

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como propósito desarrollar un plan de marketing para el spa “Las Rosas” en la ciudad de Tarija.

El spa “Las Rosas” es una empresa dedicada a ofrecer servicios de peluquería y otros tratamientos de belleza. Es uno de los salones de belleza más completos de la ciudad, pero actualmente el spa carece de estrategias que le permita llegar a más clientes y dar a conocer sus servicios. Por consiguiente, para dar solución a esta problemática se realizó una investigación en la literatura académica para ver cómo se plantea un plan de marketing que favorezca el posicionamiento de la empresa en el mercado tarijeño.

Para identificar las oportunidades y amenazas que el spa puede tener frente a la competencia se realizó un análisis del micro y macro entorno. Además, se realizó un diagnóstico interno de la empresa para obtener información esencial que permita entender la situación actual del spa y diseñar estrategias efectivas, para esto también se necesita conocer la posición actual de la empresa en el mercado, el comportamiento y preferencias del consumidor, por lo que se realizó una investigación de mercado.

Después de tener un mejor conocimiento del entorno, el mercado y la empresa, se determina que la mezcla de marketing, la estrategia de posicionamiento y estrategias de marketing digital, son las estrategias propuestas para que el spa “Las Rosas” brinde un servicio excepcional, atraiga nuevos clientes, retenga a los actuales y logre posicionarse en el mercado, convirtiéndose en el destino preferido para la belleza y bienestar en la ciudad de en Tarija.