

RESUMEN

Marcseal inicia sus operaciones a partir del año 1999 con el objetivo de atender la elaboración de salsas y aderezos para su socio comercial Int. Food services (KFC) y más tarde otras prestigiosas cadenas de comida preparada tanto nacionales como internacionales. Marcseal es una empresa que se especializa en producir y ofrecer productos de calidad como salsas, aderezos y complementos alimenticios para el consumo institucional y hogares. Estos productos se comercializan bajo la marca MARCELLO'S. El presente trabajo se realizó con el objetivo diseñar un plan de marketing para el lanzamiento de una nueva línea de condimentos en la empresa Marcseal que permita mejorar su posicionamiento en el mercado del distrito metropolitano de Quito. Tomando en consideración el crecimiento proliferado de la competencia en la industria alimenticia es sumamente necesario conocer el comportamiento de los diversos actores del mercado que influyen en la comercialización de los productos de la empresa Marcseal; el análisis externo e interno de la empresa para llegar al planteamiento del FODA y su diagnóstico para determinar el posicionamiento competitivo de la empresa. Se realizar un estudio de mercadeo donde se determina las características actuales del mercado de condimentos y conoce detalladamente, necesidades, preferencias y gustos de los potenciales y actuales clientes de la empresa. Se presenta la propuesta del plan de marketing enfocado al lanzamiento de la nueva línea de condimentos, donde se planteó estrategias del mix de marketing y proyectos que garantice la penetración de la nueva línea y posicionamiento en la mente del consumidor, y se realiza un estudio financiero de la propuesta de marketing, analizando los índices financieros.

PALABRAS CLAVES: Línea De Condimentos, Lanzamiento De Producto, Empresa Marcseal, Plan de Marketing, Condimentos Naturales

SUMMARY

Marcseal started operations from 1999, with the objective of assisting the preparation of sauces and dressings; to its business partner Int Food services (KFC) and later other prestigious brands of prepared food both national and international. Marcseal is a company that specializes in producing and providing quality products such as sauces, dressings and foodstuffs supplements for institutional and household consumption. These products are marketed under the brand MARCELLO'S.

The present work was carried out to design a marketing plan for the launch of a new line of spices in the company Marcseal, trying to improve their market positioning of the metropolitan district of Quito. Considering the proliferated growing of competition in the food industry, it is extremely necessary to know the behavior of the various actors in the market influence the marketing of goods Marcseal; the external and internal analysis of the company to reach the FODA approach and diagnosis to determine the competitive position of the company.

Was performed marketing study where the actual market characteristics of the seasonings and know thr determined and detail, needs, and preferences of potential and current customers of the company was conducted.

The proposed marketing plan focused on the launch of the new line of spices, where are given of the mix marketing strategies and projects to ensure the penetration of the new line and positioning in the consumer's mind arose presents, and a financial study of the marketing proposed is done by analyzing the financial indices, and making projections in several optimistic and pessimistic scenarios, such that can be identified so attractive or feasible is the implementation of the marketing plan focused on the launch of the new line of spices.

KEYWORDS: Line Condiments, Product Launch, Company Marcseal, Marketing Plan ,Natural Seasoning.