



**INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACIÓN PRIVADO
IDAT
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN MARKETING**

**PLAN DE MARKETING PARA POTENCIAR E IMPULSAR
LOS PRODUCTOS PREMIUM Y VEGANOS DE CUKEEZ Y SUS
SERVICIOS EN LIMA METROPOLITANA 2025**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Marketing**

PATRICIA MARISOL NOEL RIVERA

(0009-0003-5404-4340)

Lima – Perú

2024

Dedicatoria:

A mi esposo y mi familia, por su amor, apoyo incondicional y motivación constante. Sin ellos, esto no habría sido posible.

Este logro es también suyo.

Índice General

Introducción.....	6
Capítulo I: Análisis de la Empresa.	8
Filosofía Empresarial	8
Situación actual de la empresa	10
Objetivos	18
Análisis Interno y Externo.....	19
<i>Análisis Interno.</i>	20
<i>Análisis Externo</i>	23
Descripción del producto o servicios	26
Capítulo II: Público Objetivo.....	28
Mercado Objetivo.....	28
<i>Segmentación</i>	29
Demanda	29
Investigación de Mercados.....	30

Perfil del Consumidor	48
Comportamiento del Consumidor	48
Capítulo III: Estrategias De Marketing Mix Y Marketing Digital.....	50
Estrategias de Marketing Mix	50
Estrategias de Marketing Digital.....	53
Canales de Comunicación	54
Plan de Contenido	56
Capítulo IV: Plan de Acción y Presupuesto.....	61
Plan de Acción	61
<i>Actividades</i>	61
<i>Duración</i>	61
<i>Responsables</i>	61
<i>Proceso</i>	61
Presupuesto.....	74
Conclusiones	77
Recomendaciones.....	77
Resumen Ejecutivo	79
Anexos	80

Referencias Bibliográficas80