

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En la actualidad la mayoría de las empresas enfrentan dificultades, son empresas que no simplemente buscan el reconocimiento de sus productos en el mercado, la lealtad de la marca y las preferencias por el producto por parte de los clientes son vitales para la supervivencia. En ese escenario una estrategia de marketing adecuada permite disponer de ventajas para permanecer y ampliar la cobertura del mercado.

El objetivo de este trabajo es desarrollar estrategias de marketing, para la salsa barbacoa de la empresa Venado de la ciudad de Tarija. El trabajo está dividido en tres capítulos. El capítulo I, realiza una revisión de los principales conceptos asociados a una estrategia de marketing, con el objeto de encuadrar a la investigación dentro de los constructos pertinentes. Posteriormente en el capítulo II, se realiza el diagnóstico; se inicia por diagnosticar a la empresa, desde la misión, visión y valores sobre los cuales actúa, siguiendo con el personal, la línea de productos con el que cuenta y concluyendo en las ventas e ingresos de los últimos tres años de la Empresa. Seguidamente se realiza el análisis del entorno de la empresa, a través de la herramienta PEST (político, económico, social y ambiental), este diagnóstico nos permitió conocer; que las actuales circunstancias por las que atraviesa el departamento está presentando una alta demanda de productos. Posteriormente se realizó la investigación de mercado para el producto “salsa barbacoa”; se encontró que el producto tiene muy poca demanda en la ciudad de Tarija, por tanto el ingreso proveniente es muy reducido. Finalmente en este capítulo se realizó el análisis de los supermercados, que es uno de los canales de comercialización que la empresa utiliza para llegar a los consumidores finales.

En el capítulo final, se realiza la propuesta, basada en el mix de marketing. Posterior a este capítulo se realiza las conclusiones y recomendaciones respectivas.