

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de profesionalización con el título “Estrategia de reposicionamiento mediante la creación de una nueva marca comercial para la empresa Cepas del Valle” se llevó a cabo para poder identificar las diferentes falencias y así poder proponer un nuevo modelo de marca más eficiente, generando un beneficio en cuanto a posicionamiento en la mente de los consumidores.

Este proyecto consta de tres partes:

La primera parte consiste en un MARCO TEÓRICO, en el cual se desarrolló marcos conceptuales donde se tomó en cuenta algunos conceptos con relación al área de marketing, estrategias de reposicionamiento y análisis del entorno de marketing.

La segunda parte está constituida por el MARCO PRÁCTICO, en esta etapa se procedió a realizar un diagnóstico donde se realizó un análisis del contexto externo e interno de la empresa “Cepas del Valle” analizándose los factores políticos, económicos, sociales, tecnológico y ambientales; así mismo se procedió analizar a los proveedores, la empresa, canales de distribución, clientes, competidores y el público.

De la misma forma se procedió a realizar una INVESTIGACIÓN DE MERCADO donde se desarrolló el diseño de la técnica de recolección de información, como también se determinó el tamaño de la muestra y finalmente el diseño de la encuesta que se aplicó.

Finalmente la tercera parte comprende la PROPUESTA, la misma que se basó en los resultados del marco práctico, dicha propuesta cuenta con una misión, visión, valores, estrategia de reposicionamiento de una nueva marca comercial y con ella sus distintas promociones por medio de las redes sociales, todas estas propuestas irán encaminadas a lograr los objetivos propuestos de manera eficiente.