

RESUMEN

La generación de fidelidad en el cliente consta de múltiples factores que impulsan a su logro. El servicio al cliente y el valor percibido son los factores más determinantes para conseguirlo. Conocer el comportamiento de nuestros consumidores y más aún sus deseos y necesidades nos dan una ventaja competitiva en el mercado ya que al satisfacerlos completamente ellos ni siquiera tendrán la idea de ir con la competencia. Actualmente en el Ecuador cuando hablamos de fidelizar a nuestros clientes buscamos maneras de entregar beneficios económicos para lograrlo, sin embargo, ¿qué pasa cuando una marca no está enfocada a la disminución de precios? Enseñamos de manera cognitiva al cliente que la marca brinda valor a su estilo de vida. La presente investigación muestra cómo se relaciona el servicio que ofrece la marca Fybeca y el valor percibido por el cliente durante todo el proceso de compra para que el cliente se sienta totalmente satisfecho con lo holístico del servicio y se formen relaciones duraderas en el largo plazo logrando la fidelización del cliente con simples pero precisas estrategias de marketing que permitirán realizar un excelente CRM y repercutirán obviamente en la rentabilidad de la empresa, por supuesto sin olvidar que el objetivo de todos los stakeholders es el de ganar- ganar.

Palabras clave:

- **FIDELIZACIÓN**
- **VALOR PERCIBIDO**
- **SERVICIO AL CLIENTE**
- **RETAIL FARMACÉUTICO**
- **VALOR**

ABSTRACT

The generation of fidelity in the customer consists of multiple factors that drive its achievement. The perceived value and customer service are the most determining factors to achieve this. Learn about our consumer behavior and even more wishes and needs give us a competitive market advantage since to fully satisfy they will not even have the idea of going with the competition currently in the Ecuador when we speak of loyalty to our customers are looking for ways to deliver economic benefits to achieve it, however, what happens when a brand is not focused on the fall in prices? We teach in a cognitive manner the customer that the brand delivers value to your lifestyle. This research shows how relates to the service offered by the brand Fybeca and the value perceived by the customer throughout the buying process to make the customer feel completely satisfied with the holistic service and to form long-lasting relationships in the long term achieve the customer loyalty with simple but precise marketing strategies that will allow to make an excellent CRM and will obviously affect the profitability of the company of course without forgetting that the objective of all stakeholders is the win - win.

Key Words:

- **LOYALTY**
- **PERCEIVED VALUE**
- **CUSTOMER SERVICE**
- **RETAIL PHARMACIST**
- **VALUE**