

INTRODUCCION. –

En la actualidad el mundo empresarial se encuentra en un mercado competitivo, complejo y hostil, por la constante aparición de nuevos productos, servicios y competidores, hoy en día la globalización de las economías y los mercados ya no le permite a un sector desarrollar y sostener su crecimiento si es que no se tiene conocimiento de técnicas de mercadotecnia, dentro de nuestro país las empresas bolivianas y sobre todo las empresas tarijeñas tienen que tomar medidas para poder mantenerse en el mercado, para lo cual es necesario adoptar estas técnicas de mercadotecnia, que garanticen que cierto producto a ofrecerse al mercado sea aceptado, que modifique y facilite los requerimientos que tienen sus potenciales clientes. La provincia Gran Chaco posee ventajas naturales importantes, contando con muchas especies valiosas y semi valiosas de madera en abundancia, esto genera desarrollo alternativo para el uso productivo de los recursos naturales y el desarrollo potencial de las empresas madereras .

La empresa “MADERAS PROMARIJ S.R.L” es una empresa consolidada y reconocida en la ciudad de Yacuiba, provincia Gran Chaco, ofreciendo productos en aserrío de madera, carpintería y servicio de transporte de madera, trabajando más de cuatro años en el sector maderero.

Teniendo conocimiento que el sector productivo de la vid se encuentra en la actualidad en un crecimiento constante y siendo Tarija la zona más apta de Bolivia para el cultivo de la vid alcanzando un rendimiento de 6,8 TM/Ha (Toneladas métricas sobre hectárea) poniendo en un espacio privilegiado al departamento de Tarija, principalmente a las provincias de Avilés, Cercado y Méndez . La empresa “MADERAS PROMARIJ S.R.L” tomando en cuenta que los postes de madera son materia prima de gran importancia en el cultivo de la vid, ofrece al sector viticultor postes de viña de diferentes especies y como una atractiva opción los postes de viña de la especie cebil (*AnadenantheraColubrina*) para cubrir las necesidades y exigencias de la demanda local del sector, al ser este producto ya existente en el mercado pero no conocido, es necesario el desarrollo y aplicación de estrategias de marketing de los postes para viña de la especie cebil en el mercado local viticultor, de tal manera que la empresa muestre las ventajas que este producto logra sobre sus competidores.