



CAMPUS ITAPÚA

UNIVERSIDAD CATÓLICA

"Nuestra Señora de la Asunción" Campus Universitario de Itapúa



CAMPUS ITAPÚA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FINAL DE GRADO

"PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA GOMERÍA CHIQUI S.R.L DEL
DISTRITO DE OBLIGADO"

AUTORAS:

Univ. *González Britos, Mirtha Estela*

Univ. *Trombetta Jara, Camila Belén*

ENCARNACIÓN - PARAGUAY

2021

Resumen

Para Troya Benavidez (2017), un plan de marketing contribuye a planear y ejecutar acciones con el fin de crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales. Gomería Chiqui S.R.L es una empresa familiar con una trayectoria de más de 35 años en el rubro, ha logrado mantenerse mediante el compromiso de ofrecer productos y servicios de calidad, destacándose la calidez humana que han inculcado a sus colaboradores. Sin embargo, con el transcurrir de los años, la competencia ha crecido fuertemente; así también, con la actual crisis financiera, se observó que algunos de los clientes comenzaron a buscar otras alternativas. Con esta situación, la empresa se replantea sobre su posicionamiento real en el mercado; es así que, surge la necesidad de estudiar a los clientes potenciales, y sobre todo en cómo mantener a los antiguos para que sigan prefiriendo sus servicios. Es por ello que, esta investigación buscó diseñar un plan de marketing para la empresa, teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades y los protocolos sanitarios para hacer frente a la pandemia del Covid - 19, así también, se describió la situación actual de la misma y se identificaron las estrategias de comercialización utilizadas. El trabajo tuvo un enfoque investigativo mixto, y el diseño fue no experimental; la muestra estuvo conformada por 7 colaboradores de la empresa, clientes, el propietario y un profesional de marketing. Para la recolección de los datos, se realizaron encuestas y entrevistas, así como también, se utilizó una guía de observación para identificar las fortalezas y debilidades. Una vez analizados los datos, se pudo comprobar que las fortalezas de la empresa son la calidad de los productos y de los servicios que brindan, además de las correctas aplicaciones de medidas de prevención del Covid-19 y sus debilidades son la poca participación en redes sociales y la falta de merchandising. De igual modo, se identificaron que las estrategias de comercialización para la empresa son posicionamiento, relaciones públicas, publicidad, distribución, ventas, promoción, precio, producto, plaza, post venta. Para concluir el trabajo, se elaboró una propuesta de plan cuyo principal objetivo es posicionar a la empresa Gomería Chiqui S.R.L en el mercado de Colonias Unidas.

Palabras clave: Plan de marketing, estrategias, comercialización, condiciones sanitarias, FIDA.