

Universidad de Lima
Facultad de Comunicaciones
Carrera de Comunicación



ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN, A TRAVÉS DEL MARKETING SENSORIAL, CASO RUTINA CAFÉ

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación

Luana Rose Dolmos Zubileta

Código 20192712

Asesor

Penny De Armero, Rafael

Lima – Perú

10 de octubre del 2024

RESUMEN

El presente artículo estudia el marketing sensorial y su importancia en la estrategia de captación y fidelización de clientes en la marca Rutina Café. Se destaca que el marketing sensorial se basa en el uso de estímulos percibidos por los sentidos para crear un ambiente específico y diferenciarse de la competencia. Bajo un enfoque cualitativo, se realizaron 20 entrevistas a profundidad y observación participante. Los hallazgos indican que Rutina Café logra crear una atmósfera atractiva y acogedora, pero debe mejorar la comodidad de los clientes y en ofrecer opciones más flexibles. La marca ha sido bien aceptada y asociada con emociones positivas, pero enfrenta desafíos para lograr una base sólida de clientes leales. Se identificaron limitaciones que dificultan la fidelización, como la presión por consumir constantemente y la falta de opciones en el menú. Abordar estas limitaciones, ofreciendo una variedad de productos y brindando un servicio excepcional que resuelva los problemas de manera efectiva, puede mejorar la captación y fidelización de la marca ya que estudios previos indican que integrar percepciones sensoriales y generar imágenes mentales positivas impactan significativamente las emociones anticipatorias y la intención de compra de los consumidores (Kim et al., 2021). Por lo tanto, implementar estas mejoras, en la comodidad y flexibilidad de los espacios físicos, no solo optimizará la experiencia del cliente, sino que también aprovechará el poder del marketing sensorial para fortalecer la conexión emocional con los clientes y aumentar su lealtad.

Palabras clave: marketing sensorial, captación de clientes, percepciones sensoriales, fidelización de clientes, experiencia de marca, Rutina Café y estrategia de marca.

ABSTRACT

This article studies sensory marketing and its importance in the strategy of attracting and retaining customers for the Rutina Café brand. It highlights that sensory marketing is based on the use of stimuli perceived by the senses to create a specific environment and differentiate from the competition. Using a qualitative approach, 20 in-depth interviews and participant observation were conducted. The findings indicate that Rutina Café manages to create an attractive and welcoming atmosphere, but needs to improve customer comfort and offer more flexible options. The brand has been well accepted and associated with positive emotions, but it faces challenges in establishing a solid base of loyal customers. Limitations that hinder loyalty were identified, such as the pressure to constantly consume and the lack of menu options. Addressing these limitations by offering a variety of products and providing exceptional service that effectively solves problems can improve the brand's attraction and loyalty. Previous studies indicate that integrating sensory perceptions and generating positive mental images significantly impact consumers' anticipatory emotions and purchase intentions (Kim et al., 2021). Therefore, implementing these improvements in the comfort and flexibility of physical spaces will not only optimize the customer experience but also leverage the power of sensory marketing to strengthen the emotional connection with customers and increase their loyalty.

Keywords: sensory marketing, customer attraction, sensory perceptions, customer retention, brand experience, Rutina Café, brand strategy.

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía

Exclusiones

- ▶ N.º de fuente excluida

Fuentes principales

- 9%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.