

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, está referido inicialmente al perfil de investigación, el mismo que fue desarrollado en base a una justificación, planteamiento del problema, planteamiento de hipótesis, objetivos, metodología y alcance de la investigación y el mismo a la vez está integrado por tres partes.

La primera parte, está referida al marco teórico, con un primer capítulo que trata de consideraciones generales del marketing, seguidamente está el capítulo dos que se refiere en su contenido al plan de marketing y su desarrollo, en el capítulo tres al posicionamiento y por último se hace hincapié de manera general a los aspectos generales de la joyería.

En la segunda parte, se realizó un diagnóstico con el propósito de analizar la situación externa e interna de la empresa y consecuentemente identificar oportunidades y amenazas como también debilidades y fortalezas, para lo cual inicialmente se realizó un análisis tanto del macro y micro entorno, además de un análisis interno a la empresa para identificar fortalezas y debilidades actuales de marketing y finalmente una investigación de mercados que fue desarrollada en la ciudad de Tarija.

La tercera parte del contenido general del trabajo de investigación, está referida a la propuesta, la misma que comprende inicialmente de una misión, visión, valores, etc. , y está basada principalmente en las variables controlables del marketing, tales como, producto, precio, distribución y promoción.

Además, esta comprende de una segmentación y una estrategia de posicionamiento acorde a las oportunidades que presenta el mercado actual y potencial y finalmente se concluye con referencias bibliográficas utilizadas en el transcurso de la investigación y sus anexos correspondientes que respalda y coadyuvan a una mejor comprensión de la investigación desarrollada.