



Campus Itapúa
UNIVERSIDAD CATÓLICA
"Nuestra Señora de la Asunción" Campus Universitario de Itapúa



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:
"PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE LENCERIA EN MAYOR JULIO
DIONISIO OTAÑO"

Autor:
Univ. Quiroga, Jimena Rocío

Tutor:
Mag. Faustino Garay Farías

Encarnación - Paraguay
2021

Resumen

El presente trabajo de investigación se estableció como objetivo principal elaborar un Plan de Marketing para el Posicionamiento de una Empresa dedicada a la comercialización de Lencería en la ciudad de Mayor Julio Dionisio Otaño, un plan es una herramienta de utilidad para el logro de los objetivos organizacionales planteados, esta actividad se llevó a cabo mediante un diagnóstico que contribuyó a determinar la demanda potencial en la ciudad en el rubro lencería, además de identificar las variables del Marketing que se puedan potenciar a través de un análisis de fortalezas, oportunidades y amenazas existente en el mercado objetivo para posteriormente diseñar las técnicas de mercadeo acordes a los requerimientos establecidos por los clientes potenciales del producto plasmadas en el plan que se presenta como propuesta. La investigación plantea una metodología descriptiva, pues se ha centrado en describir los datos obtenidos del mercado y crear en base a ello las estrategias contextualizadas, es transversal y las variables en estudio fueron de carácter cualitativas y cuantitativas. Los resultados obtenidos radican en la detección de demanda potencial para el emprendimiento en estudio, y la principal estrategia que se sugiere está basada en la utilización de las 4 P para lograr el posicionamiento del producto dentro del mercado.

Palabras claves: Plan de Marketing, Estrategias, Posicionamiento