

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación está fundamentado en la necesidad de definir una de las variables importantes del marketing, como viene a ser la promoción y penetración.

La mezcla promocional, uno de los cuatro componentes principales de la mezcla de mercadotecnia, también implica una combinación cuidadosa de varios elementos para lograr los objetivos promocionales específicos de una organización, dichos elementos son la publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas de la empresa.

Como también se realiza el diseño de las estrategias de penetración con el fin de ayudar a la empresa a que este mas posicionada en el mercado, la misma pudiendo atraer más clientes.

Este análisis se aplica a la Empresa Imagen Publicidad Industrial en el mercado de la Ciudad de Tarija para delimitar la investigación.

Con la estrategia a diseñar se pretende promocionar, persuadir e informar al cliente a cerca de los servicios que brinda esta empresa al mercado tarijeño.

A manera de introducción se presenta en primera instancia, la justificación del tema de investigación, luego el planteamiento como también la formulación del problema, su hipótesis, los objetivos como también el alcance de la investigación y la metodología a seguir en el presente trabajo.

El cuerpo del trabajo consta de cuatro partes: La primera lo conforma el marco teórico que viene a sustentar la investigación. La segunda parte del trabajo lo conforma el diagnostico, la situación actual del sector y de la empresa en observación. La tercera la conforma el trabajo de campo, la realización de las encuestas a las empresas que hay en la ciudad de Tarija. Finalmente en la cuarta parte se propone la propuesta, donde se presenta estrategias de promoción y penetración de

mercados, luego se presenta las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.