Resumen Ejecutivo

El Marketing Comunicacional en Empresas es una actividad que promueve el posicionamiento en todos los negocios relacionados al campo de comercialización de productos y servicios.

Actualmente, esta área de marketing es fuertemente trabajada, especialmente por empresas que ven disminuidas sus ventas ante una mayor competencia en el mercado, y que buscan introducir innovaciones en su oferta para posicionarse en la mente de potenciales clientes. El objetivo del presente trabajo, se orienta a identificar y comunicar las características que harán sobresalir a una oferta de los productos de "Montana Ltda.", convirtiéndolos en relevantes, diferentes y visibles en un entorno competitivo y cambiante.

"Montana Ltda.", centra su actividad en ofertas de productos en melamina y aluminio para construcciones, utilizadas en puertas, ventanas, cajonería y muebles en general, con niveles de competencia a los que se enfrenta en la ciudad de Tarija, lo cual permita a la empresa a diseñar estrategias de marketing de comunicación, que permitan afianzar un posicionamiento que se reditúe en el mantenimiento e incremento de la clientela.

Se ha reconocido la necesidad de implementar estrategias de Marketing de comunicación que a través de su diseño y ejecución generen efectos, que, a mediano plazo, deben reflejarse en resultados cuantificables a través de parámetros económicos de desarrollo empresarial, en el mercado de Tarija.

La metodología utilizada incluye una encuesta de quienes se obtuvo datos para la realización de las estrategias y acciones que derivaron en una propuesta con resultados positivos para la empresa.