Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación titulado Estrategias de marketing para la Empresa Hesse en el mercado de la Ciudad de Tarija, se desarrolló aspectos importantes orientadas a recabar la información necesaria que contribuya a la empresa a mejorar su posición dentro del mercado el cual está dirigido.

Para este propósito; se ha desarrollado el trabajo de investigación, que se pone a consideración de las autoridades académicas e institucionales, mismo que comprende:

Capítulo I, corresponde al Marco **Teórico y Normativo**, referido al área de Marketing Estratégico y Operativo, con énfasis en acciones específicas – estrategias que coadyuven a lograr la visión, misión y objetivos de la empresa.

En el capítulo II, del **Diagnóstico**; se realiza un análisis del macro entorno, micro entorno y el estudio específico de la problemática de la empresa, que se resumen en la matriz de impacto o FODA. Ello significa evaluar integralmente la gestión de la empresa; con el propósito de identificar estrategias de marketing, que generen ventajas competitivas y un posicionamiento como aporte a la **Propuesta** del **Capítulo III**, que responde las siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Cómo identificar y logrará ejecutar estrategias sostenibles que satisfaga la expectativa del propietario, genere ventajas competitivas y permita posesionar a la empresa, como líder en el mercado de Tarija?

- ✓ ¿Qué combinación del mix comercial permitirá mejorar las venta e ingresos de la empresa a corto, mediano y largo plazo en la ciudad de Tarija?