

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto de Titulación está enfocado en la promoción de la oferta exportable ecuatoriana a través de un Plan Estratégico de Marketing ejecutado en Panamá, país donde se localiza una Sección Comercial de PRO ECUADOR, la cual es parte de su Red de Oficinas Comerciales, a nivel mundial. Para lograr que el Plan propuesto sea efectivo, se identificó los productos ecuatorianos con potencial en el mercado panameño a través del análisis de la oferta y demanda, y se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa a exportadores ecuatorianos e importadores panameños para definir los segmentos de mercado y los atributos diferenciadores de los productos ecuatorianos. La investigación de mercado orientó a los autores a definir dos importantes estrategias: Posicionar la oferta exportable ecuatoriana dentro de la franja premium y asesorar a los importadores panameños sobre las ventajas de la oferta exportable ecuatoriana. En vista de que el Plan Estratégico de Marketing se ejecutó simultáneamente al desarrollo del presente Proyecto de Titulación, se logró evidenciar dentro del Pronóstico de Ventas, el incremento del 9% de las exportaciones ecuatorianas a Panamá durante el periodo Enero-Diciembre del 2013, en comparación con el periodo Enero-Diciembre del 2014. Este incremento demostró la efectividad de las estrategias del Marketing Mix planteadas, especialmente las de Promoción, que fueron las protagonistas por ser competencia directa de PRO ECUADOR. A partir de la ejecución del Plan Estratégico de Marketing se aportó sustancialmente a la consolidación de las exportaciones ecuatorianas a Panamá, considerado actualmente un destino estratégico para el país.

PALABRAS CLAVES:

- **MARKETING ESTRATÉGICO**
- **OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA**
- **DEMANDA PANAMEÑA**
- **IMPORTADORES PANAMEÑOS**
- **EXPORTADORES ECUATORIANOS**

ABSTRACT

This Graduation Project is focused on the promotion of Ecuador's exports through a Strategic Marketing Plan executed in Panama, where is located the Commercial Section of PRO ECUADOR and is part of its Network of Commercial Offices. To achieve the effectiveness of the proposed Strategic Marketing Plan, Ecuadorian products with potential in the Panamanian market were identified through a demand and supply analysis, while a qualitative and quantitative study was made to Ecuadorian buyers and Panamanian importers to define market segments and the differentiating attributes in which the promotion of Ecuadorian products should focus. The market research headed the authors to focus on two major strategies: Position the Ecuadorian potential exports in the premium strip and inform the Panamanian importers about the characteristics of Ecuadorian products. Since the Strategic Marketing Plan was implemented simultaneously through the elaboration of this Graduation Project, it was evident that the Sales Forecast of Ecuadorian exports to Panama rose 9% in the period January to December 2013, compared to the period from January to December 2014. This rise demonstrates the effectiveness of the Marketing Mix applied, especially Promotion, which is the main responsibility of PRO ECUADOR. The development and implementation of the Strategic Marketing Plan, substantially contributed to the consolidation of current Ecuadorian exports in Panama, considered as a strategic market for Ecuador.

KEYWORDS:

- **STRATEGIC MARKETING**
- **ECUADORIAN EXPORTS**
- **PANAMANIAN DEMAND**
- **PANAMA IMPORTERS**
- **EXPORTERS OF ECUADOR**