

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente trabajo se propone un plan de marketing estratégico para desarrollar ventajas competitivas y posicionar de manera efectiva el centro comercial Shopping Sur en la ciudad de Tarija.

El trabajo se compone de las siguientes partes: en la primera parte se formula el problema y se definen los objetivos del proyecto de grado. En la segunda parte se desarrolla el marco teórico, donde se analizan e investigan diferentes conceptos que sustentan la investigación y propuesta realizadas. En la tercera parte, denominada análisis de la situación, se planifica la investigación de mercados que se realiza en la ciudad de Tarija a la poblaciones meta compuesto por las familias de la ciudad de Tarija del distrito 3, provincia cercado, a sí mismo se hace un análisis del entorno tanto interno como externo de la empresa; para profundizar en dicho análisis se utilizan la herramienta fundamental: las 5 fuerzas de Porter, y se identifican estrategias efectivas a través del análisis de la matriz FODA.

En la cuarta parte se propone un plan de marketing estratégico para el centro comercial Shopping Sur, en el cual se trabaja formulando las principales opciones estratégicas que la empresa tomará en cuenta, de una manera clara y concisa, para asegurar el desarrollo en el largo plazo, estas opciones se traducen en decisiones estratégicas (marketing estratégico) y en programas de acción (marketing operativo) identificando cada área de la empresa y dentro de cada una de estas se plantean objetivos y estrategias, se define cómo organizar, dirigir y controlar la empresa para que alcance de manera óptima los objetivos. Finalmente se concluye con un presupuesto detallado que engloba todas las estrategias propuestas y se elaboran las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.