

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El siguiente trabajo tiene como finalidad diseñar una estrategia de branding para la empresa unipersonal CONFECIONES TARIFA en la ciudad de Tarija, la necesidad más importante es ser reconocida y que logre diferenciarse de la competencia en el mercado tarijeño.

La metodología aplicada en el presente proyecto es de carácter cualitativo y cuantitativo, el instrumento utilizado fue a través de las encuestas, la muestra total fue de 120.121 personas (de 25 a 60 años), donde se determinó que el tamaño óptimo de la muestra es de 483 encuestas, identificando así las características y preferencias. Posteriormente se prosiguió con el análisis de los resultados obtenidos donde la mayoría de la población está de acuerdo en que las prendas tengan una señal distintiva para diferenciarse de la competencia; los encuestados prefieren las promociones de descuentos, esto nos permitirá atraer a clientes potenciales y aumentar las ventas; así mismo se concluyó que las redes sociales en donde más buscan información acerca de productos son WhatsApp y Facebook.

Se propone la creación de una identidad de marca sólida, que refleje los valores y tradicionales de Tarija. Esto implica el diseño de un logotipo distintivo y único, el uso de colores representativo y la creación de un slogan. Además, se sugiere establecer una estrategia de promoción relacionadas con el branding coherente y efectiva para dar a conocer las características de las prendas ya que esto genera un mayor compromiso con el público objetivo y así mismo se realizarán descuentos, ofertas y regalos lo cual permitirá que la marca sea reconocida y única como referencia en el ámbito de la moda tradicional chapaca.

Finalmente, se emitió conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos de investigación, dando a conocer cuán importante es la implementación de una estrategia de branding, para que la marca sea reconocida y diferenciarse de la competencia.