

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente trabajo de profesionalización es el diseño de estrategias de marketing para la microempresa “PROTARIXA”, que permita incrementar el nivel de ventas en el mercado de la ciudad de Tarija.

Para dar inicio al presente proyecto, se realizó una introducción que contiene los antecedentes de la microempresa “PROTARIXA”, así como la justificación del mismo, con un planteamiento y formulación del problema, sus respectivos objetivos, General y Específicos; luego tenemos una metodología donde nos señala las fuentes de información que se tomó en cuenta, y por último se determinó los alcances que delimitan el proyecto.

En la primera parte, se explica los elementos teóricos referentes a los términos que se van a desarrollar en el proyecto de investigación.

La segunda parte está constituida por el diagnóstico que comprende un análisis externo e interno de la microempresa “PROTARIXA”, donde se analizó los diferentes factores que afectan de manera directa e indirecta a la microempresa.

También se realizó una investigación de mercado con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de los consumidores al momento de adquirir productos cárnicos y embutidos.

Posteriormente en la tercera parte, donde se propone un conjunto de Estrategias de Marketing que favorezca a la microempresa a comercializar de una mejor manera su producto y ser reconocida en el mercado Tarijeño.

Finalmente se culmina con las conclusiones del trabajo y una serie de recomendaciones para la microempresa “PROTARIXA”.