

CERTIFICACIONES

Declaración de Responsabilidad

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

SANTIAGO AGUSTÍN POZO YÁNEZ

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING ENFOCADO AL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS NATURALES PARA LOS LABORATORIOS NATUALFA UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 6 de noviembre de 2009

SANTIAGO AGUSTÍN POZO YÁNEZ

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO

Eco. Víctor Hugo Arellano

Ing. Rodrigo Erazo

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING ENFOCADO AL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS NATURALES PARA LOS LABORATORIOS NATUALFA UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO”, realizado por Santiago Agustín Pozo Yáñez, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

El presente plan de tesis debe ser publicado para apoyar el desarrollo de planes estratégicos de marketing enfocados al lanzamiento de nuevos productos, así como también que sirva de herramienta para futuras investigaciones. Si recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Santiago Agustín Pozo Yáñez que lo entregue a Ing. Giovanni Herrera, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 6 noviembre de 2009

Eco. Víctor Hugo Arellano

DIRECTOR

Ing. Rodrigo Erazo

CODIRECTOR

Autorización de publicación

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, Santiago Agustín Pozo Yánez

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo“ PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING ENFOCADO AL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS NATURALES PARA LOS LABORATORIOS NATUALFA UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 6 de noviembre de 2009

SANTIAGO AGUSTÍN POZO YÁNEZ

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi madre, quien con su cariño y amor infinito se ha esforzado toda la vida por darme el mejor ejemplo y las mejores oportunidades para salir adelante.

A mi esposa por su paciencia y consejos

A mi hija por todo su amor y apoyo

En especial a mi tía la Doctora María Isabel Yáñez Venegas que en paz descansa, quien dio origen a los Laboratorios Natualfa en 1992 le dedico la culminación de mi formación profesional

SANTIAGO POZO Y.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme culminar otra etapa más en mi vida

A la Escuela Politécnica del Ejército que me permitió
desarrollarme profesionalmente

Al Economista Víctor Hugo Arellano por su paciencia,
comprensión y apoyo brindado

Al Ingeniero Rodrigo Erazo por su colaboración y apoyo

A mis familiares y amigos, por la colaboración brindada, por la
culminación de mi carrera

Gracias.....

SANTIAGO POZO Y.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES	5
1.1 Giro del Negocio	5
1.2 Reseña Histórica	6
1.3 Filosofía corporativa	7
1.3.1 Visión	7
1.3.2 Misión	8
1.3.3 Principios y Valores	8
1.3.4 Objetivos Empresariales	9
1.3.5 Estructura Organizacional	9
1.4 Definición del Problema	10
1.4.1 Diagrama de Ishikawa	10
1.4.2 Análisis del Diagrama de Ishikawa	11
1.4.3 Formulación del Problema	12
1.5 Objetivos del Estudio	12
1.5.1 Objetivo General	12
1.5.2 Objetivos Específicos	12

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL	14
2.1 Análisis del Macroambiente	14
2.1.1 Factores Económicos Nacionales	14
2.1.1.1 Balanza Comercial	14
2.1.1.2 Producto Interno Bruto Nacional y sectorial	16
2.1.1.3 Inflación	18

2.1.1.4	Tasa de Interés Activa	21
2.1.1.4.1	Tasa Activa	21
2.1.1.5	Tasa de Desempleo	24
2.1.2	Factores Socio-Culturales	27
2.1.2.1	Educación	27
2.1.2.2	Corrupción	29
2.1.3	Factores Políticos	30
2.1.3.1	Estabilidad Política	30
2.1.4	Factores Tecnológicos	31
2.1.4.1	Maquinaria, infraestructura, instalaciones	31
2.1.5	Factores Legales	32
2.1.5.1	Factor Legal Tributario	32
2.1.5.2	Factor Legal Laboral	33
2.1.6	Factores Ecológicos	34
2.1.7	Factores Demográficos	35
2.1.7.1	Demografía	35
2.1.7.2	Población Económicamente Activa	36
2.2	Análisis del Microambiente	39
2.2.1	Identificación de Clientes	39
2.2.1.1	Identificación de Clientes Externos	39
2.2.1.2	Identificación de Clientes Internos	40
2.2.1.3	Clientes Potenciales	41
2.2.2	Competencia	41
2.2.3	Productos Sustitutos	43
2.2.4	Proveedores	44
2.2.5	Intermediarios	46
2.3	Matriz Resumen Macroambiente – Microambiente	47
2.4	Análisis Interno	49
2.4.1	Capacidad Administrativa	49
2.4.2	Capacidad de Talento Humano	49

2.4.3	Capacidad Financiera	50
2.4.4	Capacidad de Mercadeo	51
2.4.5	Matriz Resumen Análisis Interno	53
2.5	Diagnóstico	54
2.5.1	Matriz de Cruce Da	54
2.5.2	Matriz de Cruce Fo	55
2.5.3	Matriz de Cruce Do	56
2.5.4	Matriz de Cruce Fa	57
2.5.5	Matriz de Síntesis Estratégica	58
2.5.6	Matriz de Evaluación de Factores Internos (Efi)	59
2.5.7	Matriz de Evaluación de Factores Externos (Efe)	60
2.5.8	Matriz del Perfil Competitivo	62

CAPÍTULO III

3	Investigación de Mercado	63
3.1	Propósito de la Investigación	63
3.2	Objetivos de la Investigación	63
3.2.1	Objetivo General	63
3.2.2	Objetivos Específicos	63
3.3	Diseño de la Investigación	64
3.3.1	Tipo de Investigación	64
3.3.2	Análisis de Datos Secundarios	65
3.3.3	Método de Recolección de Datos Cuantitativos	66
3.3.4	Diseño del Cuestionario	66
3.3.4.1	Matriz de Planteamiento de Cuestionario	68
3.3.4.2	Prueba Piloto	72
3.3.5	Metodología y Tamaño de la Muestra	73
3.3.5.1	Cálculo del Tamaño de La Muestra	74
3.3.5.2	Técnica de Muestreo	75

3.4	Plan de Trabajo de Campo	76
3.4.1	Cronograma de Trabajo de Campo	76
3.5	Análisis e Interpretación de Resultados	77
3.6	Conclusiones	134
3.7	Segmento de Mercado	135

CAPÍTULO IV

4	PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING	136
4.1	Objetivos de la Propuesta	136
4.1.1	Metodología para Fijar Objetivos S.M.A.R.T.	136
4.1.1.1	Características de Objetivos S.M.A.R.T.	136
4.1.2	Objetivo General	137
4.1.3	Objetivos Específicos	138
4.2	Estrategia Genérica	138
4.2.1	Perfil Estratégico	138
4.3	Propuesta Estratégica	139
4.3.1	Visión	139
4.3.2	Misión	140
4.3.3	Objetivos	140
4.3.3.1	Perspectiva Financiera	140
4.3.3.1.1	Objetivo Estratégico	140
4.3.3.1.2	Estrategias	140
4.3.3.2	Perspectiva del Cliente	140
4.3.3.2.1	Objetivo Estratégico	140
4.3.3.2.2	Estrategias	141
4.3.3.3	Perspectiva de Procesos	141
4.3.3.3.1	Objetivo Estratégico	141
4.3.3.3.2	Estrategias	141
4.3.3.4	Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento	142

4.3.3.4.1	Objetivo Estratégico	142
4.3.3.4.2	Estrategias	142
4.3.4	Principios y Valores	142
4.3.5	Políticas	143
4.3.6	Mapa Estratégico	145
4.4	Estrategias Del Marketing Mix	146
4.4.1	Producto	146
4.4.1.1	Ciclo de Vida Del Producto	146
4.4.1.2	Atributos del Producto	147
4.4.1.3	Estrategias de Producto	151
4.4.2	Precio	154
4.4.2.1	Metodología para La Fijación de Precios	154
4.4.2.2	Estrategias de Fijación de Precios	155
4.4.3	Canales de Distribución	156
4.4.3.1	Estrategias de Canal de Distribución	156
4.4.4	Promoción	158
4.4.4.1	Estrategias de Promoción	158
4.4.5	Personal	161
4.4.5.1	Estrategias de Personal	161
4.5	Matriz De Estrategias de Marketing Mix	163

CAPÍTULO V

5.	Evaluación Financiera del Plan Estratégico de Marketing	173
5.1	Presupuesto	173
5.1.1	Presupuesto de Marketing	173
5.1.2	Matriz de Distribución Anual de Presupuesto de Marketing para los Laboratorios Natualfa	174
5.2	Proyección de Crecimiento de Ventas	179
5.3	Punto de Equilibrio	180
5.3.1	Punto de Equilibrio en Valores de Ventas	180

5.4 Flujo de Fondos	181
5.5 Evaluación Financiera	184
5.5.1 Tasa Mínima De Aceptación De Recuperación (TMAR)	184
5.5.2 Valor Actual Neto (VAN)	185
5.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	186
5.5.4 Relación Beneficio / Costo	186

CAPÍTULO VI

6. Conclusiones Y Recomendaciones	187
6.1 Conclusiones	187
6.2 Recomendaciones	189

ANEXOS	190
BIBLIOGRAFÍA	194

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Datos Balanza Comercial	15
Tabla No. 2: Datos Históricos PIB Nacional	16
Tabla No. 3: Datos Históricos Inflación Mensual	19
Tabla No.4: Datos Históricos Tasa Activa Mensual	22
Tabla No.6: Datos Históricos Desempleo	24
Tabla No.7: Datos Mensuales Desempleo Quito	26
Tabla No.9: Indicadores Demográficos del Censo de Población 2001	28
Tabla No.10: Datos Históricos Presidentes de la República	30
Tabla No.11: Población Anual Proyectada	35
Tabla No.12: Población Económicamente Activa	37
Tabla No.13: Centros naturistas a los que actualmente se vende más	39
Tabla No.14: Empresas de productos naturales en la ciudad de Quito	42
Tabla No.15: Proveedores año 2008	45
Tabla No.15: Población de Pichincha 2010 por grupos de edad	73
Tabla No.16: Población total de Pichincha y Quito 2009 - 2010	74
Tabla No.17: Edad y Género	77
Tabla No.18: ¿Los ingresos mensuales de su hogar son?	78
Tabla No.19: ¿Aproximadamente cuánto de los ingreso mensuales destina al consumo de medicinas?	79
Tabla No.20: ¿Con qué frecuencia compra productos naturales?	80
Tabla No.21: ¿En qué presentación los productos naturales le gustaría más?	81
Tabla No.22: ¿Por qué compra productos naturales?	82
Tabla No.23: ¿Padece de alguna enfermedad?	83
Tabla No.24: ¿Acostumbra hacer ejercicio?	84
Tabla No.25: ¿Tiene algún tipo de dieta?	85
Tabla No.26: Precio	86
Tabla No.27: Marca	87

Tabla No.28: Composición química	88
Tabla No.29: Cantidad	89
Tabla No.30: Presentación	90
Tabla No.31: ¿Conoce la existencia de los Laboratorios Natualfa?	91
Tabla No.32: ¿Cómo conoció a los Laboratorios Natualfa?	92
Tabla No.33: ¿Cree que los Laboratorios Natualfa cuenta con una variedad de productos?	93
Tabla No.34: ¿Está conforme con la calidad de los productos naturales de Los Laboratorios Natualfa?	94
Tabla No.35: ¿Qué opinión tiene de los productos de los Laboratorios Natualfa?	95
Tabla No.36: ¿Cómo considera el precio de los productos de los Laboratorios Natualfa?	96
Tabla No.37: ¿Volvería a comprar los productos de los Laboratorios Natualfa?	97
Tabla No.38: Registro Sanitario	98
Tabla No.39: Fecha de caducidad	99
Tabla No.40: Componentes del producto	100
Tabla No.41: Origen	101
Tabla No.42: Envase	102
Tabla No.43: ¿Qué productos naturales son escasos de conseguir o no se fabrican y usted desea conseguir?	103
Tabla No.44: ¿Qué marca de productos naturales compra?	105
Tabla No.45: ¿En qué lugar realiza la mayor parte de sus compras?	106
Tabla No.46: ¿Qué producto es el que más consume?	108
Tabla No.47: ¿En qué medios de comunicación considera que los productos naturales de genera mayor impacto?	110
Tabla No.48: Edad * ¿Aproximadamente cuánto de los ingresos mensuales destina al consumo de medicinas?	111
Tabla No.49: ¿En qué medios de comunicación considera que los productos naturales de genera mayor impacto?*Edad	113
Tabla No.50: ¿Padece de alguna enfermedad? * Género	114

Tabla No.51: ¿Los ingresos mensuales de su hogar son? * ¿En qué lugar realiza la mayor parte de sus compras?	116
Tabla No.52: ¿Los ingresos mensuales de su hogar son? * ¿En qué medios de comunicación considera que los productos naturales de genera mayor impacto?	117
Tabla No.53: ¿Los ingresos mensuales de su hogar son? * ¿Con qué frecuencia compra productos naturales?	119
Tabla No.54: Edad * ¿Por qué compra productos naturales?	120
Tabla No.55: ¿Padece de alguna enfermedad? * ¿Por qué compra productos naturales?	121
Tabla No.56: Precio * Registro Sanitario	123
Tabla No.57: Precio * Fecha de caducidad	124
Tabla No.58: Precio * Envase	125
Tabla No.59: Marca * Registro Sanitario	126
Tabla No.60: Composición química * Registro Sanitario	127
Tabla No.61: Composición química * Fecha de caducidad?	128
Tabla No.62: Composición química * Componentes del producto	129
Tabla No.63: Cantidad * Registro Sanitario	130
Tabla No.64: Presentación * Componentes del producto	131
Tabla No.65: ¿Está conforme con la calidad? * ¿Volvería a comprar los productos de los Laboratorios Natualfa?	132
Tabla No.66: ¿Qué opinión tiene de los productos? * ¿Cómo considera el precio de los productos de los Laboratorios Natualfa?	133
Tabla No.67: Tamaño del Mercado	182
Tabla No.68: Capacidad Instalada de Los Laboratorios Natualfa	182
Tabla No.69: Proyección Venta de Productos Naturales	182
Tabla No.70: Flujo de Fondos Proyectado (Escenario Moderado)	184
Tabla No.71: Flujo de Fondos Proyectado (Escenario Optimista)	185
Tabla No.72: Flujo de Fondos Proyectado (Escenario Pesimista)	186

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Variación Anual PIB Nacional	17
Gráfico No. 2: Variación Anual PIB Industria Manufacturera	17
Gráfico No.3: Variación Tasas de Inflación Acumulada y Mensual	20
Gráfico No.4: Tasa Activa Últimos dos años	23
Gráfico No.6: Desempleo Últimos dos años	25
Gráfico No.7: Desempleo Quito Últimos dos años	26
Gráfico No.8: Población Anual Proyectada	36
Gráfico No.9: Centros naturistas a los que actualmente se vende más	40
Gráfico No.10: Edad y Género	77
Gráfico No.11: Ingresos Mensuales del hogar	78
Gráfico No.12: ¿Aproximadamente cuánto de los ingresos destina al consumo de medicinas?	79
Gráfico No.13: ¿Con qué frecuencia compra productos naturales?	80
Gráfico No.14: ¿En qué presentación los productos naturales le gustaría más?	81
Gráfico No.15: ¿Por qué compra productos naturales?	82
Gráfico No.16: ¿Padece de alguna enfermedad?	84
Gráfico No.17: ¿Tiene algún tipo de dieta?	85
Gráfico No.18: Precio	86
Gráfico No.19: Marca	87
Gráfico No.20: Composición química	88
Gráfico No.21: Cantidad	89
Gráfico No.22: Presentación	90
Gráfico No.23: ¿Conoce la existencia de los Laboratorios Natualfa?	91
Gráfico No.24: ¿Cómo conoció a los Laboratorios Natualfa?	92
Gráfico No.25: ¿Cree que los Laboratorios Natualfa cuenta con una variedad de productos?	93

Gráfico No.26: ¿Está conforme con la calidad de los productos?	94
Gráfico No.27: ¿Qué opinión tiene de los productos de los Laboratorios Natualfa?	95
Gráfico No.28: ¿Cómo considera el precio de los productos?	96
Gráfico No.29: ¿Volvería a comprar los productos de los Laboratorios Natualfa Laboratorios Natualfa?	97
Gráfico No.30: Registro Sanitario	98
Gráfico No.31: Fecha de caducidad	99
Gráfico No.32: Componentes del producto	100
Gráfico No.33: Origen	101
Gráfico No.34: Envase	102
Gráfico No.35: ¿Qué productos naturales son escasos de conseguir?	104
Gráfico No.36: ¿Qué marca de productos naturales compra?	106
Gráfico No.37: ¿En qué lugar realiza la mayor parte de sus compras?	107
Gráfico No.38: ¿Qué producto es el que más consume?	109
Gráfico No.39: ¿En qué medios de comunicación considera que los productos naturales de genera mayor impacto?*Edad	110
Gráfico No.40: Edad * ¿Aproximadamente cuánto de los ingresos mensuales destina al consumo de medicinas?	112
Gráfico No.41: ¿En qué medios de comunicación considera que los productos naturales de genera mayor impacto?	113
Gráfico No.42: ¿Padece de alguna enfermedad? * Género	115
Gráfico No.43: ¿Los ingresos mensuales de su hogar son? * ¿En qué lugar realiza la mayor parte de sus compras?	116
Gráfico No.44: ¿Los ingresos mensuales de su hogar son? * ¿En qué medios de comunicación considera que los productos naturales de genera mayor impacto?	118
Gráfico No.45: ¿Los ingresos mensuales de su hogar son? * ¿Con qué frecuencia compra productos naturales?	119
Gráfico No.46: Edad * ¿Por qué compra productos naturales?	120
Gráfico No.47: ¿Padece de alguna enfermedad? * ¿Por qué compra	122

productos naturales?	
Gráfico No.48: Precio * Registro Sanitario	123
Gráfico No.49: Precio * Fecha de caducidad	124
Gráfico No.50: Precio * Envase	125
Gráfico No.51: Marca * Registro Sanitario	126
Gráfico No.52: Composición química * Registro Sanitario	127
Gráfico No.53: Composición química * Fecha de caducidad	128
Gráfico No.54: Composición química * Componentes del producto	129
Gráfico No.55: Cantidad * Registro Sanitario	130
Gráfico No.56: Presentación * Componentes del producto	131
Gráfico No.57: ¿Está conforme con la calidad de los productos naturales de los Laboratorios Natualfa? * ¿Volvería a comprar los productos de los Laboratorios Natualfa?	132
Gráfico No.58: ¿Qué opinión tiene de los productos de los Laboratorios Natualfa? * ¿Cómo considera el precio de los productos de Los Laboratorios Natualfa?	133
Gráfico No.59: Ciclo de vida del producto	146

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	193
Anexo 2 Cálculo Valor Actual Neto Escenario Moderado	194
Anexo 3 Cálculo Tasa interna de Retorno Escenario Moderado	194
Anexo 4 Cálculo del Beneficio / Costo Escenario Moderado	194
Anexo 5 Cálculo Valor Actual Neto Escenario Optimista	195
Anexo 6 Cálculo Tasa interna de Retorno Escenario Optimista	195
Anexo 7 Cálculo del Beneficio / Costo Escenario Optimista	195
Anexo 8 Cálculo Valor Actual Neto Escenario Pesimista	196
Anexo 9 Cálculo Tasa interna de Retorno Escenario Pesimista	196
Anexo 10 Cálculo del Beneficio / Costo Escenario Pesimista	196