

## Resumen

La globalización y la tecnología han generado cambios estructurales en diversos ámbitos, aumentando la demanda de información detallada. En este contexto, se resalta la importancia del marketing estratégico para asegurar operaciones estables y rentables a largo plazo, con énfasis en la innovación para destacar en un entorno competitivo. Su aplicación se vuelve crucial para apoyar a las MiPymes y abordar debilidades, transformándose en una herramienta esencial en un mundo en constante cambio.

El presente trabajo tiene como objeto de estudio el marketing estratégico. El objetivo es proponer un plan de marketing estratégico para la consultora AINSE Cía. Ltda. que permita mejorar el posicionamiento en el mercado y diseñar estrategias efectivas para captar clientes en la industria de mecánica a automotriz del Distrito Metropolitano de Quito, durante el periodo 2023-2028.

En lo que respecta a la metodología empleada, se aplicará los métodos deductivo – inductivo, histórico Lógico, analítico sintético, análisis bibliográfico, métodos empíricos, método de naturaleza estadística – matemática, enfoque del modelo Servqual el cual cuenta con 5 dimensiones, dimensiones tangibles, de fiabilidad, empatía, seguridad y de capacidad de respuesta, y que en conjunto incluye una etapa analítica, una propuesta de plan de marketing estratégico, con objetivos, estrategias, plan táctico, actividades, y acciones. Además, se incorpora el establecimiento de un presupuesto de marketing y un cronograma que respalden la implementación, junto con un plan de contingencia para afrontar circunstancias desfavorables. El resultado es un aporte reflejado en la planificación de una serie de estrategias y tácticas, que permiten alcanzar los objetivos y metas establecidos en el plan.

*Palabras clave:* Marketing estratégico, posicionamiento, calidad, innovación

### **Abstract**

Globalization and technology have generated structural changes in several areas, increasing the demand for detailed information. In this context, the importance of strategic marketing is highlighted to ensure stable and profitable operations in the long term, with emphasis on innovation to stand out in a competitive environment. Its application becomes crucial to support MSMEs and address weaknesses, becoming an essential tool in an ever-changing world.

The purpose of this paper is to study strategic marketing. The objective is to propose a strategic marketing plan for the consulting firm AINSE Cía. Ltda. to improve market positioning and design effective strategies to attract customers in the automotive mechanics industry in the Metropolitan District of Quito, during the period 2023-2028.

Regarding the methodology used, the deductive-inductive, historical-logical, analytical-synthetic, bibliographic analysis, empirical methods, statistical-mathematical method, Servqual model approach which has 5 dimensions, tangible dimensions, reliability, empathy, security and responsiveness, and which together includes an analytical stage, a proposed strategic marketing plan, with objectives, strategies, tactical plan, activities and actions. It also incorporates the establishment of a marketing budget and timeline to support implementation, along with a contingency plan to deal with unfavorable circumstances. The result is a contribution reflected in the planning of a series of strategies and tactics, which allow achieving the objectives and goals established in the plan.

*Keywords:* Strategic marketing, positioning, quality, innovation.