

RESUMEN

En el presente proyecto de investigación, se ha considerado como objetivo principal, el de proponer el diseño de estrategias de distribución para la “Distribuidora Panda-Regional Tarija”. Uno de los objetivos centrales de la empresa distribuidora, es lograr una mayor cobertura geográfica en la ciudad de Tarija, por consiguiente, el diseño de estrategias, se constituye en indispensable para la misma.

El proyecto de investigación se divide en tres partes, además del plan de investigación. Marco Teórico, Diagnostico y Propuesta, los mismos, se exponen a continuación de manera sintetizada.

En el plan de investigación, se desarrolló una indagación exploratoria con el propósito de identificar y definir el problema a investigar de manera clara, asimismo, presenta la formulación de la hipótesis y los objetivos de investigación.

La primera parte está constituida por el marco Teórico que comprende toda la parte conceptual, la misma, fue imprescindible para comprender de mejor manera la temática a desplegar. En ella se hace énfasis en: Aspectos generales del Marketing, Aspectos generales de estrategias, Distribución y Distribución física.

La segunda parte corresponde al diagnóstico, en el que se desarrolla el análisis interno a la “Distribuidora Panda-Regional Tarija”, igualmente, se analiza el macro y micro entorno en el cual se desenvuelve la agencia y la investigación de mercado, practicada a clientes potenciales y actuales de la distribuidora.

La tercera está comprendida por la propuesta, en la cual, se da a conocer estrategias para la distribución óptima de productos “Panda” en los barrios de la ciudad. Por último, se hace saber las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó, además de ello, se exhibe la bibliografía y webgrafía aplicada y para respaldar todo el trabajo, se insertan una serie de anexos al final del mismo.