

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de investigación está dirigido a mejorar las ventas de la carpintería “Aluminio Vidrio”, con la asistencia del principal instrumento propuesto que vienen a ser, las estrategias de promoción, la misma siendo apoyada por la publicidad y propaganda, estos instrumentos son de vital importancia aplicarlos de manera inmediata, debido a la creciente competencia que ocasiona que el mercado de la carpintería en aluminio se tenga que redistribuir en proporciones más pequeñas.

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 la promoción, publicidad, propaganda y estrategias de marketing.

La segunda parte está constituido por el marco practico; en esta etapa se procedió a realizar un diagnóstico del contexto externo e interno de la carpintería “Aluminio Vidrio”: el diagnostico incluye el análisis de factores, políticos, sociales, económicos, tecnológicos, sector de la construcción, y las áreas funcionales de la empresa, con la finalidad de tener un panorama más amplio acerca de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno externo y de las fortalezas y debilidades que se tienen que aprovechar y mejorar a nivel interno de la empresa.

De la misma forma mediante la aplicación de la encuesta se obtuvo información relevante como ser: la población manifiesta sus buenas intenciones de compra ante, las diferentes técnicas de promoción anunciadas en los medios de comunicación más preferidos por la población de estudio.

Finalmente la tercera parte comprende la propuesta solución; la misma para su formulación se basó en los resultados del marco práctico, dicha propuesta cuenta con una Misión, Visión, Objetivos y Estrategias que van encaminadas a dirigir a la carpintería “Aluminio Vidrio” por la dirección del éxito logrando sus objetivos de manera eficiente.