

RESUMEN

La presente investigación, responde al problema sobre el descenso en las ventas en el negocio “EL VIEJO MOLLE”, que se traduce en una baja rentabilidad. Esta problemática se aborda con plan de marketing que mejore la difícil situación que atraviesa el negocio “EL VIEJO MOLLE”.

La metodología aplicada es Investigación no experimental cuantitativa, ya que no se pretende realizar ningún tipo de prueba y se escogerá un diseño transversal simple, lo que permite analizar la información recolectada con estadística descriptiva y cálculos que sirvieron para analizar encuestas realizadas a clientes actuales y posibles clientes potenciales.

En el mercado actual es necesario que toda empresa, sin importar su tamaño y el sector de desenvolvimiento, cuente con un Plan de Marketing. De tal forma que pueda ser competitiva en el mundo cada más globalizado. Se busca la satisfacción del cliente con estrategias eficaces que fortalezcan al negocio.

Para el desarrollo del Plan de Marketing, se utilizaran los componentes necesarios para obtener resultados favorables, logrando incrementar la rentabilidad del negocio, alcanzando niveles competitivos, obteniendo la fidelidad de los clientes y posicionando el negocio en el mercado con un enfoque de mejora ante el público.

En conclusión, la implementación de estas estrategias permitirá a “EL VIEJO MOLLE” lograr un mayor reconocimiento en el mercado y una mejora en la participación del mismo, además de un aumento en el número de clientes y en las ventas.