

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se propuso como objetivo de diseñar estrategias de comercialización que mejoren directamente la competitividad de la Línea de Vinos Estirpe de la empresa la Concepción S.A.

Para lograr este diseño se procedió al estudio de los principales fundamentos teóricos del marketing y de la dirección estratégica; así como una profundización en las bases comerciales, competitivas y técnicas de la industria de vinos en el departamento, y las principales direcciones que este sector esta siguiendo en nuestro país.

También se efectuó un análisis y diagnostico del entorno en el que opera la empresa la Concepción S.A, con la finalidad de detectar las amenazas y oportunidades principales que sirvieran para indicar pautas en nuestras acciones competitivas, también fue realizada una evaluación de las fortalezas y debilidades de la empresa, con lo que se trazaron otras pautas para los planes y acciones estratégicos de frente al entorno.

El trazado definitivo de la estrategia de comercialización se baso en los elementos anteriores tomando en cuenta los lineamientos que a nivel corporativo se fija nuestra organización.

Finalmente el presente trabajo de investigación se complementa con recomendaciones para llevar a la práctica este modelo propuesto.