

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación presentado a continuación tiene por objeto principal, determinar una estrategia promocional que permita a la empresa de productos lácteos PROLAC mejorar su presencia en el mercado de la ciudad de Tarija a través de la oferta de sus productos.

El presente proyecto está dividido en cinco capítulos:

El primer capítulo presenta el perfil de proyecto de investigación, el cual cuenta con el problema de investigación los objetivos del proyecto, y el tipo de investigación que se realizará.

El segundo capítulo presenta un marco teórico, que toma en cuenta todos los conceptos necesarios para aplicar en la investigación con respecto a los distintos elementos a utilizar para desarrollar una estrategia promocional.

En el tercer capítulo se realizó el diagnóstico, donde se analizó el contexto del macro entorno mediante el análisis PESTA y el micro entorno tomando en cuenta las cinco fuerzas de Porter, el análisis FODA y la descripción de la empresa.

En el cuarto capítulo se desarrolló la investigación de mercados donde se determinó la población muestral para determinar el tamaño de la muestra de la población en estudio, y poder ejecutar la encuesta elaborada a las familias del área urbana de la ciudad de Tarija, y por último se obtuvo los resultados de la investigación con su análisis e interpretación de resultados para poder determinar los factores que influyen en el problema y determinar las variables para el diseño de la propuesta.

En el quinto capítulo, se presenta el diseño de la propuesta que dará solución al problema en estudio que enfrenta la empresa, la cual consiste en el diseño de una estrategia promocional considerando la mezcla promocional, para la elaboración de la misma.

Y por último se presenta las conclusiones y recomendaciones para la empresa Prolac para mejorar su presencia en el mercado de la ciudad de Tarija y por ende incrementar las ventas.