

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación denominado estrategia promocional para el laboratorio de análisis clínico “DIAGNOSUR” S.R.L. tiene como objetivo demostrar que el uso limitado de las estrategias de promoción provoca un bajo nivel de ventas y desconocimiento por parte de la población tarijeña. Para este proyecto se realizó anticipadamente una investigación exploratoria que permitió la obtención de información cualitativa.

La estrategia de promoción está compuesta por una mezcla promocional que son: publicidad, ventas personales, promoción de ventas, relaciones públicas y marketing directo, que nos permitirá llegar a una forma óptima a las familias tarijeñas.

Realizando un seguimiento de análisis macro y micro ambiente se llegó a verificar que el laboratorio “DIAGNOSUR” S.R.L. tiene un inadecuado uso de la estrategia promocional, representado por un aspecto negativo y motivo por el cual la población tarijeña desconoce la existencia del laboratorio, también se observó bajo nivel de ventas de los servicios que ofrece.

Se utilizó conceptos, teorías y conocimientos de administración, en el área de marketing enfocados en la promoción con el fin de tener una base conceptual sólida para el desarrollo del proyecto.

Para conocer la situación actual del laboratorio se realizó un análisis del macro entorno por medio de la PEST, con el cual se identificó factores del entorno que pueden afectar al laboratorio; y el micro entorno mediante las cinco fuerzas de Porter, también se realizó análisis interno del laboratorio, lo que permitió hacer un análisis FODA.

Para la investigación y análisis de mercado se realizó una encuesta que permitió determinar los factores más relevantes que influyen en su actual estrategia de promoción, con lo cual se comprobó que el laboratorio “DIAGNOSUR” S.R.L., no es muy conocida por la población tarijeña, además se constató que la estrategia de promoción que utiliza no es suficiente para una adecuada estrategia de promoción,

que ayude al laboratorio a salir del estancamiento en el que se encuentra para su crecimiento.

Por último la propuesta toma en cuenta los resultados del diagnóstico y de la investigación de mercados, nos permite proponer una adecuada estrategia promocional que ayudara al laboratorio “DIAGNOSUR” S.R.L. hacer conocida por las familias tarijeñas.