

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal mejorar el nivel de ventas, de la cerveza de la Sucursal Cervecería Potosina ubicada en la ciudad de Tarija. Se ha identificado que las estrategias de comercialización actualmente utilizadas por la sucursal no están generando los resultados esperados. Por lo tanto, se propone diseñar e implementar nuevas estrategias de comercialización con el fin de aumentar la demanda y promover el consumo de cerveza en la zona. El estudio se centrará en analizar el mercado local, identificar las necesidades y preferencias de los consumidores, así como evaluar las prácticas de marketing de la competencia. Con base en estos hallazgos, se desarrollarán estrategias personalizadas que incluyan tácticas publicitarias como promociones especiales, eventos temáticos y otras iniciativas que permitan captar la atención del público objetivo y diferenciar a la Sucursal Cervecería Potosina en el mercado. Se espera a que este proyecto brinde a la sucursal las herramientas necesarias para incrementar sus ventas y fortalecer su posición competitiva en el sector cervecero de la ciudad de Tarija.

La finalidad de las estrategias de comercialización para la Sucursal, es incrementar el nivel de ventas de cerveza que comercializa la sucursal cervecería potosina. Esto se logrará mediante la implementación de publicidad en las redes sociales con publicaciones destacando tanto los nuevos productos como la gama actual. Además, las redes sociales servirán como canal de contacto, proporcionando información para facilitar la comunicación con la sucursal.

En primer lugar, es crucial realizar investigaciones cualitativas con entrevistas a profundidad, con el gerente de la sucursal, para obtener información precisa y comprender los desafíos que enfrenta la cervecería potosina. El problema identificado durante esta investigación fue la disminución de sus ventas desde el periodo 2019.

En segundo lugar, se procedió a realizar un diagnóstico de la situación actual, al analizar estrategias de comercialización, el marco estratégico, el comportamiento de ventas y participación de mercado, comportamiento de las ventas de la sucursal.

En tercer lugar, se llevó a cabo una investigación de mercados a través de una encuesta, lo cual resulta fundamental para obtener un entendimiento profundo de las preferencias y necesidades de la población de Tarija. Esta herramienta proporciona información valiosa que permite adaptar estrategias y ofrecer productos y servicios que satisfagan de manera efectiva las demandas del mercado local.

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 comercialización que ayudara a mejorar el nivel de ventas de la Sucursal Cervecería Potosina.