

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, determinar “ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD PARA LA COMERCIALIZADORA DECOHOGAR” que permitan comunicar los productos que ofrece, dar a conocerse para así poder mejorar su presencia en la ciudad de Tarija y tener una mayor afluencia de clientes el punto de venta.

En el primer capítulo, del proyecto se encuentra descrito el perfil de investigación, el cual muestra una visión general de la temática que se abordó, que contiene antecedentes de la comercializadora Decohogar, así como la justificación del mismo, la identificación, definición y formulación del problema; sus respectivos objetivos; seguidamente el diseño de la metodología y los alcances que delimitan el proyecto.

En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico sobre el cual se apoyó el presente trabajo de investigación.

En el tercer capítulo se desarrolla, el diagnóstico en el cual se analiza una serie de variables externas del macro y micro entorno, también se hizo un análisis interno en el área de marketing, considerando específicamente la publicidad.

En el cuarto capítulo, se desarrolló la investigación de mercados donde se determinó el tamaño de la muestra de la población de estudio, para ejecutar la encuesta elaborada en la ciudad de Tarija-Cercado y por último se obtuvo los resultados de la investigación con su respectivo análisis de resultados, para así poder proponer estrategias para el mensaje y medio y poder comunicar de una manera más eficaz.

En el quinto capítulo, se realiza la matriz FODA donde se analiza la situación actual en el que se encuentra la comercializadora Decohogar tomando en cuenta los aspectos tanto externos como internos.

Por último, se finaliza con las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación para la comercializadora DECOHOGAR, para poder mejorar su presencia en el mercado de la ciudad de Tarija.