

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación titulado ESTRATEGIA PUBLICITARIA PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE LA EMPRESA “USM BOLIVIA S.R.L” EN LA CIUDAD DE TARIJA, esta es una empresa netamente comercial que se dedica a la compra, importación y a la distribución y sobre todo trabaja con las instituciones públicas; en la cual se desarrolló aspectos importantes orientados a recabar información que contribuya a la empresa a mejorar su posición dentro del mercado al cual está dirigido.

En la primera parte del trabajo, tenemos el plan de investigación el cual muestra una visión general de la temática que se abordó a la largo del trabajo, identificando aspectos como el problema principal de la empresa, en base a esto se definió los objetivos de investigación general y específico, posteriormente se diseñó la metodología que permitió desarrollar todo el presente trabajo. Así mismo, se presenta el marco teórico sobre el cual se apoyó el siguiente proyecto de investigación.

En la segunda parte del proyecto se presenta el marco práctico, dentro del cual se presenta el diagnostico estratégico y empresarial al analizar variables externas del micro y macro entorno, también se realizó un análisis interno de cada una de las áreas funcionales de la empresa, para luego sintetizar con una matriz FODA, permitiendo así tener conocimiento de la situación actual que enfrenta la distribuidora “USM BOLIVIA S.R.L”, así mismo se exhibe la investigación de mercado realizada.

Finalmente se diseñó una propuesta solución basada en el análisis situacional materializado y la información obtenida del mercado, dicha propuesta permitirá a la distribuidora “USM BOLIVIA S.R.L” Posicionarse con la imagen deseada en el mercado e incrementar su participación en el mismo, proponiendo el diseño de una estrategia publicitaria.