

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto de investigación titulado “DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO PARA LA EMPRESA “FAPROLIMPG”, se desarrolló aspectos importantes orientados a recabar información que contribuirá a la empresa a mejorar su posición dentro del mercado al cual está dirigido.

El proyecto inicia con una introducción, en la que se presenta el plan de trabajo de la investigación, que muestra una visión general de la temática que se abordó a lo largo del desarrollo del trabajo.

En la primera parte del trabajo se presenta el marco conceptual sobre el cual se apoyó el presente proyecto de investigación.

Posteriormente se presenta en la segunda parte del trabajo, el marco práctico dentro del cual se muestra el diagnóstico estratégico y empresarial, analizando una serie de variables, tanto internas como externas, que nos permitió tener conocimiento de la situación actual de la empresa. Asimismo, se presenta la investigación de mercados realizada, a través de la cual se pudo conocer la actual imagen de FAPROLIMPG en el mercado y los requerimientos del mismo respecto a los productos de limpieza, básicamente de la lavandina y del detergente vajillero.

Finalmente, se presenta una propuesta solución basada en el análisis situacional realizado y en la información obtenida del mercado. La ejecución de la propuesta planteada permitirá a la empresa lograr el posicionamiento deseado.