Escuela Universitaria Politécnica - La Almunia
Centro adscrito
Universidad Zaragoza

NUM TFG: 425.20.42
Julio 2022

*Grado de Ingeniería en Organización Industrial*

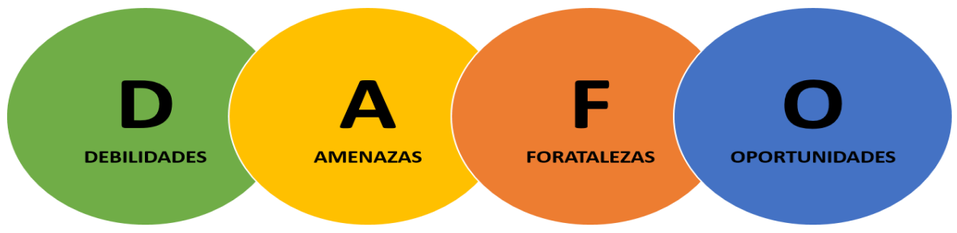
# *Mejora de competitividad de comercio de carnes en medio rural*

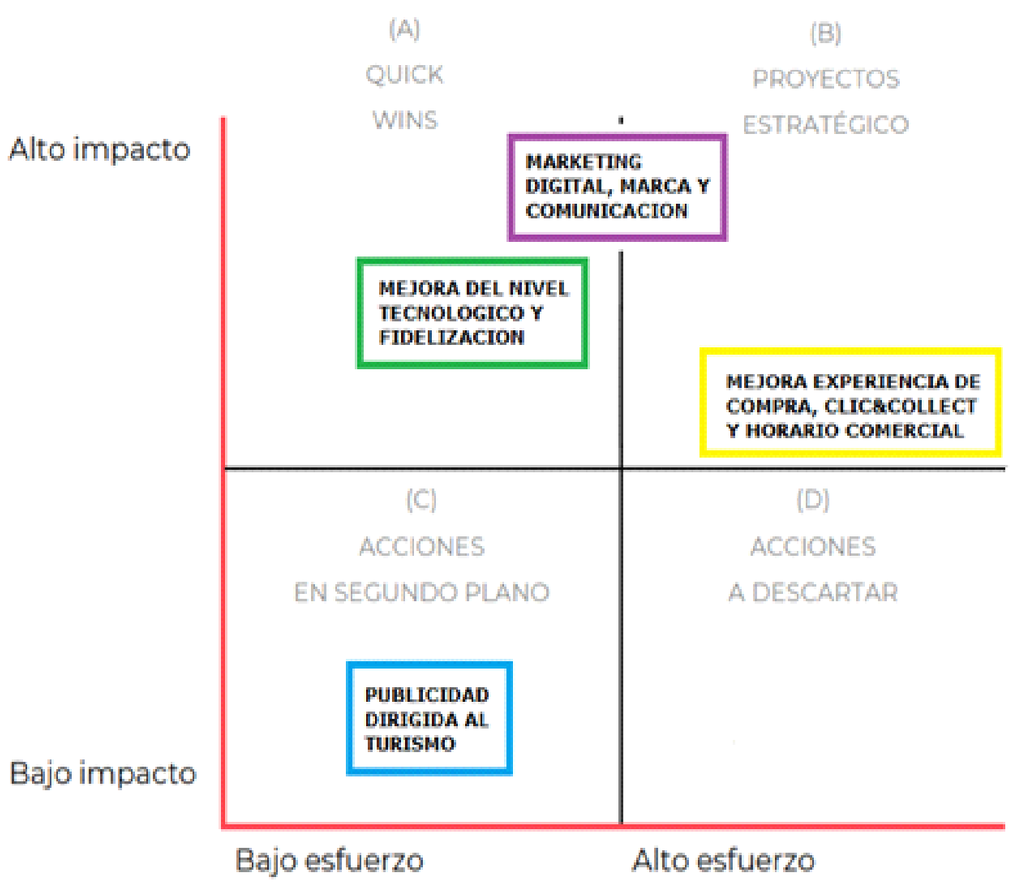
*Autor:* ***Víctor Morales García***
*(Javier Borraz Mora)*

## 1.- OBJETIVOS

- ► Analizar el entorno de la empresa
- ► Planificar y desarrollar estrategia de marketing
- ► Evaluar el resultado de las acciones del plan
- ► Reajustes del plan y acciones futuras

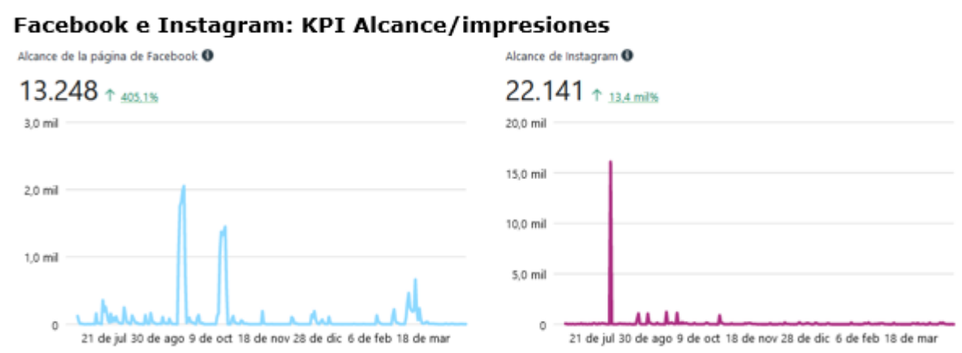
## 2.-METODOLOGÍA



MI COMERCIO EN LA RED
Zaragoza AYUNTAMIENTO

## 3.- RESULTADOS




## 4.- CONCLUSIONES

►Las estrategias de publicidad dirigida al turismo y mejora tecnológica se han implementado de forma efectiva en el negocio, lográndose un gran salto en la transformación digital del comercio y su branding.

►Los KPI de la estrategia de marketing digital han mostrado que las acciones con mejores resultados han sido las de Social Ads y publicaciones en redes y los artículos del blog que han conseguido su objetivo de mejorar la política de comunicación a través del engagement. El objetivo de potenciar la imagen de marca aumentando sus visitas y seguidores no ha logrado los resultados esperados. Los KPI financieros han mejorado durante los últimos años, pero aún no se ha alcanzado el objetivo final de aumento ventas.

►El futuro pasa por desarrollar la estrategia de mejora de la experiencia de compra y aprovechar el conocimiento adquirido.

►La competitividad de la empresa ha mejorado enormemente gracias al análisis y las acciones desarrolladas en este plan, durante sus dos años de duración.