RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, el marketing es un área indispensable para todas las empresas sin importar su rubro, a lo largo de los años el marketing ha ido evolucionando a tal punto que actualmente se considera más adecuado realizar todas las estrategias por los medios digitales debido a los grandes avances tecnológicos que volvieron a las redes sociales más accesibles y poseen herramientas que ayudan a desarrollar las estrategias de manera más óptima.

La empresa Limana Tarija (Totto), es actualmente una distribuidora de productos de calidad e innovación, carece de estrategias en el área de marketing para atraer clientes y lograr una comunicación efectiva con estos, en consecuencia, la empresa no hace un uso adecuado a los medios digitales generando que un porcentaje mínimo de que conozca los productos.

El presente trabajo pretende elaborar un plan de marketing digital que permita establecer las estrategias para incrementar las ventas de la empresa Limana. La propuesta de este proyecto ayudará a mejorar el uso de los medios digitales e interacción de la empresa con sus clientes tanto actuales como potenciales.

El presente trabajo pretende elaborar un plan de marketing digital que permita establecer las estrategias para incrementar las ventas de la empresa Limana Tarija (Totto). La propuesta de este proyecto ayudará a mejorar el uso de los medios digitales e interacción de la empresa con sus clientes.

Se realizó un diagnóstico para analizar el ambiente interno y externo de la empresa con el fin de encontrar las falencias en las prácticas de marketing digital.

La investigación de mercados fue una herramienta indispensable para poder desarrollar este proyecto, pues, los datos recabados fueron de gran utilidad para el diagnóstico como para la elaboración de la propuesta.