

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación está dirigido a mejorar el posicionamiento de la Empresa “taller mecánico MEDICAR” en la ciudad de Tarija a través del desarrollo de una estrategia de promoción adecuada a sus necesidades y recursos disponibles.

El desarrollo de este proyecto comprende de cuatro partes.

La primera consiste en una introducción del proyecto de investigación.

La segunda parte es el marco teórico conceptual constituido principalmente por las bases teóricas dirigidas a tener una mayor comprensión acerca del panorama de las estrategias de promoción, haciendo énfasis en la Mezcla Promocional.

La tercera parte está constituida por el marco practico, en esta etapa se procedió a realizar un diagnóstico del contexto externo e interno del “taller mecánico MEDICAR”. El diagnostico incluye el análisis de factores políticos legales, económicos, tecnológico y ambientales que se presenta en el contexto externo, el análisis de los datos generales que presenta, como así también de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, las cuales se deben aprovechar y mejorar a nivel interno y externo de la empresa.

Para la investigación de campo, se realizó encuestas donde se obtuvo información relevante, como ser el grado de conocimiento que la población tiene acerca del taller mecánico MEDICAR y su preferencia en medios de comunicación.

Finalmente, la cuarta parte comprende la propuesta solución, la misma se formuló en base a resultados del marco práctico, dicha propuesta cuenta con la formulación de la estrategia de promoción y todas las acciones sugeridas para que la Empresa se dé a conocer por su mercado meta.

Los beneficiarios de la presente investigación serán directamente el propietario, empleados y clientes en general, reflejándose esto en el logro de metas y objetivos planteados por la empresa.