

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se realizó con el objetivo de proponer una estrategia de posicionamiento en el mercado de la ciudad de Tarija para la marca de vino “el secreto del valle” de la empresa bodegas Gutiérrez la misma que no cuenta con una estrategia para competir con las marcas ya posicionadas en el mercado. Puesto que se logró observar que la empresa no cuenta con una estrategia de promoción capaz de posicionarse en el mercado de la ciudad de Tarija debido a que la marca de vinos “El Secreto Del Valle” es nueva y aún no se ha trabajado en su posicionamiento.

Se propone utilizar las herramientas más adecuadas en la actualidad para lograr el posicionamiento de la marca en el mercado para ello se debe recurrir a herramientas estratégicas como ser: publicidad, a través de redes sociales, utilizando publicidad audiovisuales, ventas personalizadas, promoción de ventas, relaciones públicas y marketing directo y digital para así lograr dar a conocer el vino al consumidor y luego posicionar la marca “El Secreto Del Valle” en el mercado demostrando sus cualidades peculiares que posee.

Para lograr lo anteriormente descrito, se recopiló información de datos primario como datos secundario. Es importante señalar que los datos primarios fueron recogidos en la Ciudad de Tarija provincia Cercado. Para lo cual se llevaron a cabo una serie de entrevistas con el gerente de la empresa, encargado de marketing.

La tesis consta de seis capítulos en los que se estudiaron distintos tópicos según la importancia que reportaran al estudio, este se limitó a la investigación de mercados en la Ciudad de Tarija provincia Cercado.