

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo es un plan de marketing estratégico para la Floristería “Arte y Flor” de la ciudad de Tarija que fue elaborado y dividido en cuatro partes para su mejor comprensión, Perfil, Marco Teórico, Diagnóstico de la Situación, y Propuesta Científica.

Es de gran importancia la elaboración de un plan de marketing para este negocio ya que durante todo su ciclo de vida, desde sus inicios, nunca estuvo administrado o guiado científicamente, siempre se tomaban decisiones en base a voluntad y lógica tradicional, como en los varios negocios que se establecen en el departamento de Tarija.

La información aportada con este documento es lo más actualizada posible con respecto al año 2013, toda la información nos da entender que las floristerías del departamento la mayoría no cuenta con una administración eficaz que pueda lograr el posicionamiento en el mercado más aun no existiendo una sola que lidere el mercado tarijeño. Con este plan de marketing Arte y Flor logra solucionar los problemas que atraviesa y también cumplir su objetivo de incrementar el posicionamiento deseado.

El plan de marketing estratégico elaborado está diseñado para los años 2014, 2015 y 2106, también podrá ser modificado con el transcurrir del tiempo si es que existen cambios importantes en el departamento que no estén tomados en cuenta en los pronósticos,

A finales del 2016 Arte y Flor debe cumplir con un posicionamiento del 85% en el departamento de Tarija aplicando los cuatro niveles de estrategias, (estrategia de cartera, de diferenciación, de posicionamiento y segmentación y la estrategia funcional) que se utilizaron para cumplir los objetivos planteados desde el principio del proyecto.