

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Proyecto de Investigación sobre “ESTRATEGIA DE PROMOCION PARA MEJORAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA MASH” elaborado por la universitaria, Maria Antonieta Borda Perales de la carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

El presente Proyecto de Investigación contiene la propuesta de “Estrategia de Promoción para Mejorar las Ventas de la empresa MASH”, en cual se desarrollan el Perfil de Trabajo y 5 capítulos de la siguiente manera:

**PERFIL DE TRABAJO:** Muestra todos los aspectos generales del proyecto, mencionando así los antecedentes, la justificación, la identificación del problema, los objetivos, la metodología usada; los cuales nos ayudan a describir las características de este proyecto.

**CAPITULO I:** Se presenta los conceptos destacados de autores como Philip Kotler, Naresh Malhotra, entre otros, también se rescatan conceptos relevantes de páginas web y artículos que ayudan a complementar los conceptos utilizados para la realización del proyecto, con los cuales se puede entender de una mejor manera la teoría que respalda las propuestas de este trabajo.

**CAPITULO II:** Se detalla la caracterización tanto general como específica, se encuesta el análisis PESTA, donde se describe el entorno político, entorno económico, entorno socio-cultural, entorno tecnológico y entorno ambiental; el micro entorno donde se ve el análisis de las 5 fuerzas de PORTER, se refleja la misión, la visión, los objetivos de la empresa y la matriz FODA.

**CAPITULO III:** Se da lugar a la Investigación de Mercados, se realizó una encuesta para el Mercado objetivo, donde se logra analizar, los gustos, preferencias y opinión respecto a los productos y la empresa MASH.

CAPITULO IV: Se da lugar al desarrollo de la “Estrategia De Promoción Para Mejorar Las Ventas De La Empresa MASH” que se basa en los diferentes instrumentos aplicados y los gráficos analizados, todos ellos han demostrado que es de vital importancia la aplicación de la estrategia de promoción que se propone para la empresa MASH.

Se encuentran los presupuestos para la implementación de la propuesta. Dentro del capítulo se puede encontrar los diseños de los medios que son necesarios para dicha estrategia.

CAPITULO V: Para finalizar, se desarrolla las conclusiones y recomendaciones que siguen a este proyecto de manera resumida, rescatando los puntos clave que ayudan a la retroalimentación de este proyecto. De esta manera también se detalla la Bibliografía y Webliografía utilizada de los diferentes medios de información secundaria, contiene todas las fuentes consultadas para el desarrollo de dicho proyecto.