

RESUMEN

En el presente trabajo de profesionalización, se ha considerado como principal objetivo, proponer un Plan de Marketing para la empresa Crocan Pollo, desarrollando una serie de pasos detallados que contribuirán a mejorar su desarrollo y funcionamiento de la empresa.

El mismo se divide en cuatro partes: Perfil, Marco Teórico, Diagnóstico y el Modelo Propuesto, que a continuación se muestra una sinopsis.

En el Perfil, se desarrollo una investigación exploratoria principalmente para identificar claramente la problemática, los objetivos de investigación y la metodología de la investigación científica.

En la segunda parte está compuesta por el Marco Teórico que comprende toda la parte conceptual, la cual es necesaria para comprender mejor la temática a desarrollar, en ella se hace énfasis algunos aspectos generales del Marketing, el Plan Marketing y del sector de la Gastronomía.

La tercera parte se encuentra constituida por el Diagnóstico, donde se centra su estudio sobre el análisis del PESTA y el análisis del micro entorno, así mismo, se realizó una investigación de mercado, análisis de la matriz BCG; de manera que permitió determinar el FODA de la empresa.

En la Propuesta del presente proyecto de investigación, la cual se fundamenta en los resultados del diagnóstico y la investigación de mercado, permitió proponer los siguientes puntos: Filosofía Empresarial y Estrategias de Marketing Mix para el mejor funcionamiento de la empresa Crocan Pollo.

Finalmente el presente trabajo contempla un bibliografía relevante y la actualización a través de la webgrafía, así mismo, para respaldar toda la investigación se insertan una serie de anexos.