CAPÍTULO III

3. PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO

3.1. Misión y Naturaleza del Plan Estratégico

El Plan de Marketing Estratégico es una de las herramientas principales para lograr nuestros objetivos propuestos, uno de los cuales es conocer el perfil de los consumidores potenciales, sus gustos y preferencias con el fin de ofrecer lo que ellos desean y necesitan; además de realizar un análisis de la situación de la empresa, su entorno competitivo y oportunidades para que el nuevo producto que introduciremos para Toni, se implemente siguiendo el mismo esquema de alimentos funcionales y siga comunicando a los consumidores, que estos productos además de alimentarlos, contribuyen a una buena digestión, evitan enfermedades y apoyan al crecimiento, desarrollo y mantenimiento del cuerpo.