

RESUMEN

Se presenta una Propuesta Estratégica de Marketing para la empresa TELECAPACITADOS, de servicios de Call Center. La empresa tiene un bajo posicionamiento en el mercado objetivo. Parte de este problema se debe a la poca o nula utilización de recursos de marketing y publicidad. Se realizaron encuestas a 384 usuarios y entrevistas a 20 clientes. Se observa como TELECAPACITADOS ocupa las segundas o terceras posiciones en calidad, utilidad y precio. El plan estratégico busca mejorar el posicionamiento a través de la conformación de una imagen de marca propia para cada servicio, a más de elevar el valor agregado a fin de diferenciales de servicios similares de la competencia y posicionarlos por su utilidad, diversidad y calidad. El análisis financiero mostro factibilidad en el planteamiento de la propuesta.