



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Postgrado de Marketing Internacional

**ANÁLISIS E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE
MARKETING ESTRATÉGICO EN LA INDUSTRIA DEL
MOAICO. CASO LA ESPAÑOLA.**

Trabajo Científico Libre para la obtención del Grado de Magíster en Marketing Internacional.

Director de Tesis:

Prof. Ing. Enzo Campana

Presentado por:

Federico Del Giorgio Solfa
Calle 13 N° 4689 esq. 488
(1897) M. B. Gonnet - La Plata

Fecha de entrega: 01/04/2002

Prohibida su divulgación: 3 años

PRÓLOGO Y AGRADECIMIENTOS.

Al realizar este prólogo, recordé el artículo de la revista *Negocios*¹ que fortaleció mi decisión de cómo seguir formándome. Al poco tiempo de la culminación de la Carrera de Grado, iniciaba esta Maestría.

En esta ardua etapa de la Carrera de Postgrado en Marketing Internacional, la redacción de la Tesis, tuve la oportunidad de investigar en pro de alcanzar soluciones científicas para una problemática empresaria real.

A esto debo el agradecimiento al Profesor Ing. Enzo Campana, quien me invitó a participar en la asistencia a empresas y a los titulares de Mosaicos La Española, Arq. Clemente Rey e Ing. Jorge Rey.

Quisiera agradecer también al Director de la EPMI, Prof. Dr. Rogelio Simonato, por su constante empeño en aumentar la calidad académica a través de la organización de seminarios extracurriculares especialmente dictados para los alumnos del Magíster; y a la Secretaria Académica, Lic. Liesel Bischoff por su amabilidad e incondicional apoyo a lo largo de todo el Postgrado.

¹ En este artículo se exponían los Postgrados de Marketing en Argentina, de los cuales, a la EPMI se la posicionaba como pionera y se le distinguía la asistencia técnica y científica de la Export-Akademie de la Reutlingen de Alemania. (Pág. 104, "*Para Venderse Mejor*". Sección Aulas de la Revista NEGOCIOS N° 60, Agosto de 1996, Atlántida, Buenos Aires).