RESUMEN EJECUTIVO

Existe en nuestro medio una tendencia a incrementar la competitividad entre empresas, es por eso que las mismas adoptan enfoques de marketing que les permita entrar en este medio, sobrevivir y tener éxito en un mercado objetivo en el corto, mediano y largo plazo.

El presenta trabajo tiene como objetivo desarrollar un diseño de una estrategia de marketing para la empresa Carnicería la Hacienda S.R.L., encargada de prestar el servicio de abastecer alimentos cárnicos y derivados por mayor y menor en la ciudad de villazón.

Carnicería la Hacienda S.R.L. (Venta de Alimentos Cárnicos para el Consumidor).

La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de villazón – Modesto Omiste Potosí, avenida Topater y calle Eliodoro villazón.

El primer paso se realizó el análisis del problema de investigación de una necesidad insatisfecha que se encontró que especifica determinar los factores más importantes relacionados en conocer las características de cómo llegar al consumidor con nuestros productos de calidad de la "CARNICERÍA LA HACIENDA S.R.L." en la ciudad de villazón, para así poder diseñar una adecuada estrategia de marketing.

Luego se realizó un análisis del macro y micro entorno del mercado, identificando las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades de la empresa para tomar medidas necesarias enfocadas en los resultados obtenidos en el análisis FODA.

Demostrando que existen necesidades del consumidor en los servicios que prestan las carnicerías en la ciudad, dando una oportunidad de obtener ese segmento de mercado creando más valor para el consumidor y la empresa.

Posteriormente a través de una investigación de mercados encontrar información primaria, secundaria relevante que responda a todas las necesidades del tema de investigación para determinar cuáles son las expectativas que busca el consumidor al momento de comprar un producto. Los resultados son buenos en la preferencia

de compra, motivadores en la toma de decisión de compra, ventas de productos, medios de comunicación impulsores de compra, preferencias, etc.

A continuación, se plantea el diseño de una estrategia de marketing con un análisis interno del marketing mix con el fin de mejorar cada área que tiene la empresa para darle más valor a cada uno de ellos.

Los productos que oferta la carnicería la hacienda diversificando más sus productos, con una seguridad de calidad, imagen que brindara confianza al consumidor. A un precio accesible, dependiendo la compra que haga, enfocado en sus gustos y preferencias; una distribución adecuada para sus consumidores más leales y constantes de manera sencilla gracias a la tecnología actualizada y usada por la empresa; con una promoción publicitaria que se diferenciara de las demás en imagen, marca, calidad, dándole más valor a la empresa.