

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Elsa Yolanda Vaca Abarca

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO PARA FIDELIZAR Y AMPLIAR LA CARTERA DE CLIENTES DE LA EMPRESA PUBLIJIREH S.A.”, 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.

Sangolquí, Marzo del 2009

ELSA YOLANDA VACA ABARCA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL

CERTIFICADO

Director: Ing. Edgar Machado

Codirector: Ing. Farid Mantilla

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO PARA FIDELIZAR Y AMPLIAR LA CARTERA DE CLIENTES DE LA EMPRESA PUBLIJIREH S.A.” realizado por Elsa Yolanda Vaca Abarca, 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.

Debido a que cumple con todos los requerimientos legales 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 Elsa Yolanda Vaca Abarca que lo entregue a la señora Ing. Fanny Cevallos, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Marzo del 2009

Ing. Edgar Machado

DIRECTOR

Ing. Farid Mantilla

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Elsa Yolanda Vaca Abarca

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Plan de Marketing Estratégico para fidelizar y ampliar la cartera de clientes de la empresa Publijireh s.a.”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Marzo del 2009

Elsa Yolanda Vaca Abarca

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, ya que ha sido la luz que me ha iluminado en este camino hacia la consecución de mi título, a cumplir mis metas y anhelos. Agradezco a mis padres, a mi angelito, a Roberto, quienes me han apoyado siempre y han sido un respaldo ante cualquier inconveniente.

Agradezco a “Publijreh S.A.”, empresa que me ha permitido aprender mucho, desarrollar esta tesis y por supuesto agradezco la confianza del Sr. Fabricio Moscoso, Gerente de la empresa y a todos mis compañeros que han colaborado conmigo para la elaboración de esta Tesis. Agradezco a la Escuela Politécnica del Ejército, ya que esta prestigiosa institución me abrió sus puertas para realizar mis estudios, me ha permitido formarme como profesional y ahora me ofrece la oportunidad de obtener mi título.

Finalmente, agradezco a mi Director el Ing. Edgar Machado y Codirector Ing. Farid Mantilla, ya que fueron una guía, apoyo y una gran ayuda para la conclusión exitosa de la presente Tesis.

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada con mucho cariño para mi familia especialmente a mis padres, ya que durante esta larga carrera universitaria me brindaron su apoyo incondicional, me han ayudado a conseguir mis objetivos y me han guiado y formado para ser una persona de bien.

Adicionalmente la dedico a Esther y a mis hermanos, ya que ellos son personas muy importantes en mi vida y han sido un importante apoyo para seguir adelante en la vida.

INDICE

CAPÍTULO 1

1. ANTECEDENTES

1.1 Giro del negocio.....	5
1.2 Reseña histórica.....	6
1.3 Justificación del problema.....	7
1.4 Definición del problema.....	8
1.5 Objetivos del estudio	12
1.6 Hipótesis.....	13
1.7 Marco teórico.....	14

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 Análisis Externo.....	19
2.1.1 Macroambiente.....	20
2.1.1.1 Factores Económicos.....	22
2.1.1.2 Factores Sociales.....	25
2.1.1.3 Factores Tecnológicos.....	34
2.1.1.4 Factor Ambiental.....	36
2.1.2 Microambiente.....	37
2.2 Análisis Interno.....	42
2.2.1 Estructura Organizacional de Publijreh.....	44
2.2.1.1 Área Administrativa.....	45
2.2.1.2 Área Financiera.....	46
2.2.1.3 Área de Producción.....	46
2.2.1.4 Área de Comercialización.....	47
2.2.2 Capacidad Tecnológica y Competitiva.....	48
2.3 Análisis Situacional.....	49
2.3.1 Análisis Foda.....	49
2.3.1.1 Análisis Externo.....	50

2.3.1.2.1	Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	52
2.3.2	Matriz Interna-Externa.....	55
2.3.4	Diagnostico Situacional.....	56
2.3.4.1	Matriz BCG.....	56

CAPÍTULO 3

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1	Propósito de la investigación de mercado.....	61
3.2	Objetivo de la investigación de mercado.....	62
3.3	Metodología de la investigación.....	62
3.4	Tipos de investigación.....	63
3.5	Segmentación del mercado.....	64
3.6	Plan de trabajo de campo.....	66
3.7	Tipo de muestreo.....	71
3.8	Procesamiento de datos.....	72
3.9	Análisis de datos.....	75
3.9.1	Análisis Univariado.....	75
3.9.2	Análisis Bivariado.....	82
3.9.3	Análisis de la oferta y la demanda.....	88
3.14	Conclusiones del estudio de mercado.....	94

CAPÍTULO 4.

4.	Propuesta estratégica.....	96
4.1	Filosofía de gestión de marketing.....	96
4.2	Replanteamiento del direccionamiento Estratégico.....	97
4.3	Estrategias.....	99
4.4	Diseño de Estrategias.....	102
4.5	Mapa Estratégico.....	104
4.6	Mix del Marketing.....	105
4.6.1	Producto.....	106
4.6.2	Precio.....	110

4.6.3 Plaza.....	113
4.6.4 Promocion.....	115
4.7 Presupuesto de marketing.....	117

CAPÍTULO 5.

5. PRESUPUESTOS DE MARKETING Y EVALUACIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LA PROPUESTA

5.1 Presupuesto.....	119
5.2 Presupuesto de Estrategias y gastos.....	120
5.3 Activo fijos.....	126
5.4 Costos fijos.....	126
5.5 Inversión de capital de trabajo.....	124
5.5.1 Inversión y financiamiento.....	126
5.6 Pago de la deuda.....	130
5.6.1 Presupuestos.....	131
5.6.2 Estado de resultados.....	136
5.7 Flujo de caja.....	137
5.8 Valor actual neto.....	139
5.8.1 Tasa interna de retorno.....	139
5.8.2 Costo beneficio.....	140
5.8.3 Escenario optimista y pesimista.....	142
5.9 Punto de equilibrio.....	148

CAPITULO 6

6.1 Conclusiones.....	149
6.2 Recomendaciones.....	150

BIBLIOGRAFIA.....	153
--------------------------	------------

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Indicadores Económicos.....	21
Tabla N° 2	La Inflación.....	24
Tabla N° 3	Tasa de Interés	27
Tabla N° 4	Trabajadores en la Industria Gráfica.....	32
Tabla N° 5	Equipos Disponibles para el mercado ecuatoriano.....	35
Tabla N° 6	Clientes.....	38
Tabla N° 7	Competencia.....	39
Tabla N° 8	Proveedores.....	41
Tabla N° 9	Oferta de Publijreh.....	89
Tabla N° 10	Demanda de Publijreh.....	91
Tabla N° 11	Demanda vs Oferta.....	95
Tabla N° 12	Estrategias.....	101
Tabla N ° 13	Propuesta Estratégica.....	103
Tabla N ° 14	Estrategias de servicios.....	108
Tabla N ° 15	Estrategias de Cobranzas.....	112
Tabla N ° 16	Estrategias de Canal de distribución.....	114
Tabla N ° 17	Estrategias de Promoción y publicidad.....	116
Tabla N ° 18	Presupuesto de marketing	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico Nº 1 Diagrama de Ishikawa.....	21
Grafico Nº 2 Mix Marketing.....	17
Grafico Nº 3 Análisis Situacional.....	18
Grafico Nº 4 Grafico Nº 4 Producto Interno Bruto.....	23
Grafico Nº 5 Grafico Nº 5 La Inflación.....	25
Grafico Nº 6 Participación Porcentual del Mercado.....	29
Grafico Nº 7 Industria Grafica.....	40
Grafico Nº 8 Estructura Organizacional.....	44
Gráfico Nº 9 Comportamiento de la oferta.....	90
Gráfico Nº 10 Comportamiento de la demanda.....	92
Grafico Nº 11 Demanda vs Oferta.....	93
Grafico Nº 12 Clasificación de Estrategias.....	100
Grafico N` 13 Visión y Misión.....	106