

Resumen

En el actual panorama empresarial, Industria Maderera Vargas enfrenta desafíos cruciales que demandan una evaluación estratégica de su posición en el mercado. Este proyecto busca comprender y potenciar su posicionamiento, centrándose en aspectos fundamentales del marketing y la adaptación al entorno digital. El objetivo es trazar un rumbo estratégico que fortalezca su posición actual y la proyecte hacia un futuro sostenible. La empresa requiere con urgencia modernizar sus estrategias de marketing, ya que se han identificado brechas en la percepción de la marca y las preferencias de los consumidores, mientras que la falta de una presencia digital efectiva limita su alcance en el mercado en línea.

El método empleado involucra un análisis holístico de aspectos teóricos y prácticos del marketing. Se llevó a cabo una investigación exhaustiva de mercado para entender los patrones de comportamiento del consumidor y sus preferencias de compra. Se identificaron oportunidades para mejorar la comunicación de la marca y expandir su presencia digital, enfocándose en la personalización de productos como una ventaja competitiva clave. Los resultados de la encuesta y el análisis de plataformas digitales indican una clara preferencia por los canales digitales, lo que subraya la necesidad de una estrategia de marketing digital sólida, con una presencia robusta en redes sociales y un portafolio digital bien elaborado.

El proyecto destaca la oportunidad de transformación de Industria Maderera Vargas a través de estrategias de marketing modernas y adaptación al entorno digital. La mayor personalización de productos y una presencia digital sólida son clave para conectar con los consumidores y fortalecer la posición competitiva. Estas estrategias no solo consolidarán la posición actual de la empresa, sino que también garantizarán un futuro exitoso basado en la innovación y la adaptabilidad.

Palabras clave: Direccionamiento estratégico, posicionamiento, marketing digital, estrategias de marketing, plataformas digitales.

Abstract

In the current business landscape, Industria Maderera Vargas faces crucial challenges that demand a strategic evaluation of its position in the market. This project aims to understand and enhance its positioning, focusing on key aspects of marketing and adaptation to the digital environment. The goal is to chart a strategic course that strengthens its current position and projects it towards a sustainable future. The company urgently needs to modernize its marketing strategies, as gaps have been identified in brand perception and consumer preferences, while the lack of an effective digital presence limits its reach in the online market.

The method employed involves a holistic analysis of theoretical and practical aspects of marketing. A thorough market research was conducted to understand consumer behavior patterns and purchasing preferences. Opportunities to enhance brand communication and expand digital presence were identified, focusing on product customization as a key competitive advantage. Survey results and digital platform analysis indicate a clear preference for digital channels, emphasizing the need for a robust digital marketing strategy, with a strong presence on social media and a well-developed digital portfolio.

The project highlights the transformation opportunity for Industria Maderera Vargas through modern marketing strategies and adaptation to the digital environment. Increased product customization and a solid digital presence are key to connecting with consumers and strengthening competitive position. These strategies will not only consolidate the company's current position but also ensure a successful future based on innovation and adaptability.

Keywords: Strategic direction, positioning, digital marketing, marketing strategies, digital platforms.