



INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación: “Plan Estratégico de Marketing para la Fábrica de Lácteos del Centro Tierra Viva de Rosillas”, consta de nueve capítulos y cuatro partes fundamentales: Perfil, Marco Teórico, Diagnóstico y Propuesta.

En el Perfil se plasma el problema, hipótesis y objetivos que se desarrollan en el transcurso de la investigación, asimismo, se identifica la metodología que se usó para desarrollar cada una de las partes inmersas en el trabajo.

El Marco Teórico representa una recopilación de información trascendental y significativa que permitió ampliar los conocimientos para el posterior desarrollo del diagnóstico y propuesta.

El Diagnóstico se basó en análisis realizados a las fuerzas que moldean la empresa, donde se realizó una investigación de mercados con el fin de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que permitieron elaborar la matriz F.O.D.A.

La propuesta se la elaboró en base a toda la información recopilada, analizada y seleccionada durante el desarrollo del trabajo, con el fin de proponer para la Fábrica de Lácteos del Centro Tierra Viva de Rosillas una dirección estratégica que guíe su vida empresarial.

Finalmente, se redactó las conclusiones del trabajo y se realizaron recomendaciones dirigidas a la empresa en estudio, se adjuntó la bibliografía utilizada a lo largo de la investigación, como también los anexos necesarios.