

RESUMEN EJECUTIVO

Ante la realidad de un año arduo en el que se ha logrado superar una crisis, podemos apreciar la cantidad de opciones que tienen las empresas para subsistir y es en momento de crisis donde se puede apreciar el afán de ellas por sobresalir y llegar a ser pioneras en el uso de la publicidad dentro de su categoría y ser un aporte para el país, esto implica que sus directivos deben evaluar varias opciones que sean de ayuda para que su patrimonio no se vea afectado y se mantengan a la vanguardia en los cambios. Una de las mejores opciones que varias empresas “desconocidas” o que no han “figurado” o que son apenas conocidas al público es realizar publicidad de ellos como marca y de sus productos para generar mejor opción de ventas que son la base del sustento para existir, realizar un correcto plan de comunicación conlleva invertir dinero para lograr ese fin pero quedándoles claro que los resultados no son inmediatos sino a largo plazo pero si son bien manejados pueden ser muy incentivadores. La metodología que se utilizó fueron las encuestas aplicadas a los directivos de las empresas que podrían ser potenciales clientes de “La Fortaleza S. A. LEOFORTA”, se aplicó también una técnica de observación con respecto al plan publicitario con el fin de determinar si al aplicarlo se podría garantizar una mejora en la situación del posicionamiento de “La Fortaleza S. A. LEOFORTA”.

PALABRAS CLAVES

- **PUBLICIDAD**
- **POSICIONAMIENTO**
- **CARTÓN CORRUGADO**
- **ESTRATEGIA**
- **PLAN DE MEDIOS**

ABSTRACT

Faced with the reality of an arduous year in which we have managed to overcome a crisis, we can appreciate the number of options that companies have to survive and it is in a time of crisis where you can appreciate their eagerness to excel and become pioneers. In the use of advertising within its category and to be a contribution for the country, this implies that its managers must evaluate several options that are of help so that its patrimony is not affected and they remain at the forefront in the changes. One of the best options that several companies "unknown" or have not "figured" or are barely known to the public is to advertise them as a brand and its products to generate better sales options that are the basis of livelihood to exist. Making a correct communication plan involves investing money to achieve that goal but making it clear that the results are not immediate but long term but if they are well managed can be very encouraging. The methodology used was the surveys applied to the executives of the companies that could be potential clients of "La Fortaleza S. A. LEOFORTA", a technique of observation was also applied with respect to the advertising plan in order to determine if the application could guarantee a improvement in the positioning of "La Fortaleza S. A. LEOFORTA".

KEYWORDS

- **ADVERTISING**
- **POSITIONING**
- **CORRUGATED CARDBOARD**
- **STRATEGY**
- **MEDIA PLA**