

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como propósito mejorar el bajo posicionamiento de los productos de la empresa de vinos y singanis Cepas del Valle de la ciudad de Tarija, mediante el diseño de estrategias de promoción debido a que se considera el punto más débil la empresa.

Las estrategias de promoción tienen como objetivo informar, persuadir y recordar acerca de todos los productos que ofrece la empresa; siendo de vital importancia aplicar la estrategia propuesta y de esa manera lograr un mayor posicionamiento de la misma.

En primera instancia, para obtener información verídica se realizó una investigación cualitativa, mediante entrevistas a profundidad a las personas que toman decisiones en la empresa Cepas del Valle, con el propósito de identificar el problema principal que la misma atraviesa.

En segunda instancia se procedió a realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa de vinos y singanis Cepas del Valle, analizando factores internos y externos como ser: Marco estratégico, percepción del mercado, marketing Mix, comportamiento de ventas de la empresa, participación del mercado y análisis de la competencia.

De la misma forma se realizó una investigación de mercados mediante la aplicación de la encuesta, para poder determinar los factores más relevantes que influyen en el desconocimiento de la empresa y para identificar las tendencias de la población con relación a las estrategias promocionales.

Finalmente, se elabora la propuesta solución tomando en cuenta los resultados del diagnóstico y de la investigación de mercados, que nos permitió proponer un diseño adecuado de estrategias de promoción que ayudara a mejorar el posicionamiento actual de la empresa Cepas del Valle.