

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación está dirigido a mejorar el posicionamiento de la Empresa de cerámica “INCERPAZ LTDA” Tarija, mediante estrategias de promoción que permitirán dar a conocer a la empresa y así poder llegar a su mercado meta.

Logrando un posicionamiento, de esta manera hacer frente a la competencia. El desarrollo de este trabajo comprende de tres partes. La primera consiste en 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 segunda parte está constituida por el marco práctico, en esta etapa se procedió a realizar un diagnóstico del contexto externo e interno de la Empresa de cerámica industrial INCERPAZ LTDA Tarija. El diagnóstico 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.

De la misma manera mediante la investigación de campo que se realizó encuestas, donde se obtuvo información relevante, como ser el grado de conocimiento que tienen acerca de la Empresa de cerámica industrial “INCERPAZ LTDA” Tarija y preferencia de medios de comunicación.

Finalmente, la tercera parte comprende la propuesta solución, la misma para la formulación en base a resultados del marco práctico, dicha propuesta cuenta con la formulación de la estrategia de promoción propuesta y todas las acciones que se propone en el mismo. Dicha estrategia pretende que la Empresa de cerámica “INCERPAZ LTDA” Tarija, se dé a conocer con mayor intensidad, logrando un posicionamiento en el Mercado meta.