

RESÚMEN

Existe en nuestro medio una tendencia a incrementar la competitividad entre empresas, es por esto que las mismas adoptan enfoques de marketing que les permitan entrar en este medio, sobrevivir y tener éxito en un mercado objetivo en el corto, mediano y largo plazo.

El trabajo de investigación tiene como objetivo principal formular estrategias de marketing para la introducción de Helados SAN ROQUE en la ciudad de Tarija.

Para lograr este cometido, en la primera parte se presenta el marco teórico con referencia de conceptos teóricos que está relacionado con lo que se quiere estudiar.

En la segunda parte se analiza el ambiente externo de la empresa, a través, del macro entorno y micro entorno en busca de oportunidades y amenazas.

Posteriormente, se analiza el ambiente interno de la Fábrica de Hielo Tarija “SAN ROQUE”, identificando sus fortalezas y debilidades.

Como complemento al diagnóstico, se realizó un estudio de mercado para indagar los gustos, preferencias de los consumidores y los beneficios proporcionados a los puntos de venta de helado en la ciudad de Tarija.

En la tercera parte de este trabajo se presenta la propuesta, con el objetivo principal de buscar e identificar la mejor estrategia para la introducción de Helados SAN ROQUE en la ciudad capital de Tarija.

Por último, se presenta las recomendaciones pertinentes para la empresa en la elaboración de su nuevo producto.

