

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de investigación se ha considerado proponer el diseño de una estrategia de promoción para la empresa “Churrasquería Don Sergio” de la ciudad de Tarija provincia Cercado; de manera que permita solucionar el problema que aqueja actualmente la empresa. Cuyo propósito es identificar factores estratégicos de marketing para lograr comunicar de manera efectiva la marca e informar acerca del servicio y los diferentes productos que oferta dicha empresa, tomando en cuenta que la administración estratégica permite preparar planes estratégicos que se encaminen hacia la consecución y mantenimiento de una ventaja competitiva que coadyuve a que la empresa pueda posicionarse en el mercado e incrementar sus ventas.

En la parte del perfil se plasma el problema de investigación que se desarrolló tomando en cuenta los datos cualitativos que se obtuvieron a través de una exploratoria, los objetivos que se desarrollaran en el transcurso del trabajo, asimismo, se define la metodología que se usó para desarrollar cada una de las partes del trabajo.

El trabajo consta de tres partes; la primera parte hace énfasis en el marco conceptual donde se toma en cuenta los conceptos más importantes y relevantes que se presentan en el trabajo de investigación.

La segunda parte es el marco práctico, donde se desarrolló el diagnóstico que está compuesto por todas las fuerzas externas e internas de la empresa, lo que permitió analizar las diferentes variables que repercuten en el funcionamiento de la empresa, con el fin de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para la elaboración de la matriz FODA.

La investigación de mercados hace énfasis al nivel de conocimiento que tienen los consumidores hacia la empresa, características y preferencias que posee el mercado objetivo, y de esta manera identificar y tomarlas en cuenta en la propuesta.

En la tercera parte se elaboró la propuesta que se realizó en base a la información recopilada, analizada y seleccionada durante el desarrollo de la investigación, con el fin de proponer a la empresa una mejor y eficiente estrategia promocional que permita

incrementar las ventas de empresa y lograr mayor conocimiento de la marca en el mercado tarijeño.