

RESUMEN

La situación de las familias de los barrios periurbanos de nuestra ciudad, con relación al número elevado de miembros por familia y sus condiciones de pobreza, permite darse cuenta de la necesidad del programa y la sostenibilidad en el largo plazo como así también de la toma de conciencia de los padres de familia.

La educación es un derecho fundamental de niños (as) por lo que es importante contar con unidades educativas donde se pueda impartir una educación de calidad para la formación, capacitación y desarrollo de los niños (as) puesto que son el futuro del país.

De esta manera una de las principales metas que se pretende lograr con la formulación de una estrategia de marketing para el colegio SOS, esta dirigida a lograr los objetivos del trabajo cambiando la conducta de las familias, aumentando el conocimiento del colegio SOS, destacando la importancia que tiene su funcionamiento y finalmente incrementando su cobertura.

El enfoque propuesto en la estrategia de marketing se ha desarrollado a partir de:

- Una revisión de la bibliografía pertinente sobre mercadotecnia.
- Revisión de información del Proyecto Educativo Hermann Gmeiner-Tarija
- Entrevistas directas con los padres de familia del colegio SOS.

A través de esta estrategia de marketing se demostrara como el colegio SOS con un esfuerzo de mercadotecnia puede contribuir a que la decisión de los destinatarios, usuarios y sociedad en general cambien su actual conducta en cuanto a la educación de sus hijos.