



ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA POTENCIAR EL
DESEMPEÑO EN LA TIENDA CECILIA COSMÉTICOS, EN LA CIUDAD DE
BENJAMÍN ACEVAL, AÑO 2025

Sandra Silvana Cáceres Aguiar

Tutor: Elsida Barreto Santacruz

Proyecto de Tesis presentada en Facultad de Gestión de la Universidad Integración
de las Américas como requisito parcial para obtención del título de Ingeniero Comercial,
Ingeniería Comercial

Benjamín Aceval, Paraguay
Año 2025



Resumen

El presente trabajo analiza la situación actual de la tienda Cecilia Cosméticos, ubicada en Benjamín Aceval, con el propósito de proponer estrategias de marketing digital y fidelización que contribuyan a mejorar su desempeño comercial. La investigación identifica la falta de presencia digital activa y la ausencia de programas estructurados de fidelización como las principales debilidades que limitan la visibilidad y la lealtad de los clientes. A partir de encuestas y entrevistas, se constata que la mayoría de los clientes manifiesta alta intención de recompra, aunque demanda mayor innovación y comunicación digital. Las propuestas estratégicas incluyen la implementación de redes sociales activas, un programa de puntos gestionado mediante WhatsApp Business, capacitaciones en marketing digital y acciones phygital para optimizar la experiencia del cliente. Los resultados y la retroalimentación de los actores clave confirman la viabilidad y pertinencia de estas estrategias para incrementar la visibilidad, la fidelización y el crecimiento sostenible del negocio.

Palabras clave:

1. Marketing Digital 2. Fidelización de clientes 3. Visibilidad 4. Estrategias 5. Pymes

