

Proyecto de lanzamiento y posicionamiento de la Tarjeta de Fidelidad PREFIERO en el mercado interno ecuatoriano

Presentado por:

😊 Eduardo Decker Del Pino

😊 Iván Ramos Campos



- 😊 Introducción y antecedentes
- 😊 Investigación de mercado
- 😊 Infraestructura tecnológica
- 😊 Diseño del plan estratégico
- 😊 Plan operativo de mercadeo
- 😊 Análisis económico y financiero



Introducción



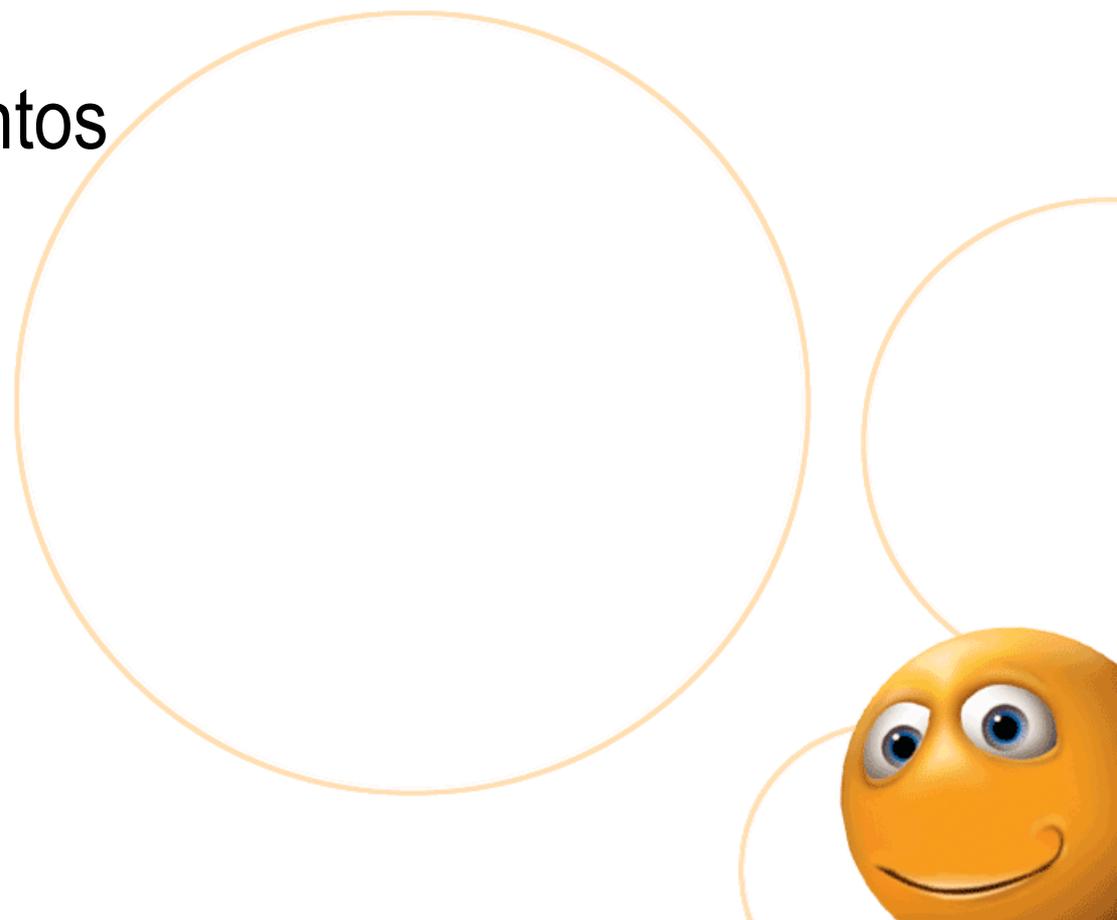
- 😊 Concepto
- 😊 Atractivo comercial
- 😊 Marcas patrocinadoras
- 😊 Tarjetas de fidelidad en Latinoamérica



- 😊 Nombre de la compañía
- 😊 Fecha de constitución
- 😊 Colaboradores en Quito y Guayaquil



- 😊 Acumulación de puntos
- 😊 Canje de premios
- 😊 Catálogo

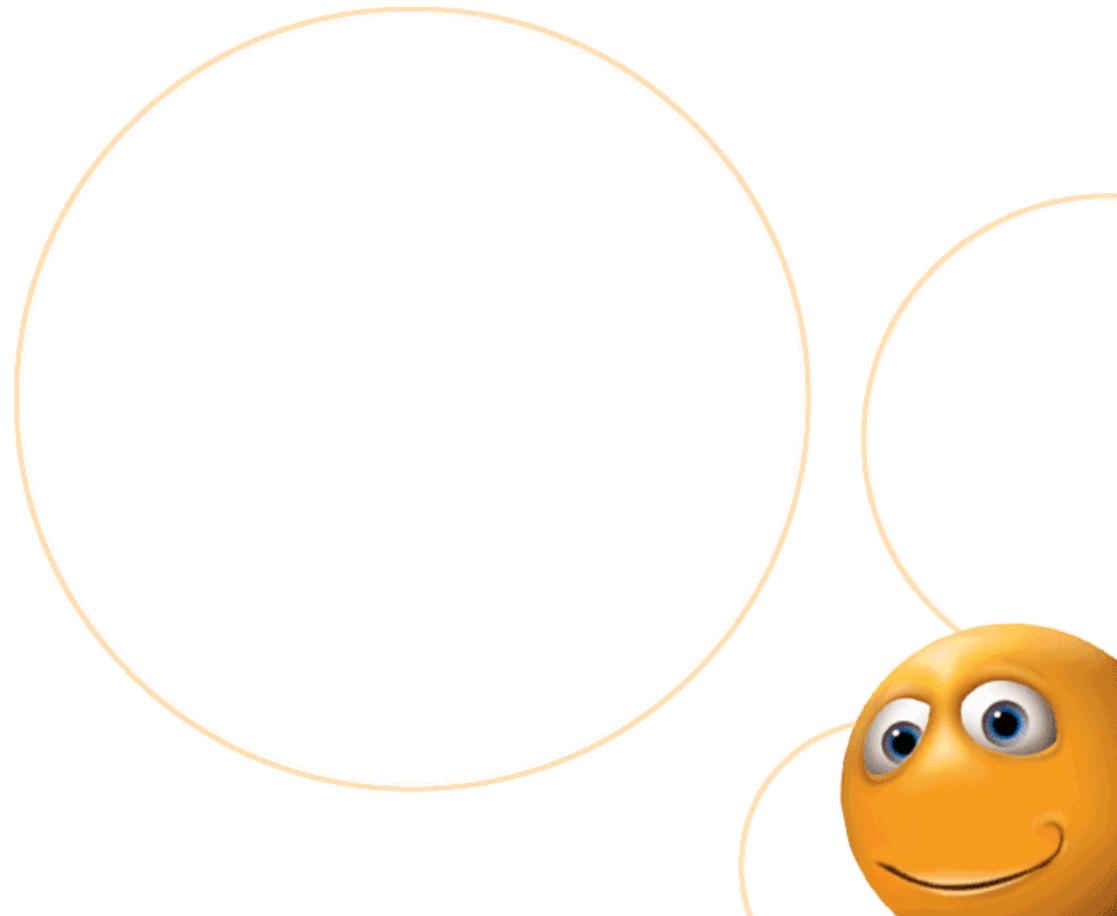


- 😊 45 marcas patrocinadoras
- 😊 179.935 tarjetas distribuidas (12.000 mensuales aproximadamente)
- 😊 120.057 han acumulado puntos
- 😊 41.153 participantes activos
- 😊 3.191 canjes (213 mensuales)





- 😊 Automático
- 😊 Retail
- 😊 Puerta a puerta



Investigación de mercado



- 😊 Establecer el porcentaje de personas que conocen lo que es un sistema de fidelidad.
- 😊 Dar a conocer la principal utilización de las tarjetas de fidelidad.
- 😊 Determinar qué es lo que esperan los usuarios y público en general, acerca de un sistema de fidelidad.
- 😊 Explicar de que manera nuestro producto cumple con las expectativas y la satisfacción de nuestros clientes.



Seis W's		Definición para el proyecto	
WHO	Quién	Quién debe ser considerado para la encuesta?	Personas entre 18 y 65 años, que habiten en el territorio ecuatoriano.
WHAT	Qué	Qué tipo de información se debe obtener de los encuestados?	Información necesaria que permita cumplir con los objetivos de la investigación.
WHEN	Cuándo	Cuándo se debe obtener la información de los encuestados?	Momentos de descanso/ Al momento de realizar sus compras
WHERE	Dónde	Dónde se debe obtener la información?	Centros comerciales, universidades, restaurantes.
WHY	Por qué	Por qué necesitamos obtener información de los entrevistados?	Para establecer las estrategias de mercado de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes
WAY	De qué forma	De que forma obtendremos la información de los entrevistados?	Encuestas



- 😊 Variables geográficas
- 😊 Variables demográficas
- 😊 Variables psicográficas



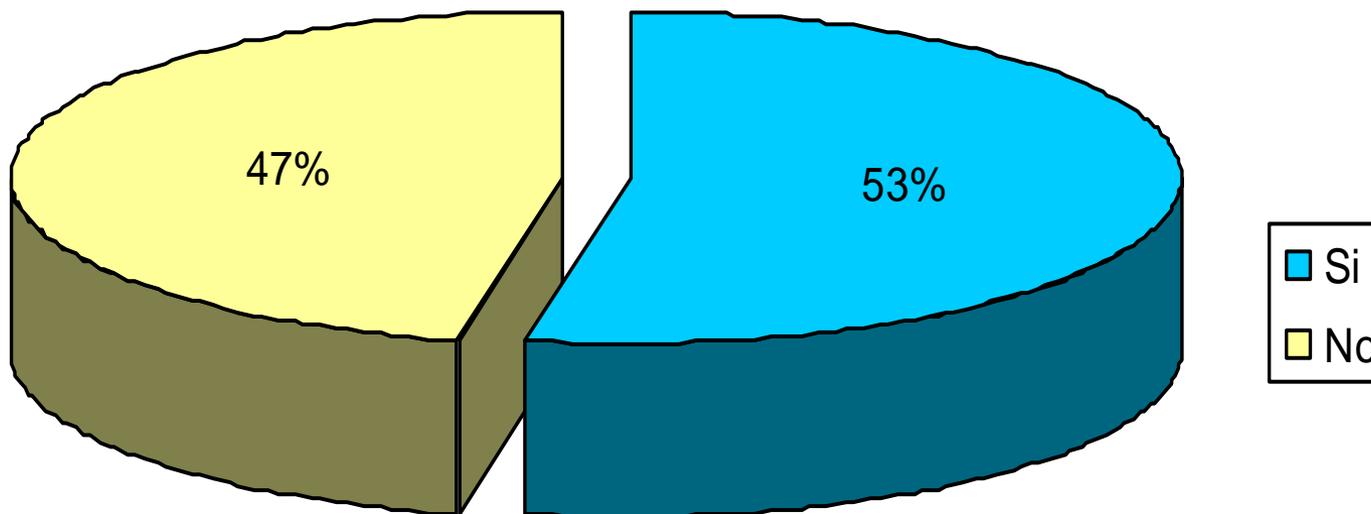
$$n = \frac{Z^2 P Q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

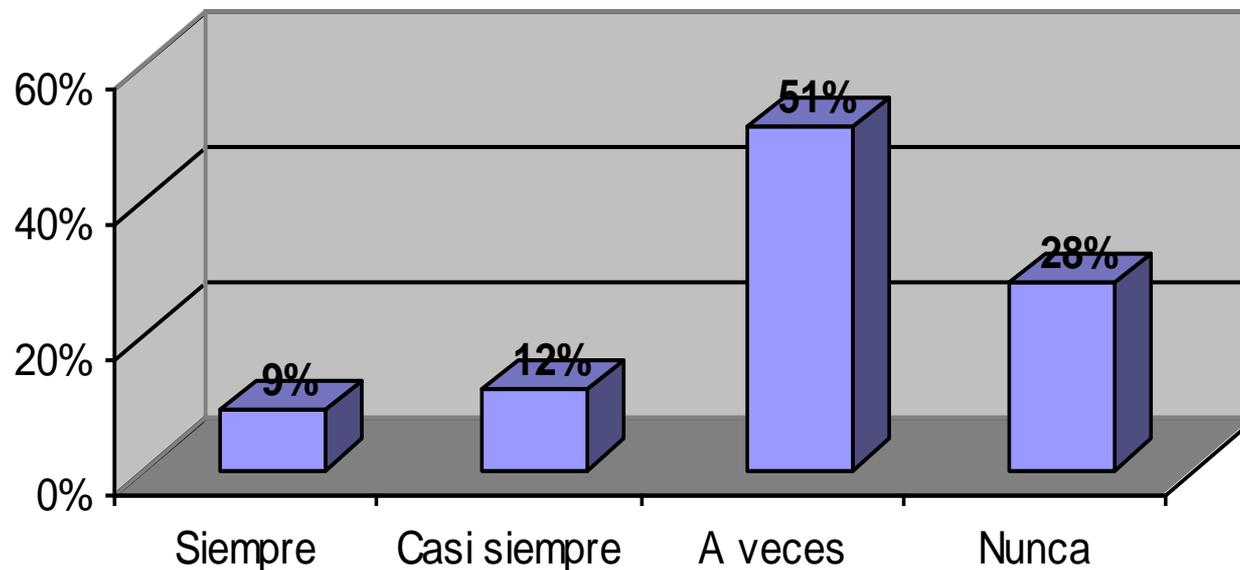
$$n = 385 \text{ personas}$$



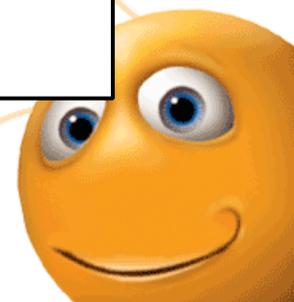
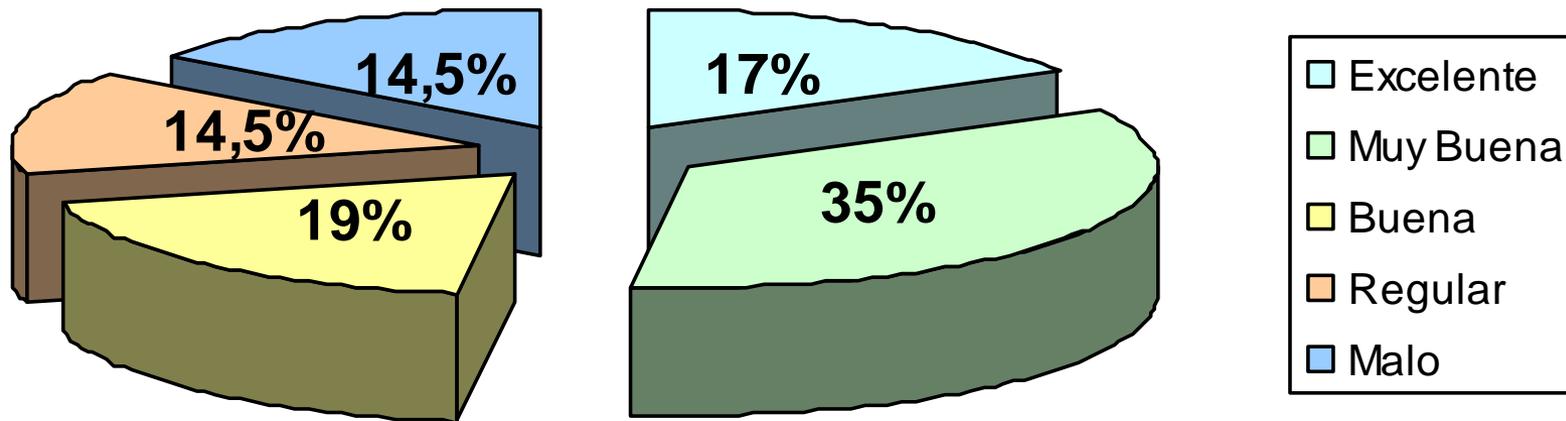
1. Al realizar sus compras en nuestras marcas afiliadas, usted exige que le acumulen sus puntos?



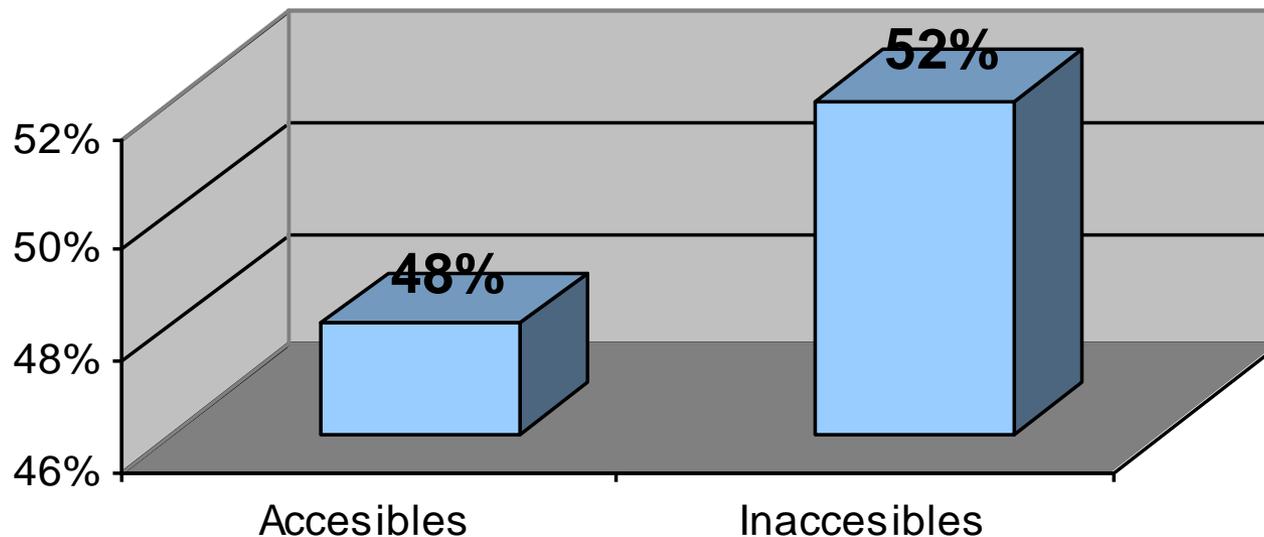
2. Con que frecuencia usted recuerda presentar su Tarjeta Prefero en los establecimientos afiliados?



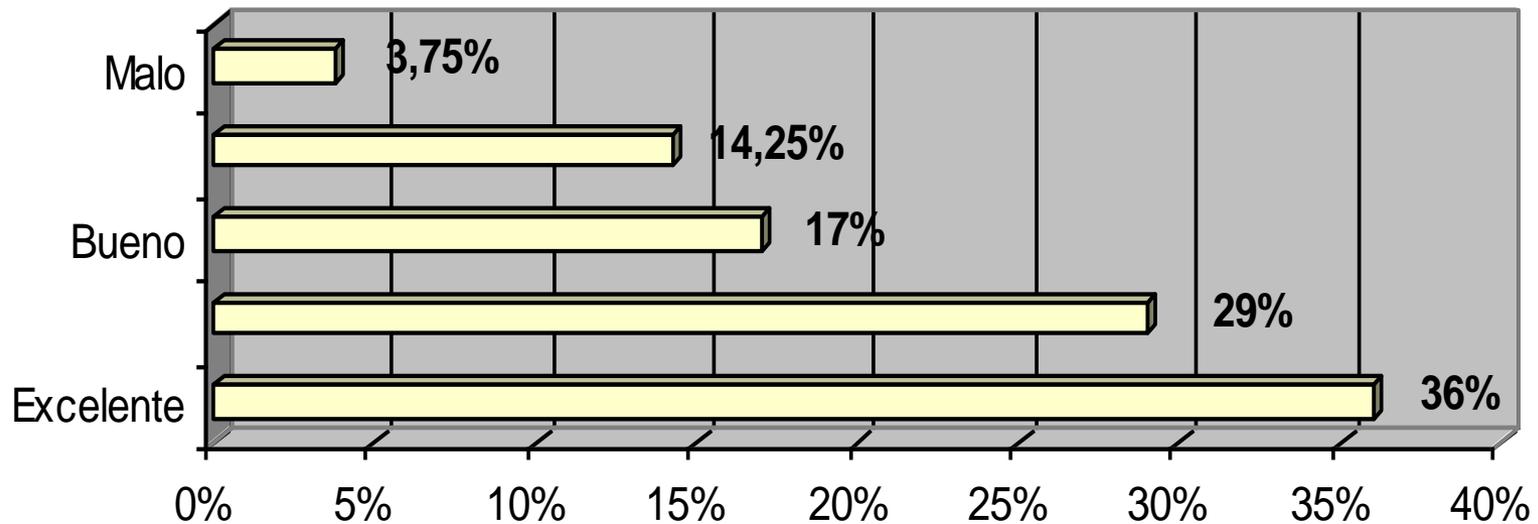
3. Cómo calificaría su experiencia de acumulación de puntos con su Tarjeta Prefero?



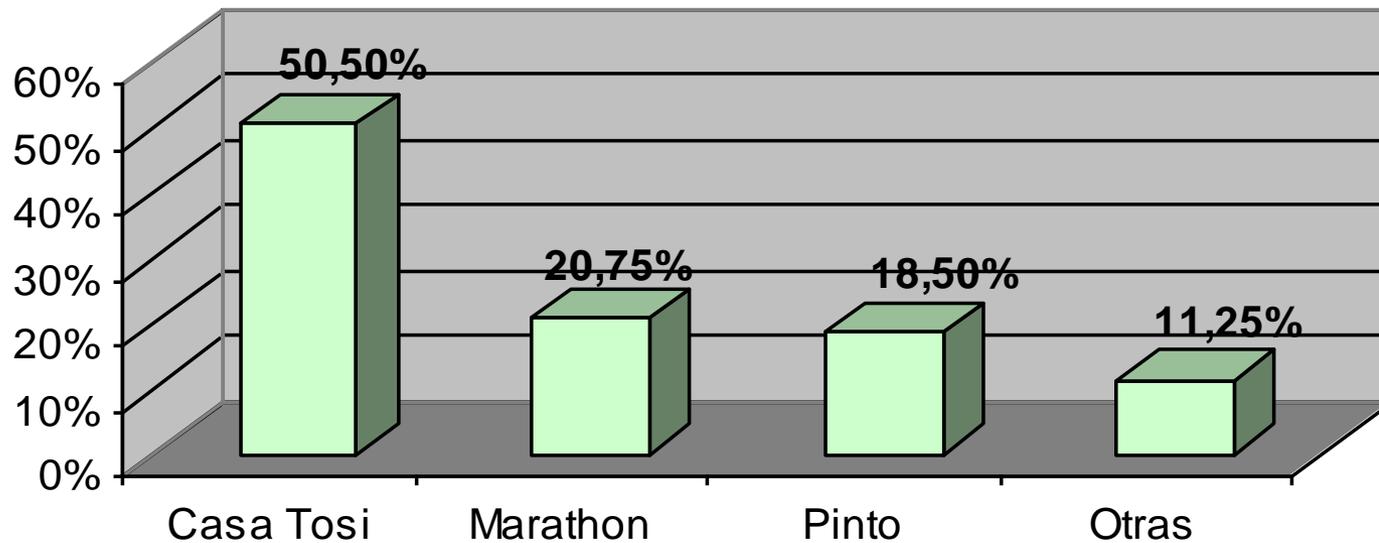
4.Cuál es su opinión acerca de los premios que se pueden canjear utilizando la Tarjeta Prefiero?



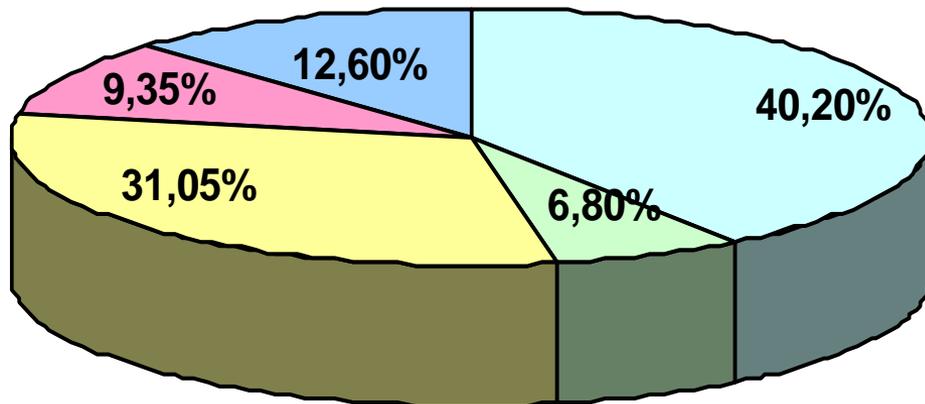
5. Qué opina de tener 38 marcas afiliadas a la Tarjeta Prefiero, donde gana puntos por sus compras?



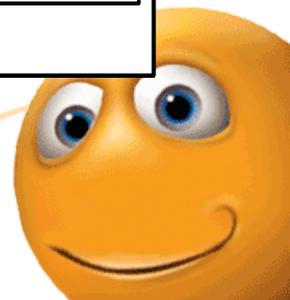
6. Mencione 3 de nuestras marcas afiliadas que usted más recuerde?



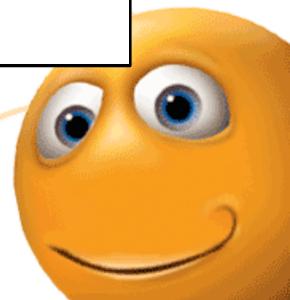
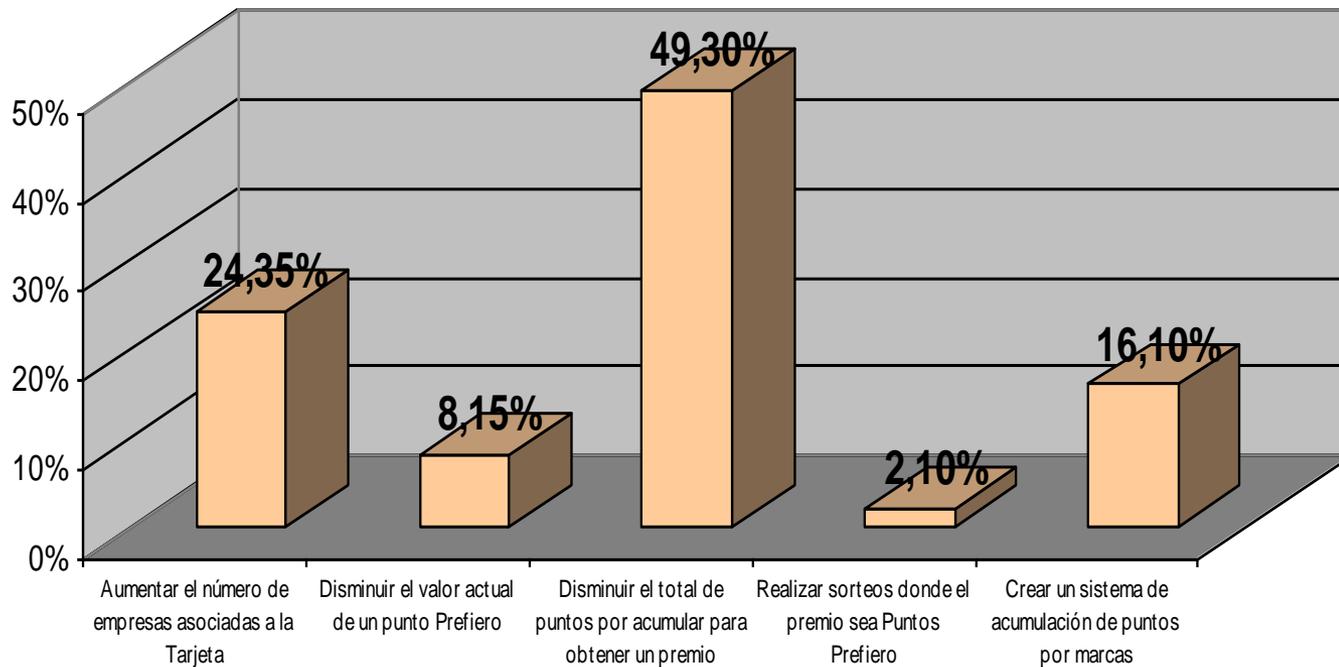
7. En una escala de 1 al 5, qué atributos considera usted como los más importantes en la Tarjeta Prefiero, siendo 1 la calificación más alta y 5 la más baja?



- Acumulación de puntos
- Cantidad de locales afiliados
- Tipo de locales afiliados
- Costo de un punto PREFIERO
- Premios atractivos



8. Qué importancia le daría a estas estrategias, en una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más alta y 5 la más baja, para lograr captar mayor interés de parte de los usuarios de la Tarjeta Prefero?



9. Mencione 3 premios que le gustaría canjear con sus puntos acumulados?



Infraestructura tecnológica



- 😊 En forma general permite el manejo de tarjetas de fidelidad y el control de saldos de los puntos acumulados en cada una de ellas así como el control de los puntos emitidos, redimidos y cancelados en los establecimientos de las marcas que participan en el programa de fidelidad PREFIERO.
- 😊 Permite también a los usuarios de las marcas afiliadas el acceso a todas las transacciones realizadas en sus establecimientos así como por los clientes afiliados por dicha marca.



PREFIERO - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Multimedia

Dirección <http://admin2.prefiero.veriweb.net> Ir Vínculos

Personalizar Buscar Yahoo! Companion: Ingresar Y! Argentina Juegos Mi Yahoo! Noticias Finanzas

DashBar Enter search words here Search

Start Search

PREFIERO ¡ganar es el punto!

Administrador Servicios Tarjetahabientes Marcas/Producto Reportes Salir

GRUPO: Ninguno

COBRAND: PUNTOS DE CANJE PREFIERO GYE *

TITULO:

NOMBRE: IVAN *

(SEGUNDO NOMBRE): ALEJANDRO

APELLIDO PATERNO: RAMOS *

MATERNO: CAMPOS *

FECHA DE NACIMIENTO: 1 Enero 1965 *

CEDULA: 0910582394 *

PASAPORTE: **

PROVINCIA: Guayas *

CIUDAD: Guayaquil *

CALLE: PUERTO AZUL E 5 N°6 *

NÚMERO:

OFICINA:

EMAIL: IRAMOS@PREFIERO.

¿QUIERE QUE LE ENVIEMOS INFORMACIÓN?:

TELEFONO: 2560456 *

EXTENSION:

ESTADO CIVIL: CASADO

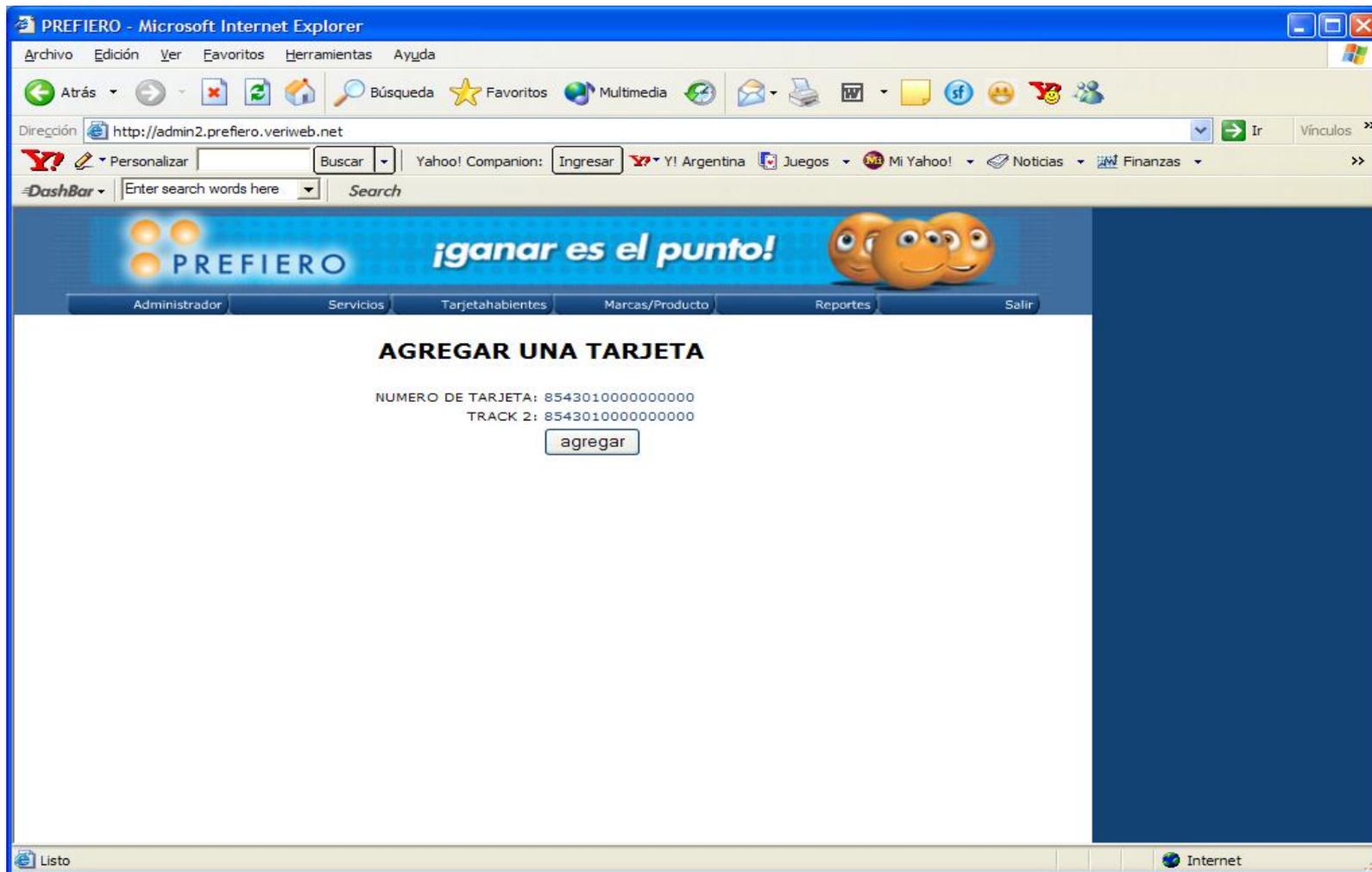
SEXO: MASCULINO

* Parámetros obligatorios
** En caso de no contar con una cédula proporcione pasaporte

modificar

Internet





PREFIERO - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Multimedia

Dirección <http://admin2.prefiero.veriweb.net> Ir Vínculos

Personalizar Buscar Yahoo! Companion: Ingresar Y! Argentina Juegos Mi Yahoo! Noticias Finanzas

DashBar Enter search words here Search

PREFIERO ¡ganar es el punto!

Administrador Servicios Tarjetahabientes Marcas/Producto Reportes Salir

AGREGAR UNA TARJETA

NUMERO DE TARJETA: 8543010000000000
TRACK 2: 8543010000000000

agregar

Listo Internet



- 😊 **Acumulación de puntos**: Incrementa el saldo de los puntos de una tarjeta.
- 😊 **Cancelación de puntos**: Anula una transacción de acumulación.
- 😊 **Transferencia de puntos**: Permite el traspaso de los puntos de una tarjeta a otra.
- 😊 **Redención de puntos**: Rebaja el saldo de los puntos acumulados en una tarjeta al ser canjeados o redimidos por un premio.



- 😊 Tarjetas: Estado de activación de tarjetas y estados de cuenta de tarjetas activas por periodos determinados.
- 😊 Tarjetahabientes: Información básica, información adicional y tarjetas asociadas a un tarjetahabiente
- 😊 Puntos emitidos, cancelados y redimidos por Marcas, Establecimientos y Cajeros por periodos de fecha determinados.
- 😊 Detalle de transacción por marca y establecimiento por periodo de tiempo.
- 😊 Auditoría de transacciones diarias
- 😊 Auditoría de clientes
- 😊 Auditoría de parámetros generales



- 😊 **Nivel maestro** que permite la creación, modificación y eliminación de parámetros generales, el registro de transacciones y el acceso sin restricciones a todas las consultas.
- 😊 **Nivel supervisor** que permite el registro de todas las transacciones y el acceso sin restricciones a todas las consultas.
- 😊 **Nivel supervisor de marca** que permite el acceso a todas las consultas del sistema pero restringidas a la información de la marca respectiva.



😊 La aplicación PREFIERO-WEB permite el ingreso sin restricciones a la información básica del programa, vínculos a las páginas de las marcas afiliadas al programa, información sobre promociones y novedades del programa.



Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Alrás Búsqueda Favoritos Multimedia

Dirección <http://www.prefiero.com.ec/> Ir Vínculos

Personalizar Buscar Yahoo! Companion: Ingresar Y! Argentina Juegos Mi Yahoo! Noticias Finanzas

DashBar Enter search words here Search

PREFIERO ¡ganar es el punto!

- Conozca Prefiero
- Servicios
- Promociones
- Catálogo de premios
- Canjee sus Puntos
- Empresas afiliadas
- Tour interactivo
- Contáctenos

¿Quiere más puntos?
Preséntenos un socio...

Preséntenos un nuevo socio PREFIERO y gane la misma cantidad de puntos que él acumule durante el primer mes. [más información](#) [clic aquí](#)

Novedades

- ¿Quiere más puntos? Preséntenos un socio.
- Revise nuestro nuevo catálogo
- Revise las nuevas promociones de Prefiero
- ¡No importa si olvidó su tarjeta PREFIERO!
- Tarjetahabiente PREFIERO canjeó Chevrolet Spark 2004
- Ahora puedes acumular más rápido

¿No importa si olvidó su tarjeta PREFIERO!
[clic aquí](#)

SUS PUNTOS

Revise sus puntos y utilice los servicios del sitio web de Prefiero.

Número de tarjeta:

Clave de usuario:

[Ingresar](#) [Borrar](#)

¿Necesitas Ayuda?

- ¿Olvidó su clave?
- Preguntas frecuentes

¿Su primera visita?

¿No tiene clave para ingresar?
Registre sus datos y obtenga todos los servicios de Prefiero en la web.

[Registrar me](#)

Su número de tarjeta

¿Es afiliado, pero no tiene tarjeta Prefiero?
Consulte el número de

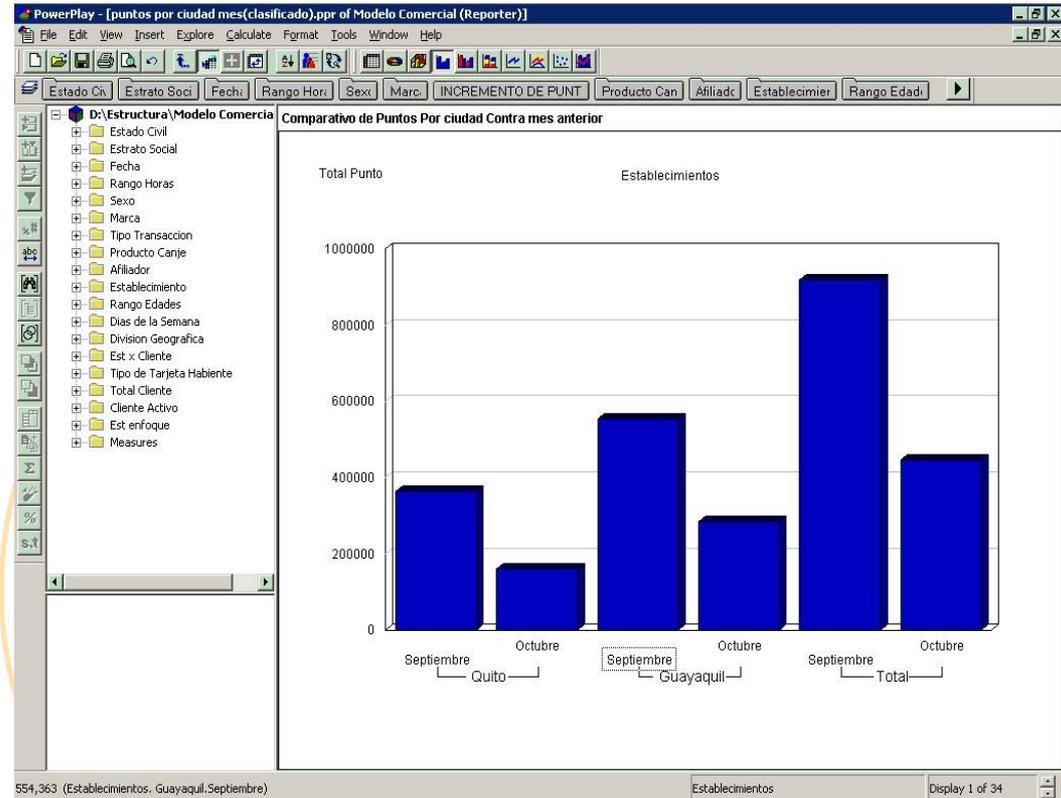
Internet



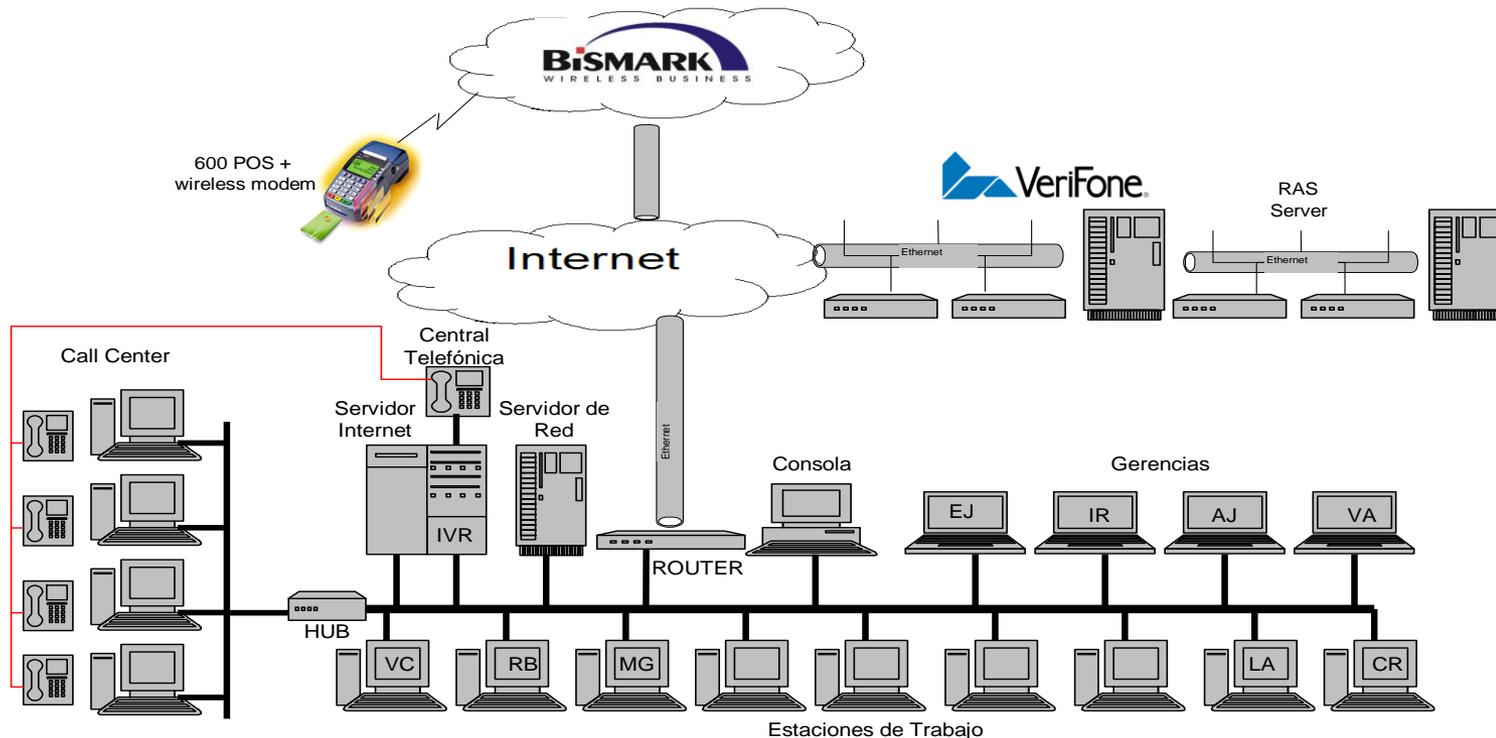
- 🗣️ La aplicación PREFIERO-IVR (Interactive Voice Recognition) permite a los tarjeta habientes de PREFIERO acceder por vía telefónica desde las regiones telefónicas atendidas por ANDINATEL y PACIFICTEL al número telefónico 1-700-PUNTOS




PREFIERO contrató con una empresa local el diseño y la implementación de un cubo de información que permite explorar la base de datos de la aplicación de lealtad utilizando una serie de dimensiones creadas para este efecto.

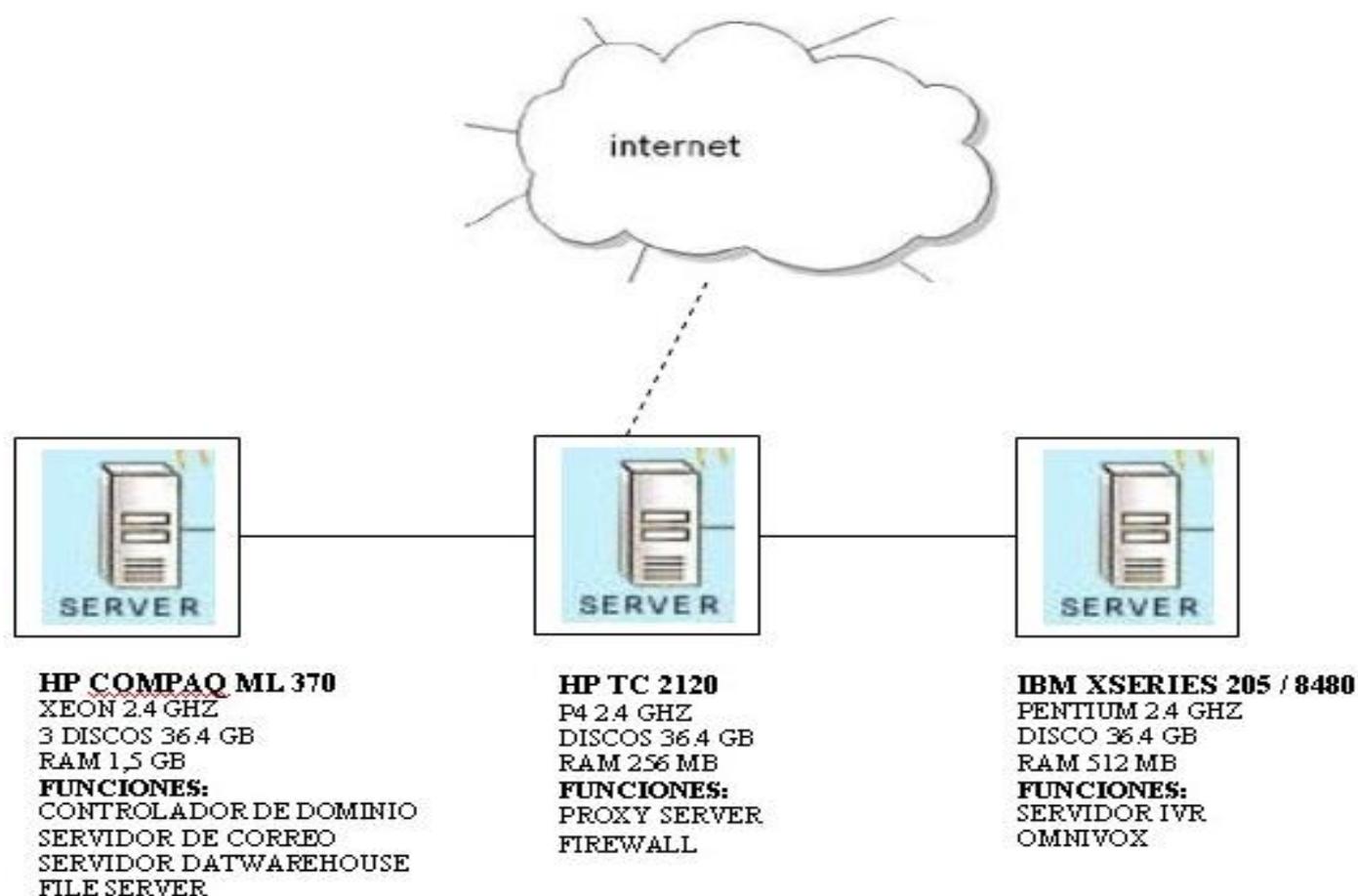


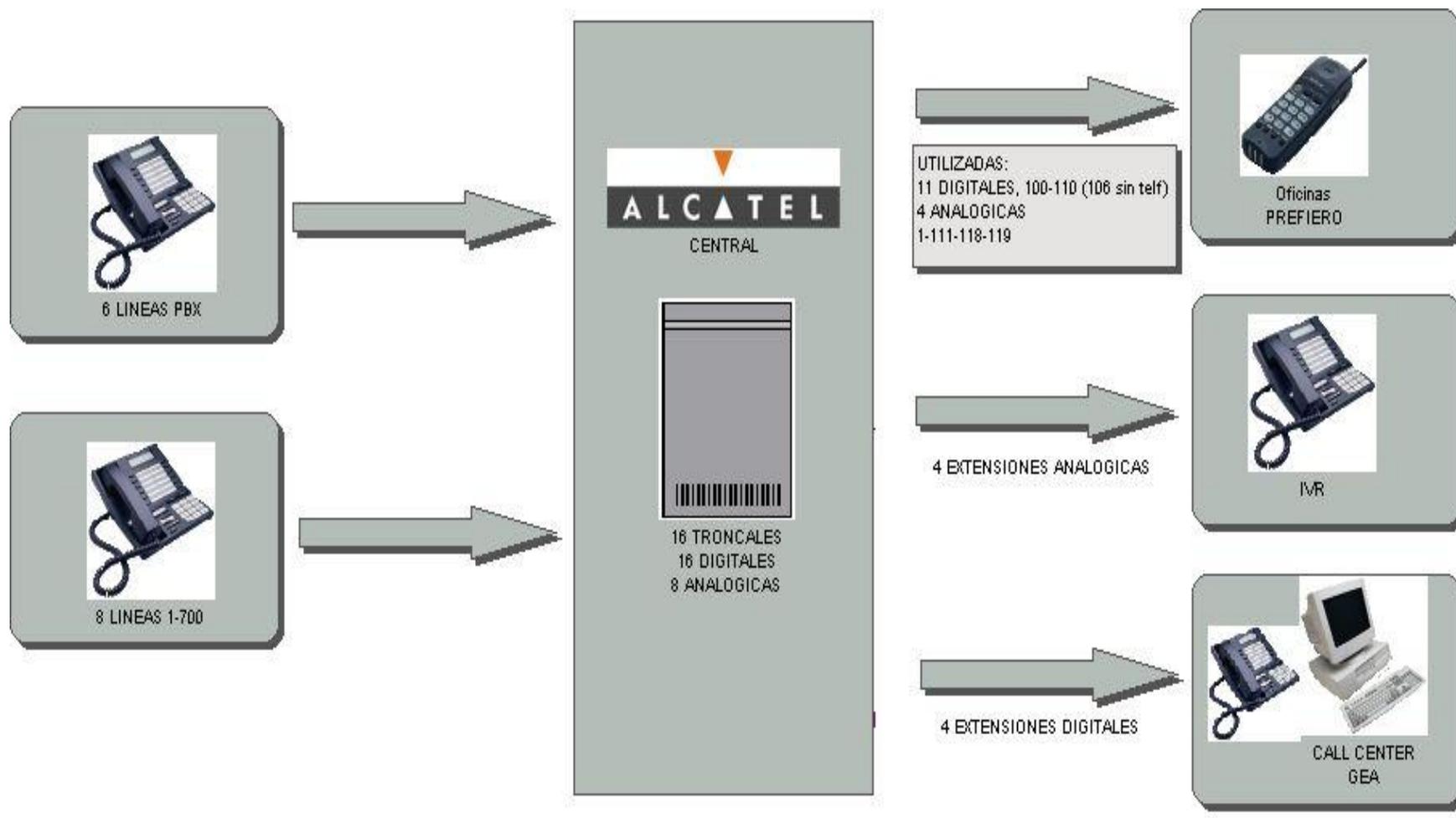
Sistemas





PREFIERO





- 😊 Transmisión en Batch
- 😊 Utilización de POS
(Post On Site)



Diseño del plan estratégico



Cuando una marca decide asociarse y participar del programa, se le garantiza:

- 😊 Exclusividad de categorías
- 😊 Gestión compartida
- 😊 Base de datos



La tarjeta de fidelidad PREFIERO está respaldada por los siguientes socios estratégicos:

- 🤗 VERIFONE: La empresa más grande de EEUU en puntos de venta Retail, respalda la operación del software Host y POS, para el Sistema de Lealtad Prefiero S.A. PREFESA.
- 🤗 BISMARK: Empresa líder en datos inalámbricos con presencia en Ecuador, Colombia y México. Posee el 80% del mercado Ecuatoriano. Tiene experiencia en CDPD (Celular Digital Packet Data), GRPS (General Radio Packet Services) y 1xRTT. Provee servicios de conectividad para aplicaciones financieras, de distribución, de telemetría y de seguridad. Cuenta con un equipo de 20 profesionales entre Guayaquil y Quito.



- 😊 Correo directo
- 😊 Establecimientos de las marcas afiliadas
- 😊 Eventos especiales

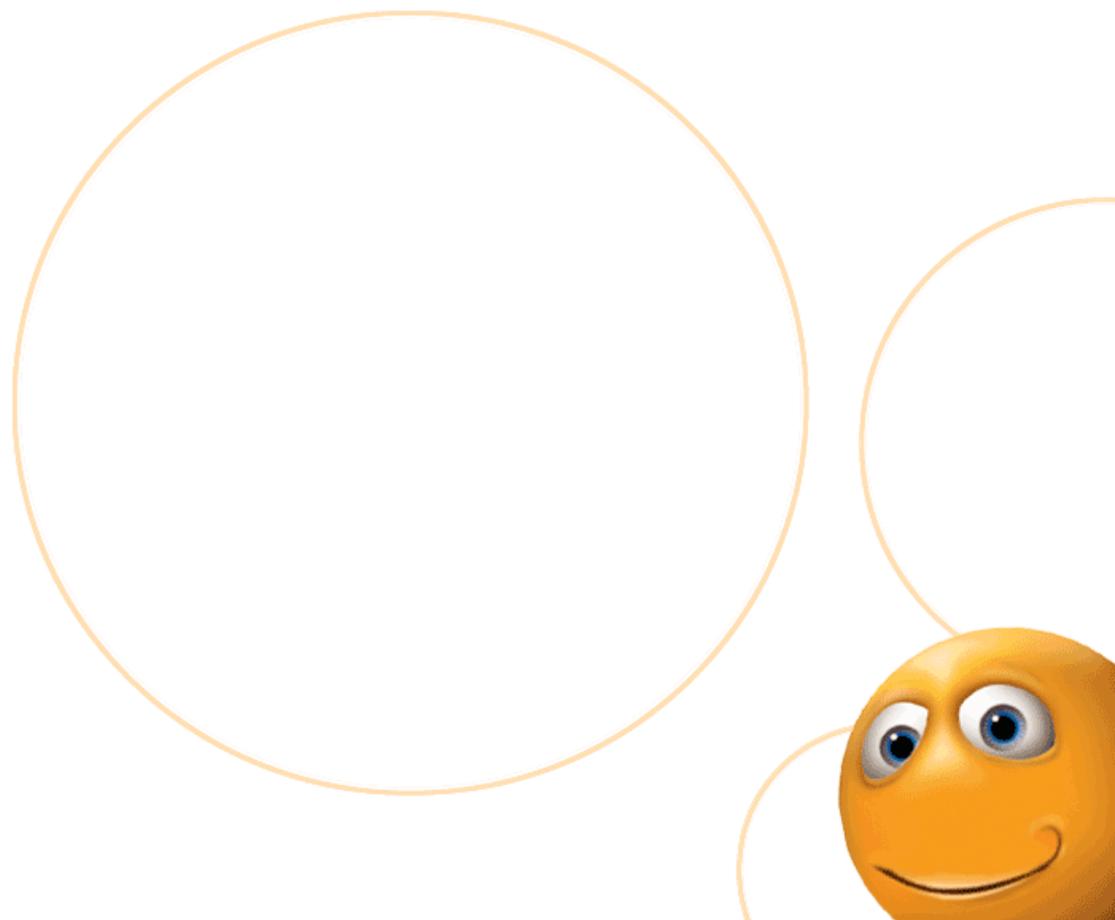


😊 Fortalezas

😊 Oportunidades

😊 Debilidades

😊 Amenazas



- 😊 Producto nuevo y de última tecnología
- 😊 Multimarcas
- 😊 Proceso sencillo de acumulación de puntos y canje de premios



- 😊 Beneficios únicos
- 😊 Posible expansión a otras ciudades del país
- 😊 Poca existencia de competidores

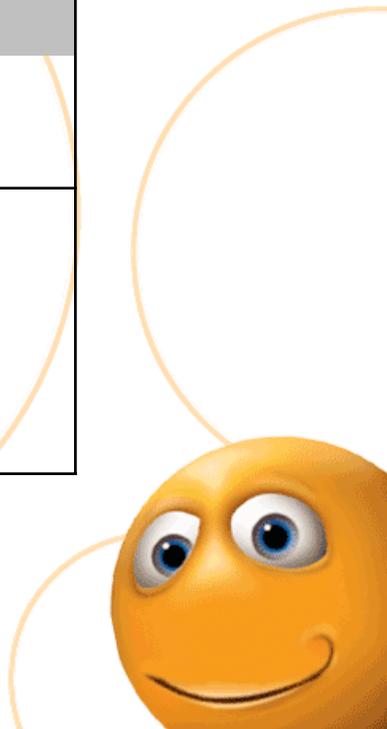
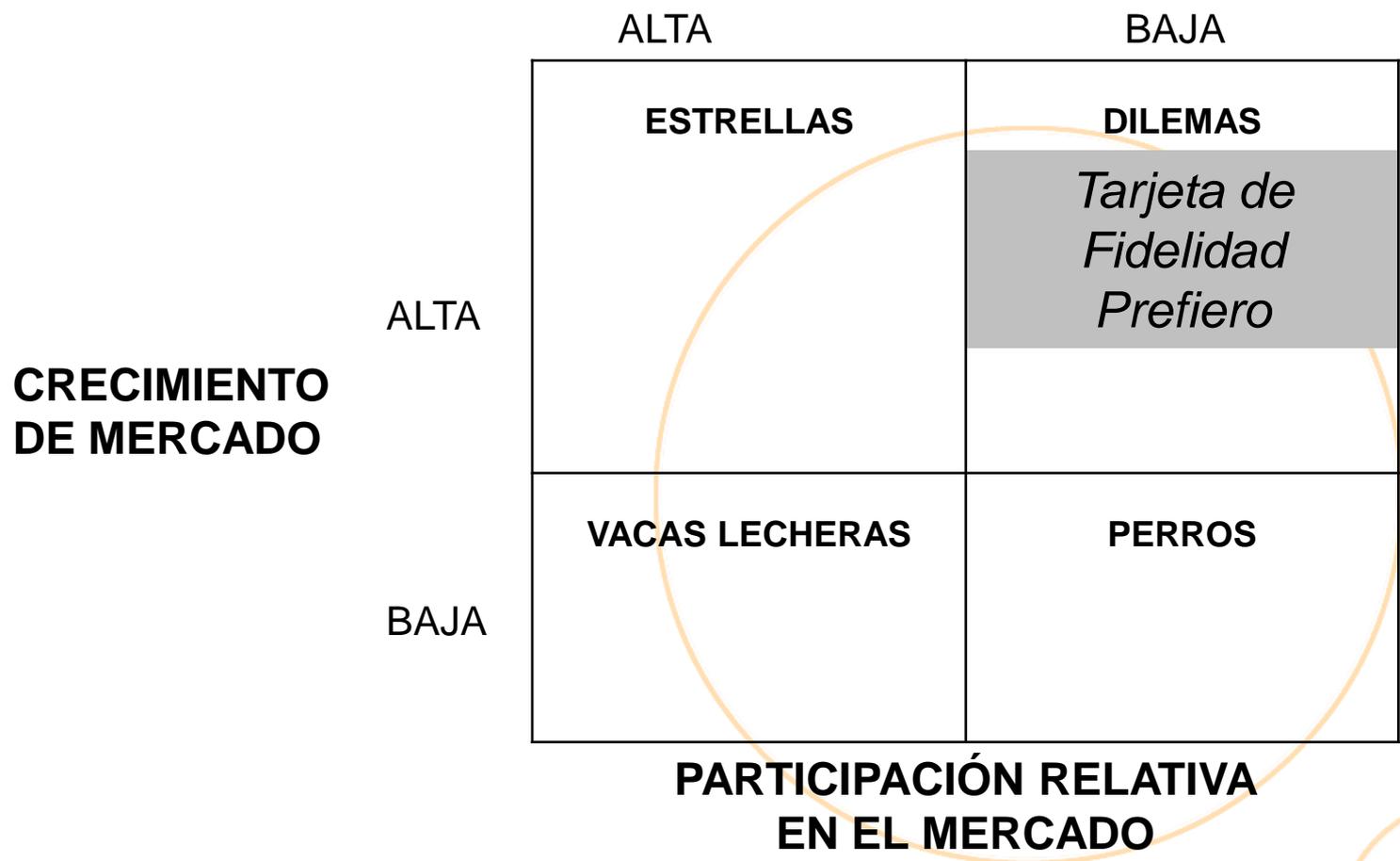


- 😊 Bajo hábito de utilización de la tarjeta
- 😊 Premios percibidos como inalcanzables
- 😊 Poca publicidad



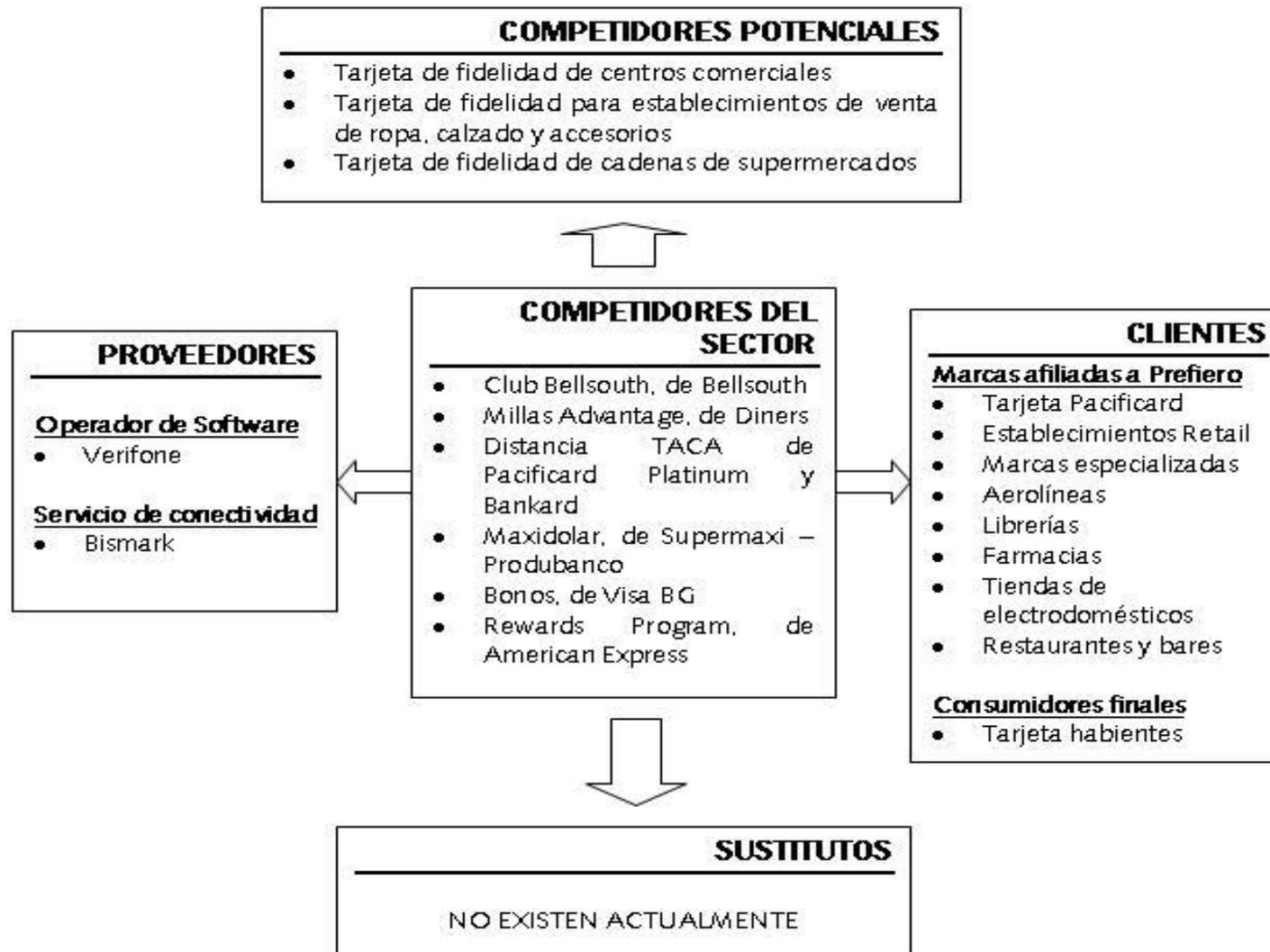
- 😊 Aparición de nuevos competidores
- 😊 Posibilidad de plagio de estrategias de mercadeo
- 😊 Desafiliación de marcas patrocinadoras





	Productos existentes	Productos nuevos
Mercados existentes	Penetración de Mercado (Promociones, comunicación)	Desarrollo del producto
Mercados nuevos	Desarrollo del mercado (Herramientas para Marketing Directo)	Diversificación ≠ Psicográfico ≠ Detalle





PROGRAMA	AUSPICIADOR	CARACTERISTICA	RESTRICCIONES
CLUB BELLSOUTH	BELLSOUTH	ABIERTA A ALGUNAS MARCAS	SOLO CONSUMOS BELLSOUTH
MILLAS ADVANTAGE	DINERS	LIMITADA A PASAJES	SOLO CONSUMOS CON DINERS Y SOLO QUIENES PAGUEN \$80 POR AFILIACION
DISTANCIA TACA	PACIFICARD - PLATINUM	LIMITADA A PASAJES	SOLO CONSUMOS CON PACIFICARD
DISTANCIA TACA	BANKARD	LIMITADA A PASAJES	SOLO CONSUMOS CON BANKARD
MAXIDOLAR	SUPERMAXI-PRODUBANCO	LIMITADA A SUPERMAXI	SOLO CONSUMOS MASTERCARD-PRODUBANCO
PREFIERO	PREFIERO - PACIFICARD EN MARCAS AFILIADAS	ABIERTA A MUCHAS MARCAS	CONSUMOS EN EFECTIVO Y CON PACIFICARD EN ESTABLECIMIENTOS AFILIADOS A PREFIERO
BONOS	VISA BG	PREMIOS EN CATÁLOGO BASE \$ 8000	SOLO CONSUMOS VISA PRIVILEGIOS
REWARDS PROGRAM	AMERICAN EXPRESS	PREMIOS EN CATÁLOGO BASE \$ 8000	SOLO CONSUMOS AMERICAN EXPRESS



Tecnología:

La aplicación de lealtad PREFIERO permite el manejo de tarjetas de fidelidad y el control de los saldos de los puntos acumulados en cada una de ellas.

Funciones:

Permite a sus usuarios acumular puntos que luego serán canjeados por premios que ellos mismos elegirán, sin mayor dificultad y sin ningún costo en absoluto.

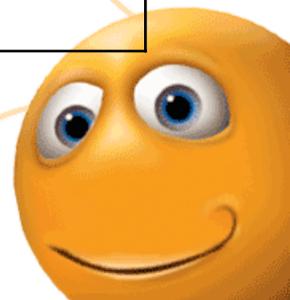
Compradores:

Hombres y mujeres, mayores de edad, segmento medio - medio - alto y alto, que habiten en el territorio ecuatoriano.

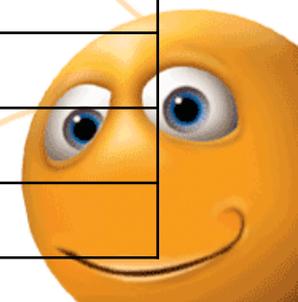


- 🤪 El tipo de micro segmentación a utilizar será segmentación sociodemográfica. Las variables más utilizadas son la localización, sexo, edad, renta y clases profesionales.

	CARACTERÍSTICAS
<i>Edad promedio</i>	18 años en adelante
<i>Ciclo de vida familiar</i>	Hombres / mujeres, solteros o casados
<i>Clase social</i>	Media, media – alta y alta
<i>Ubicación geográfica</i>	Territorio ecuatoriano
<i>Nivel de estudios</i>	Superior



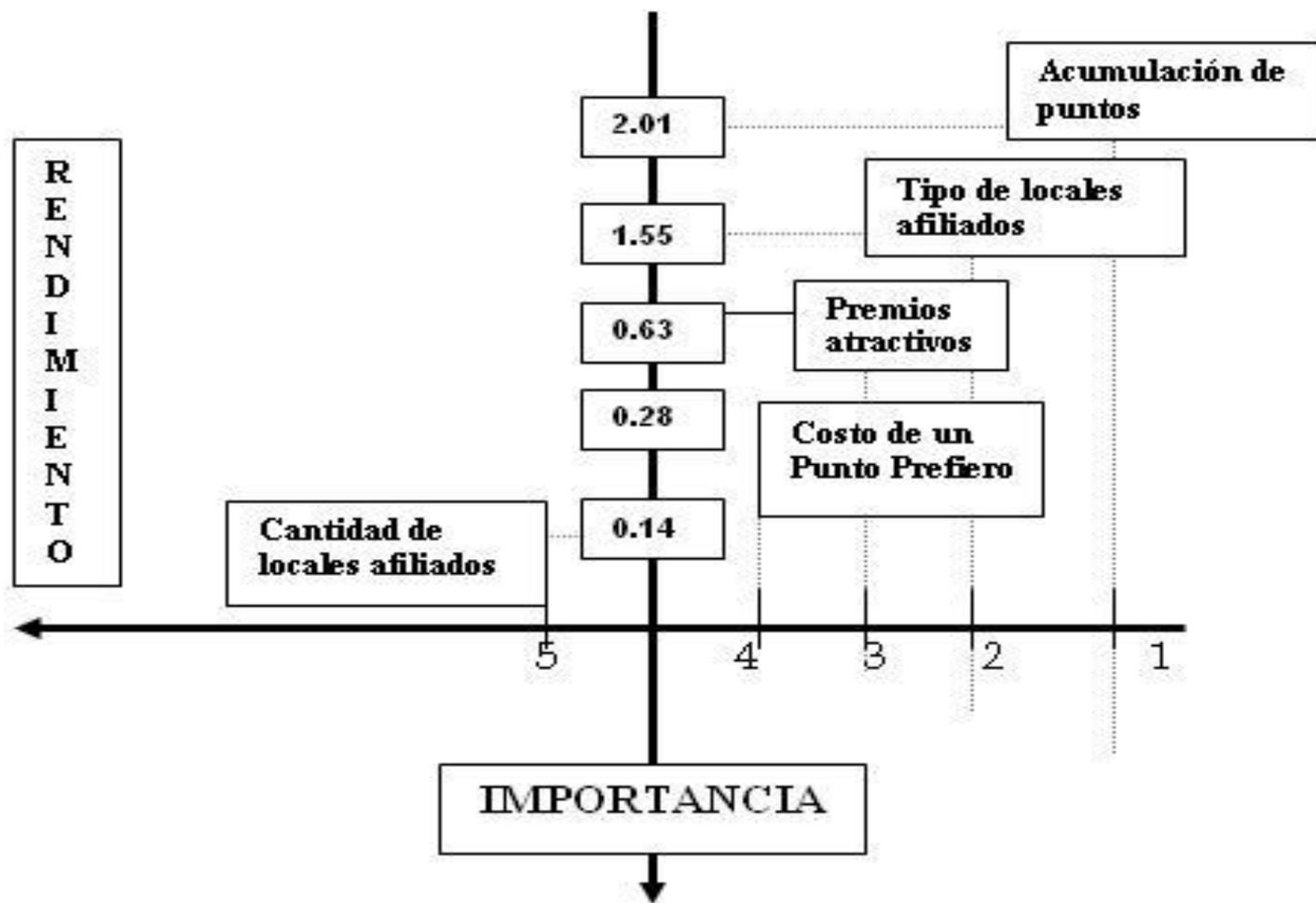
Matriz Producto - Mercado				
	RETAIL	BATCH	MARCAS A	ESPECIALIZADAS
Señoras Acomodadas	X	X	X	X
Burguesas	X	X	X	X
Señores pudientes	X	X	X	X
Jóvenes emprendedores	X		X	X
Cachorros	X		X	X
Liberadas	X	X	X	X
Luchadoras	X			X
Nuevos padres	X	X		X
Popular	X			
Especializado	X		X	X



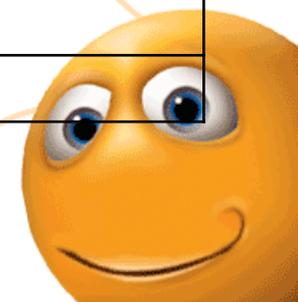
	MODO INTELECTUAL	MODO EMOCIONAL
Implicación Fuerte	<p>Aprendizaje</p> <p>(i, e, a)</p>	<p>Afectividad</p> <p>(e, i, a)</p>
Implicación Débil	<p>Rutina</p> <p>(a, i, e)</p>	<p>Hedonismo</p> <p>(a, e, i)</p>

**Tarjeta de Fidelidad
PREFIERO**





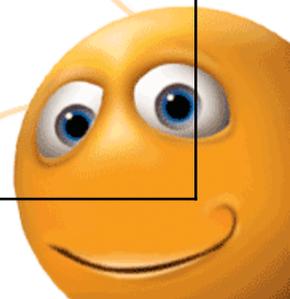
PREGUNTAS	COMPORTAMIENTO DE ADQUISICION	COMPORTAMIENTO DE UTILIZACION	COMPORTAMIENTO DE POSESION
¿Qué?	Bienes y servicios	Ropa, calzado, electrodomésticos, llantas, viajes, comida, libros, seguros, internet, artículos de ferretería, entre otros	Bienes y servicios que llenan sus necesidades
¿Cuánto?	Pocas unidades o al por mayor	N/A	Unidades
¿Cómo?	Efectivo y/o tarjetas de crédito	Artículos de uso personal y profesional	N/A
¿Dónde?	Establecimientos de las marcas afiliadas	Dentro o fuera de casa, oficinas, y empresas	N/A
¿Cuándo?	Cada vez que necesite llenar una necesidad	Todos los días	Todos los días
¿Quién?	Tarjeta habiente	Es personal	Tarjeta habiente



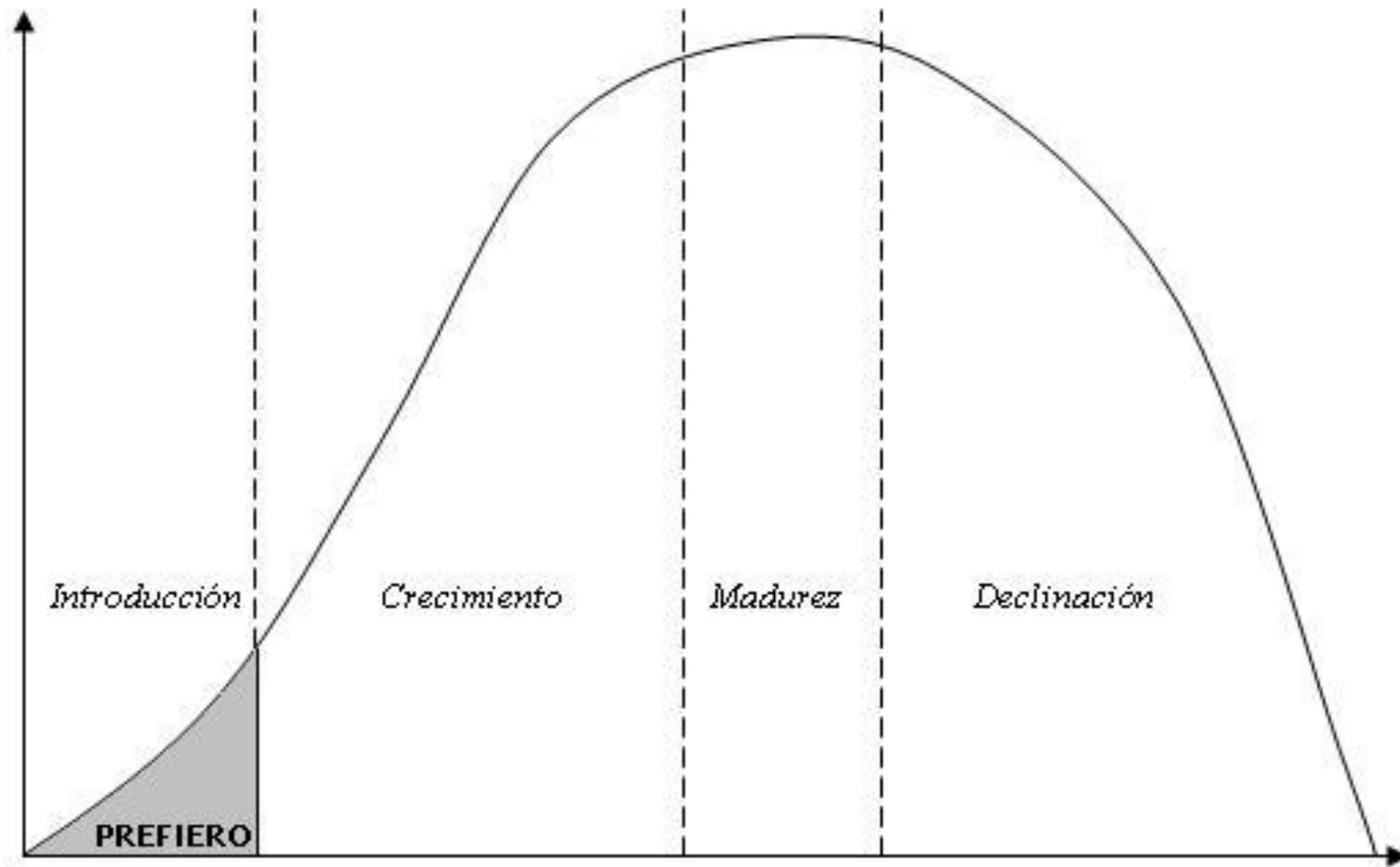
- 😊 Disminuir el total de puntos a acumular para la obtención de un premio.
- 😊 Crear un sistema de acumulación de puntos por marcas.
- 😊 Libertad para que los tarjeta habientes puedan escoger como premio cualquier artículo de un establecimiento de cualquier marca afiliada.
- 😊 Aumentar el número de empresas afiliadas a PREFIERO.
- 😊 Libertad a los clientes para que puedan cancelar sus compras con Puntos PREFIERO.
- 😊 Regalar 100 Puntos PREFIERO a quienes se registren en su página Web: www.prefiero.com.ec



		PRECIOS		
		Más	El mismo	Menos
B E N E F I C I O S	Más			PREFIERO ECUADOR S.A.
	Los mismos			
	Menos			







Plan Operativo de Mercadeo



1. 200.000 tarjetas colocadas en las ciudades de Guayaquil, Quito, Cuenca y Salinas.
2. Posicionar al programa PREFIERO como el más exitoso del mercado con una participación activa del 25% de los tarjetahabientes.
3. Facturación no menor a 4 millones de puntos mensuales.
4. Cumplir con un calendario de promociones llevando la redención al 5% de los puntos emitidos.
5. Llevar a marcas Retail, canjes del 20% de los puntos emitidos por dichas marcas.
6. Llevar a marcas Especializadas ventas incrementales.



- 😊 La imagen de la marca 'Prefiero' propone una imagen atractiva, fresca, divertida, responsable y seria, valores todos estos que van de acuerdo con la imagen que el producto representa: un programa de fidelidad atractivo, divertido, novedoso, que cumple con la entrega de premios, en forma responsable y seria.



- 🧐 El nombre PREFIERO fue escogido con la idea de que el programa de fidelidad determine una preferencia de los consumidores finales hacia cada una de las marcas patrocinadoras del programa.





La combinación de dos colores que aportan atributos diferentes se debe a la característica del producto de estar enfocado a un mercado multisegmento.





Ganar es el punto



Las nuevas afiliaciones están concentradas en las siguientes categorías faltantes:

- ☺ Telefonía celular;
- ☺ banco;
- ☺ aerolínea nacional; y,
- ☺ gasolinera.



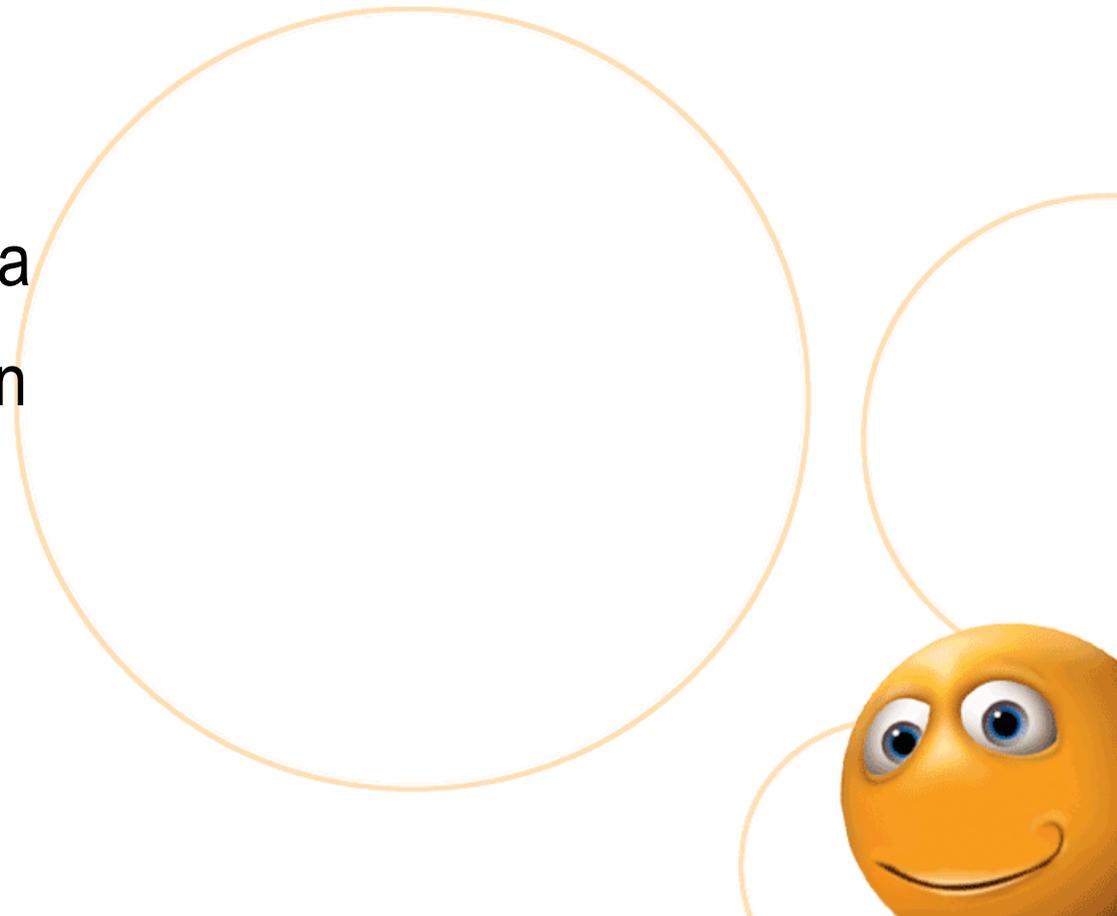
*Un Plan de Incentivos para
motivar a los dependientes
y fidelizar a sus clientes frecuentes*



*Un programa que lleve canjes
a sus locales a cambio
de publicidad compartida*



- 😊 Etapa de introducción
- 😊 Estrategia de cobertura
- 😊 Etapa de consolidación



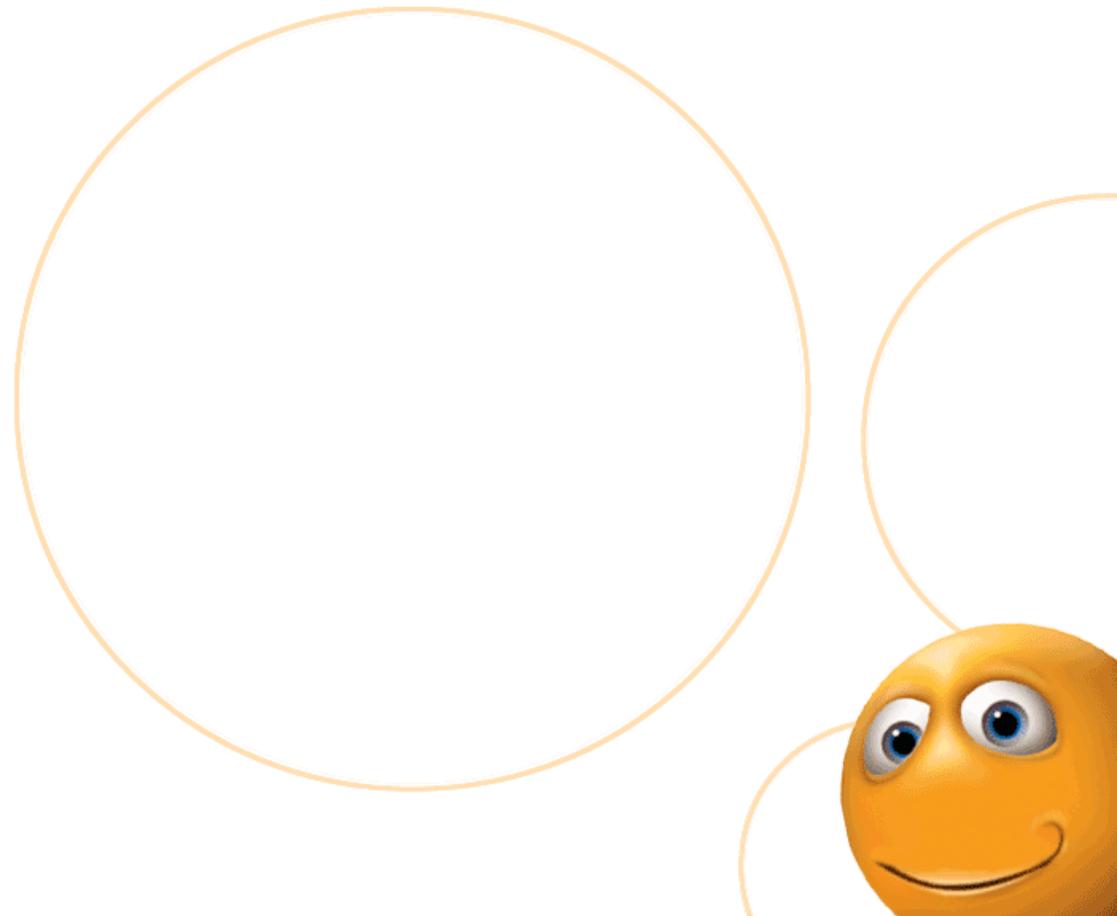
- 😊 Cuota de inscripción
- 😊 Acumulación de puntos



- 😊 Etapa de introducción: “Pida sus puntos”
- 😊 Etapa de consolidación: “Exija sus puntos”
- 😊 BTL (Bellow The Line) en eventos o para la bienvenida de nuevas marcas al programa
- 😊 Catálogo trimestral



- 😊 Zona Platinum
- 😊 Zona de diversión
- 😊 Zona para viajeros
- 😊 Zona de tecnología
- 😊 Zona Aventura
- 😊 Zona del hogar
- 😊 Zona para él y ella



Regalos

Corbatas para caballeros
(Diferentes modelos)



400 pts. + \$5.96

SEKIX TERNIX

Camisa manga corta
para caballeros



1.000pts. + \$12.30

—pinto

Camisa manga larga
para caballeros



1.400pts. + \$12.00

Para él

*Todos los premios sujetos a disponibilidad de stock

Juguetes

Niños

Miñeco coleccionable
de Yu-gi-oh (Exodia)

600pts. + \$3.11

3 modelos disponibles

Barbie Charming Princess

900pts. + \$12.96

POKEMON trading card game

250pts. + \$1.92

Varios sobres disponibles

GAME
COVER



*Todos los premios sujetos a disponibilidad de stock



- 😊 Publicidad compartida
- 😊 Radio
- 😊 Material POP en almacenes alusivo al mensaje “*Pida sus puntos*”
- 😊 Insertos y trípticos



SOLO A CLIENTES PREFERO 5% DE DESCUENTO EN COMPRA DE CAMARAS DIGITALES

Barrida de precios

Cámaras Digitales en Escucolor



Samsung X-202
2.0 MP - 2X Zoom digital - Video
6 MB memoria interna
Precio normal \$ 180,00
Precio especial
\$149,00
Incluye I.V.A.



Kodak CX7300
3.2 MP - 3X Zoom optico
2X Zoom digital - Video
16 MB memoria interna
Precio normal \$ 215,00
Precio especial
\$179,00
Incluye I.V.A.



ViviCam 3845
4.0 MP - 2X Zoom digital - Video
14 MB memoria interna
Precio normal \$ 299,00
Precio especial
\$259,00
Incluye I.V.A.



Sony P43
4.1 MP - 3X Zoom digital - Video
16 MB memoria interna
Precio normal \$ 369,00
Precio especial
\$325,00
Incluye I.V.A.

Lleva hoy tu cámara digital por un precio especial y recibe tu **Combo Barreprecios** de regalo:



Kodak Digitalízate con los expertos **Escucolor**

¡Ya no tienes que pagar por internet!

Visita www.prefero.com.ec

Haz click aquí y no pagues por tu internet

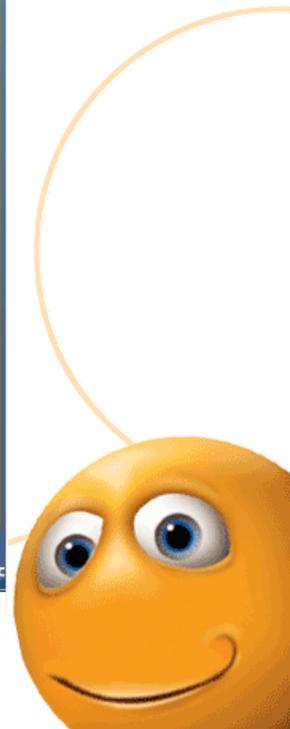
Internet GRATIS

Y si eres cliente PREFERO sólo con dar click en este banner, te registras y tienes una hora y media de internet gratis!!



***Válido sólo sábados y domingos**

*Todos los premios sujetos a disponibilidad de stock



1. Promoción “Doble Puntaje”
2. Promoción “Tanto por tan poco”
3. Promoción “Vamos a la playa”
4. Promoción “San Valentín”
5. Promoción “Regreso a clases en la costa”
6. Promoción “Día de la madre”
7. Promoción “Día del padre”
8. Promoción “Vacaciones en la sierra”
9. Promoción “Regreso a clases en la sierra”
10. Promoción “Fiestas de Guayaquil”
11. Promoción “Fiestas de Cuenca”
12. Promoción “Fiestas de Quito”



- 😊 Afiliación y activación de la tarjeta
- 😊 Acumulación de puntos
- 😊 Consulta de saldos
- 😊 Canje o redención de premios



Procedimiento de utilización de la tarjeta Prefiero



¿Cómo uso mi tarjeta?

Usar su tarjeta **PREFIERO** y acumular puntos es fácil y rápido.



Al comprar en los Locales Afiliados presente su Tarjeta **PREFIERO**.



Al pagar sus compras el encargado deberá sumarle nuevos Puntos a su cuenta **PREFIERO**.



Sus Puntos se sumarán inmediatamente al total acumulado.

¿Cómo obtengo mis premios?

Usted puede canjear sus Puntos en cualquier momento por los premios que aparecen en el Catálogo de Equivalencias **PREFIERO** y por premios adicionales exhibidos en los Centros de Canje y Locales Afiliados. Puede canjear todos sus Puntos o solo parte de ellos, es así de fácil:



Acérquese a un Centro de Canje o Local Afiliado **PREFIERO**.



Presente su Tarjeta **PREFIERO** con su cédula de identidad.



Indique el artículo o los artículos que desea canjear y se le descontarán los Puntos equivalentes.



Usted obtiene el premio que deseaba.



Análisis Económico y Financiero



- 😊 Brindar fidelidad a las marcas
- 😊 Multimarca
- 😊 El programa prácticamente cubre cada necesidad del consumidor
- 😊 Poca comunicación
- 😊 Nuevas estrategias de comunicación



- 😊 Disminuir la cantidad de puntos que se deben acumular para canjear un premio
- 😊 Cubrir la gran mayoría de mercados
- 😊 Aumentar el número existente de puntos de canje
- 😊 Capacitación
- 😊 El proyecto resulta factible al tener una TIR de 86%, un VAN de \$ 730.136, una utilidad acumulada actual de \$259.232 y proyectada para el 2005 de \$495.071

