Propuesta de un plan de marketing experiencial como herramienta para el posicionamiento y fidelización de clientes, en las estaciones de servicio Texaco del municipio de Santa Ana.

En la actualidad la comercialización de combustibles se ha convertido en una de las actividades más importantes para el desarrollo económico de un País. La compra-venta de combustible para distintos fines, tanto para el uso de automóviles, motocicletas, transporte pesado, autobuses, aeronaves, embarcaciones, maquinaria, etc. permite entender que los combustibles son indispensables para el desarrollo de las actividades de la vida diaria de las personas y las empresas. En el país existe un gran número de estaciones de servicio cuyo objetivo es proveer de combustible a los usuarios, por lo tanto, es necesario que cada estación de servicio establezca las herramientas de Marketing necesarias para poder sobresalir y distinguirse de las demás estaciones competidoras.

Castro Galicia, David Omar

Ibáñez Nieto, Josué Enmanuel

Urbina Alarcón, Josselyn Iveth

EN MERCADEO INTERNACIONAL. 2015