

RESUMEN

Cultivos del Paraíso una empresa dedicada a la comercialización de frutilla ubicada en la Provincia de Pichincha parroquia Yaruquí sector Otón de Vélez..

El objetivo general de la presente investigación es Incrementar las ventas de la empresa Cultivos del Paraíso aplicando el Plan Estratégico de Marketing con las estrategias, herramientas apropiadas para aportar al crecimiento y desarrollo de la empresa en el mercado de la frutilla.

Como objetivo de marketing tenemos proponer el plan estratégico de marketing con la finalidad de incrementar las ventas de la empresa a través de estrategias que ayuden a la empresa a mejorar su posicionamiento satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

Podemos concluir que la marca de la empresa tiene un buen posicionamiento del mercado ya que el 65% de los encuestados conoce los productos que ofrece la Empresa y un 61,45% son consumidores de la marca.

Con la aplicación de las estrategias de marketing ofensivas, defensivas y las del mix de marketing la ha logrado detectar las falencias que tiene en los productos y servicios que logrando el incremento de sus ventas y un mejor posicionamiento.

Palabras claves

Plan Estratégico de Marketing

Macroambiente

Microambiente

Investigación de Mercado

Estrategias de Marketing

ABSTRACT

Cutivos del Paraíso is a company dedicated to the commercialization of strawberry located in the province of Pichincha Yaruquí parish Otto Velez .

The overall objective of this research is to increase sales of the company implement the Strategic Marketing Plan with strategies appropriate to contribute to the growth and development of the company in the strawberry market .

As we propose target marketing strategic marketing plan in order to increase sales of the company through strategies that help the company improve its position to meet the needs of its customers.

We can conclude that the brand of the company is well positioned in the market since %65 of respondents know the products offered by the Company and 61.45% are consumers of the brand.

With the implementation of the strategies offensive, defensive and marketing mix has been detected which has short comings in the products and services that achieving increased sales and better marketing positioning .

Keywords

Strategic Marketing Plan

Macroenvironment

Microenvironment

Market Research

Marketing Strategies