productos que se adapten a sus necesidades, mejora significativamente la experiencia.





7. Seguimiento Post-Venta:

- La atención excepcional no termina con la compra. Hacer un seguimiento post-venta es clave. Esto incluye asegurarse de que los productos estén funcionando correctamente para el cliente, o brindar asesoramiento adicional sobre el uso de productos adquiridos.

8. Resolución Eficiente de Quejas:

- Cuando surgen quejas, una atención excepcional requiere que se manejen de manera eficiente y eficaz. En lugar de evitar o minimizar el problema, el personal debe enfrentarlo, pedir disculpas si es necesario, y ofrecer una solución satisfactoria.

Ejemplo

Si un cliente, por ejemplo, se encuentra en un cultivo de tomates y tiene problemas con el crecimiento de las plantas debido a un fertilizante adquirido en Agro Finca Freire, el personal debe escuchar sus preocupaciones de manera atenta, ofrecer una solución rápida (por ejemplo, cambiar el fertilizante o proporcionar asesoría sobre el uso adecuado del producto), y hacer un seguimiento posterior para asegurarse de que la situación se haya resuelto correctamente.

Un servicio excepcional hace que los clientes se sientan valorados y más inclinados a regresar, lo que promueve la lealtad.

La atención al cliente excepcional genera recomendaciones boca a boca, lo que puede atraer nuevos clientes.

VENTAJAS

Una empresa que ofrece un servicio excepcional crea una reputación sólida y confiable en el mercado.

Los clientes satisfechos con el servicio son más propensos a comprar nuevamente, aumentando el volumen de ventas a largo plazo.

En un mercado competitivo, ofrecer atención al cliente excepcional puede ser un factor clave para diferenciarse de la competencia.



PLAN DE ACCION

Estratégica	Accionn	Plazo
Programa de recompensa	<p>Crear un sistema de puntos para recompensar compras y actividades de fidelización (referencias, etc.).</p> <p>Ofrecer recompensas como descuentos, productos gratuitos o acceso exclusivo a eventos.</p>	6 Meses
Personalización de la experiencia	<p>Segmentar a los clientes en grupos según sus preferencias de compra (por ejemplo, tipo de productos).</p> <p>Utilizar correos electrónicos o mensajes personalizados con recomendaciones basadas en compras previas.</p>	1 Mes
Atención al cliente excepcional	<p>Capacitar al personal en habilidades de comunicación, resolución de conflictos y conocimiento de productos.</p> <p>Establecer un sistema de seguimiento post-venta para asegurar la satisfacción del cliente.</p> <p>Crear un sistema para resolver quejas de manera eficiente y ofrecer soluciones rápidas.</p>	1 Mes

Aquí tienes un cuadro detallado con los valores aproximados para implementar cada una de las tres estrategias de fidelización en Agro Finca Freire:



ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	COSTO
Programa de Recompensas	Desarrollo de plataforma de puntos, recompensas y campañas de marketing.	\$40,00 - \$50,00 (Costo inicial)
Personalización de la Experiencia	Implementación de una matriz Excel donde se registrará las preferencia de los clientes	\$80,00 - \$95,00 (Costo inicial)
Atención al Cliente Excepcional	Capacitación del personal, sistemas de soporte, canales de comunicación y seguimiento post-venta.	\$300,00 - \$350,00 (Costo inicial)



Desafío Complejidad

Moderada: Requiere una formación constante del personal, implementación de un sistema de soporte adecuado, y mantener estándares de calidad elevados en la atención.

Capacitación continua: El personal debe ser capacitado de forma regular para mantener altos estándares de servicio.

- Escalabilidad: A medida que crece el número de clientes, garantizar que la atención se mantenga de alta calidad puede volverse más difícil.





Conclusiones



- La identificación de las necesidades y expectativas de los clientes actuales es el primer paso fundamental para el diseño de estrategias de fidelización efectivas. Al conocer en detalle Agro Finca Freire podrá personalizar sus servicios y productos, asegurando que se cumplan las expectativas del cliente.
- Seleccionar y adaptar las estrategias de fidelización adecuadas es clave para garantizar que las acciones implementadas resuenen con las necesidades de los clientes y sean viables dentro del contexto agropecuario.
- Evaluar diferentes modelos de fidelización y adaptarlos a las características del mercado agroindustrial es un paso esencial para lograr una implementación exitosa. Dado que el sector agropecuario tiene particularidades únicas, es vital que las estrategias seleccionadas sean flexibles y puedan adaptarse a las dinámicas del mercado.





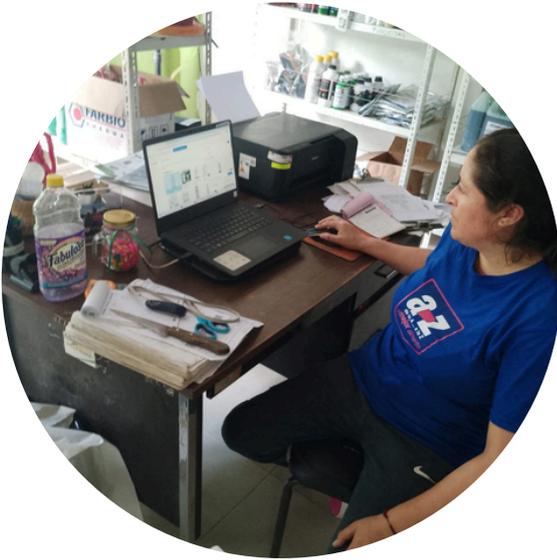
Recomendaciones

Realizar un estudio detallado de las necesidades del cliente: Agro Finca Freire debería implementar investigaciones regulares para conocer en profundidad las expectativas y necesidades de sus clientes. Encuestas, entrevistas o análisis de comportamiento podrían ser herramientas útiles para esta tarea.

Adoptar estrategias de fidelización personalizadas: Es recomendable que Agro Finca Freire desarrolle programas de fidelización que sean específicos para sus clientes, considerando tanto sus preferencias individuales como las características del sector agropecuario, lo que permitirá mejorar la experiencia del cliente y fomentar su lealtad.

Evaluar y ajustar continuamente las estrategias de fidelización: El mercado agroindustrial está en constante cambio, por lo que es crucial que Agro Finca Freire evalúe regularmente la efectividad de sus estrategias de fidelización y las ajuste en función de las nuevas tendencias, necesidades emergentes y cambios en el entorno del sector.

ANEXO



Nota: se observa el lugar del negoció asi como tambien la responsable técnica



Nota: entrega del producto acreditable ala representante técnica.



GRACIAS

