

RESUMEN EJECUTIVO

Hay que considerar el ocio como un espacio necesario para balancear el trajín cotidiano y procurarnos actividades que contribuyan a nuestro crecimiento intelectual, creativo y espiritual. No solo hay que aprender a desconectarnos del trabajo y de sus obligaciones, sino que también tenemos que aprender a descansar, a relajarnos, a dejar el trabajo en el lugar donde pertenece: en la oficina, en la fábrica, colegio, universidad, en el negocio o donde sea que realicemos nuestras labores.

La Ensenada es una empresa de entretenimiento que se encuentra situado en las afueras de la ciudad de Tarija. Es un lugar de encuentro familiar en campo abierto y al aire libre que brinda diversos servicios destinados al entretenimiento donde las familias en general optan por sus servicios ya que quieren salir de la rutina laboral, y destinar su tiempo libre a algo diferente y tranquilo fuera de lo cotidiano de la ciudad.

El objetivo de toda empresa es conseguir un espacio en el mercado y, seguidamente, captar el mayor número posible de clientes fieles a sus productos, por lo cual un plan de comunicación ayudara de tal forma a acrecentar el porcentaje de participación en el mercado.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente este trabajo trata de diseñar un plan de comunicaciones para la empresa de entretenimiento LA ENSENADA, lo cual lograra una mayor participación dentro del mercado del ocio y entretenimiento en la ciudad de Tarija.

Mediante la problemática planteada en el trabajo se realizo una formulación del problema, dando así, lugar al planteamiento de una hipótesis correspondiente.

El trabajo consta de tres partes que fueron estudiadas y analizadas para probar si la hipótesis formulada se cumple.

Se efectuó una investigación de mercados donde se realizo un estudio que se basó principalmente en analizar el grado de conocimiento, gustos y preferencias de las personas en general de la provincia Cercado de la ciudad de Tarija.

Al finalizar el trabajo se pudo probar la hipótesis planteada, afirmando que uno de los factores que impiden a La Ensenada tener una mayor participación de mercado es la ausencia de un Plan de Comunicaciones.