

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de profesionalización fue realizado en la empresa “CASA CÓN SUL”.

Para llevar adelante la investigación se identificó el problema que se caracteriza por la poca información que se tiene de la competencia, por una baja participación en el mercado atendido por la tienda comercial “Casa Cónsul”, el objetivo que se planteó fue elaborar un plan estratégico que pueda ayudar a tener un enfoque más claro de lo que desean los consumidores y que permita al propietario de la tienda comercial incrementar su participación en el mercado.

La elaboración del plan estratégico para Casa Cónsul identifico que las estrategias más adecuadas para incrementar la participación en el mercado y resolver el problema de que los consumidores consideran a las tiendas de electrodomésticos homogéneas son las estrategias de diferenciación y conocimiento íntimo del consumidor que permitirán alcanzar los objetivos estratégicos planteados.

Para la elaboración del plan estratégico se inició realizando un diagnóstico interno de Casa Cónsul ,posteriormente se realizó una investigación de mercado que nos dio a conocer que las familias de la ciudad de Tarija al momento de realizar una compra consideran el precio como un factor muy importante sin embargo los servicios post venta son igualmente valorados, con todo este diagnóstico se caracterizó al mercado de electrodomésticos en la ciudad de Tarija donde se evidencio que el mercado es competitivo, los consumidores consideran a las tiendas de electrodomésticos homogéneas, la existencia de electrodomésticos de dudosa procedencia distorsiona el mercado.