RESUMEN.

Paco Publicidad es una empresa dedicada a la confección de ropa deportiva y comercialización de telas e insumos para prendas deportivas en la ciudad de Loja.

La empresa busca posicionarse como la número uno dentro del mercado local, es así, que se lleva a cabo una propuesta estratégica de marketing para posicionar la Empresa Paco Publicidad en la ciudad de Loja. Como primera actividad se realizó un análisis de los factores situacionales que afectan y favorecen a la empresa, dando como resultado que actualmente la panificadora posee grandes ventajas como ser una empresa artesanal, la cual puede ser aprovechada en el ámbito económico. Con el fin de conocer más a fondo los requerimientos y necesidades de sus clientes, se llevó a cabo una investigación de mercado, obteniendo resultados interesantes, como la demanda de nuevos productos y servicios. La investigación también arrojó datos que sirven para estructurar mejor el servicio actual, la oferta de sus productos y la demanda insatisfecha. Dentro de la investigación de mercados presenta una información importante sobre la preferencia que tienen los clientes hacia la empresa con un 34.33%; mientras que su mayor competidor con un 35.82% de preferencia.

En la actualidad la empresa no cuenta con una identidad corporativa, por lo que se realizó una propuesta de misión, visión, valores y principios que la empresa debe emprender para que tenga un buen funcionamiento y saber cuál es su estrategia competitiva., ya que permitirá mejorar la situación actual de Paco Publicidad en el mercado, donde la empresa debe incrementar la publicidad y generar una imagen corporativa adecuada.

Finalmente el presupuesto y la evaluación de la misma, para conocer si el proyecto propuesto para la empresa Paco Publicidad es viable, donde la TMAR es de 16.94%, VAN de $6766.18y el TIR con un 26.43%, indica que el proyecto es viable y al mismo tiempo rentable para realizarlo ya que, la recuperación de la inversión propuesta se la realiza en un tiempo estimado de 3 años, 7 meses y 17 días, luego de ser implementado el Plan de Marketing propuesto.