

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación nace debido a un problema latente, los perros callejeros son un problema bastante notorio en Bolivia, instituciones informaron que el 2019 había más de 780 mil perros abandonados o extraviados en el país. Actualmente en la ciudad de Tarija, por cada tres personas existe un perro. En los barrios marginales, se observa una gran cantidad de perros y gatos abandonados en las calles, especialmente en los mercados y espacios públicos.

Es aquí donde la organización Lazo Animal busca sensibilizar a la sociedad para acabar con el maltrato, el abandono y concienciar sobre la responsabilidad que conlleva tener un animal, debido al estudio realizado la organización no es conocida actualmente y no puede lograr sus objetivos. Es por eso que es necesario realizar un plan de marketing social.

Este plan se realiza con el objetivo de poder dar a conocer a la organización, se ha propuesto estrategias que permitan mantener en actividad a la organización, para que así la población tenga conocimiento de su existencia y de lo que se quiere lograr, lo que se espera con este plan de marketing social es tener mayor número de adopciones, mayor apoyo socioeconómico, moral, con alimentos, con medicina, con utensilios, con publicidad, con mayor captación de voluntarios, mayor captación de personas que quieran esterilizar o castrar a sus mascotas o animales de la calle