

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente trabajo tiene como finalidad desarrollar Estrategias Promocionales para Mentar Industrial S.R.L. en Tarija, que permitirá a la empresa posicionarse y experimentar un aumento de las ventas.

Para ello, en el primer capítulo de introducción se utilizó la investigación exploratoria, descriptiva y cualitativa, con el fin de conocer los antecedentes del problema y recolectar información relevante sobre la empresa.

Posteriormente, se planteó la problemática, se establecieron el objetivo general y específicos, de los cuales están: análisis PESTEL para conocer los factores del macroentorno, análisis del microentorno, investigación de mercados, diseño de cuestionarios, concluyendo con la formulación de propuestas.

En el segundo capítulo, refiere al marco teórico, donde se desarrollaron las bases teóricas y se definieron los términos básicos, los cuales conseguimos de la bibliografía.

En el tercer capítulo, se expone el análisis del macroentorno, donde se evalúan las variables de mayor impacto para la empresa.

En el cuarto capítulo, se expone un análisis del microentorno, donde se analizaron los puntos críticos de la empresa.

En el quinto capítulo, se aplicó una investigación de mercados, donde se realizó dos tipos de encuestas dirigidos a diferentes clientes que tiene la empresa.

En el sexto capítulo, se plasmaron las propuestas sobre estrategias promocionales, con el objetivo de dar a conocer la empresa y los productos que fabrica en el departamento de Tarija, estas estrategias permitirán captar nuevos clientes y aumentar las ventas para el año 2024.

En el séptimo capítulo, se detalló un breve presupuesto de los costos que implicarían la aplicación de las propuestas.

Finalmente, en el octavo capítulo, se presentan las conclusiones a las que se llegaron en la investigación, e responde al objetivo general y específico del trabajo. Se enuncian las recomendaciones para posicionar la empresa en el departamento de Tarija.