ESCUELA DE POSTGRADO

Maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

PLAN DE MARKETING DE MASTER BELLE

**Trabajo de Investigación para optar el grado de Maestro en
Dirección de Marketing y Gestión Comercial**

CLAUDIA OCAÑA ORDOÑEZ

LOURDES REYES GARCIA

Asesor:

Dr. José Miguel Solano Morales

Lima – Perú

2018

Plan de marketing de Master Belle

Resumen Ejecutivo

El mercado de menaje de acero en Perú está en crecimiento de un 5%, sin embargo, las ventas de Master Belle están decreciendo en los últimos cinco años (caída acumulada del 39.7%). En el análisis interno se detectó que Master Belle no ha identificado a sus competidores perdiendo de esta manera mercado y posicionamiento a pesar que su fabricación es peruana y tiene la ventaja de respuesta rápida ante las necesidades cambiantes del mercado a un menor costo.

Para el 2018, se proyecta un escenario positivo debido al crecimiento económico, reducción de IGV, preferencias de consumidores y tendencias de consumo que abren un abanico de oportunidades para que la empresa Master Belle tenga la oportunidad de reconocimiento, crecimiento y de competir.

Es importante mencionar que durante el desarrollo de este trabajo se definieron dos perfiles de clientes potenciales: Las Saludables y Las Estéticas, a quienes se dirigirán estos esfuerzos. Después de identificar al target, la propuesta es seguir las acciones definidas en este plan anual de marketing las cuales deben ser supervisadas permanentemente por el área de marketing con la finalidad de hacer cambios en las medidas que sean necesarias.