

## **RESUMEN**

En los años recientes, el contrabando, la crisis económica generalizada, la total falta de créditos bancarios y de programas de financiamiento y apoyo productivo, sumado a la constante baja en la demanda de productos nacionales, ha hecho muy difícil para el sector industrial fortalecer su auto – sostenimiento, en el pago de obligaciones contraídas, en la compra de materias primas y en las mejoras competitivas de sus productos.

PIL TARIJA S.A. no excluida de los problemas que afectan el mercado en general tiene como fin mantener el liderazgo en venta de productos lácteos y al mismo tiempo incentivar a un crecimiento en sus ventas.

Los productos elaborados por PIL Tarija S.A. , son el resultado de procesos de producción de altísimo nivel, donde se cuentan con las condiciones óptimas para llevar adelante la elaboración de diferentes productos de la empresa, estos son elaborados con materia prima e insumos de primera calidad, se trabaja también con personal debidamente capacitado y comprometido con la salud y el bienestar de los consumidores, lo que confirma el altísimo estándar, calidad e higiene de los productos finales de la empresa.

En le presente proyecto de tesis, y en base a las evaluaciones realizadas en las etapas del diagnóstico y la investigación de campo, sobre las relaciones existentes entre las fuerzas del mercado en cuanto a la competencia y al posicionamiento del Helado PIL Tarija en el mercado, es en ese sentido que este trabajo se constituirá en una herramienta de guía y aplicación de todos los conceptos de marketing para poder alcanzar objetivos a mediano y corto plazo.