

RESUMEN EJECUTIVO

Con el fin de llevar a la práctica las teorías y técnicas asimiladas durante los años de estudios, se elabora el presente trabajo de investigación, que busca apoyar las actividades que desarrolla la microempresa **Agencia de Empleos y Servicio Técnico Jerez**, entidad privada donde se ha podido identificar la importancia y la necesidad de realizar un Plan Comunicacional.

En este contexto se aplican procedimientos **del Marketing de Servicio, con énfasis en las variables Publicidad y Promoción**, dirigidas a la identificación de la propuesta y evaluación de acciones estratégicas, que permitan alcanzar liderazgo y ampliar el mercado de la empresa en estudio.

Para este propósito el trabajo de investigación puesto a consideración de las autoridades académicas e institucionales comprende:

La primera parte corresponde a la justificación, objetivos, hipótesis, alcance y metodología, de la problemática planteada en una primera parte; lo que nos habilita a seguir el estudio, con los siguientes capítulos:

En el Capítulo I, El Marco Teórico o Revisión Bibliográfica, donde se desarrolla el cuerpo teórico sobre Marketing de Servicios y su Proceso Estratégica para Plan de Comunicación.

En el Capítulo II, Se toma en cuenta la aplicación del proceso de planificación estratégica considerando la visión, misión y objetivos de la Agencia de Empleo, seguido de un análisis externo e interno, los métodos analógico, deductivo y la encuesta para la investigación de mercados, que se resume en la matriz de impacto o FODA. Ello significa evaluar integralmente la gestión de la empresa de servicio; es

decir, el establecimiento de alternativas estratégicas que permiten aplicar la propuesta y las recomendaciones del Capítulo IV y V, que responde las siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Cómo logrará un Plan Comunicacional que responda a las exigencias y necesidades de los usuarios?

- ✓ ¿Qué tipo de nuevos servicio aplicar en la próxima gestión administrativa?

- ✓ ¿Cómo establecer Subsistemas de Publicidad y Promoción que permita llegar al usuario real y potencia en otro segmento de mercado (audiencia dirigida a los mensajes)?