POSICIONAMIENTO DE UNA MARCA ARTESANAL CON CALIDAD, SERVICIO Y RENTABILIDAD EN EL MERCADO DE CALZADO FEMENINO EN LA CIUDAD DE QUITO CASO APLICATIVO! "CALZADO BALDEÓN"

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

POSICIONAMIENTO DE UNA MARCA ARTESANAL CON CALIDAD, SERVICIO Y RENTABILIDAD EN EL MERCADO DE CALZADO FEMENINO EN LA CIUDAD DE QUITO CASO APLICATIVO! "CALZADO BALDEÓN"

MARIA FERNANDA GALLEGOS BALDEÓN

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERA EN MERCADOTECNIA

Sangolqui, Abril 2012

NTRODUCCIÓN

"El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada."(Art 1 Constitución del Ecuador)

La elaboración del Plan Nacional del Buen Vivir, supuso enfrentar cuatro desafíos: articular la planificación al nuevo marco constitucional, al reforzar la planificación por Objetivos Nacionales, generar procesos de articulación y retroalimentación dentro del estado que integren la gestión por resultados; incorporar de manera efectiva la planificación y el ordenamiento territorial; e impulsar la participación social. (Semplades, 2010)

Dentro del Plan Nacional para el Buen Vivir, se pudo identificar básicamente dos objetivos relacionados con el presente proyecto, el primero es el Objetivo Nº 3 relacionado con la mejora de la calidad de vida, y que señala lo siguiente:

Mejorar la calidad de vida de la población

La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus ***necesidades materiales****, psicológicas, sociales y ecológicas.*

Este concepto integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que dependen de relaciones sociales y económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza, en el contexto de las culturas y del sistema de valores en los que dichas personas viven, y en relación con sus expectativas, normas y demandas.

El calzado de calidad es un bien material que debe estar al alcance de todos los ciudadanos, es por ello, que el presente proyecto de posicionamiento pretende hacer que se logre el reconocimiento de la empresa y que la colectividad se beneficie de esto.

En segundo lugar está el Objetivo Nº 11, relacionado en cambio con el tema del impulso de los sistemas económicos, el mismo que señala lo siguiente:

- ***Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible***
- ***Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas***
- ***Fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.***

Apoyar la producción artesanal de calidad en todas las ramas, fortaleciendo los talleres como unidades integrales de trabajo ycapacitación, y recuperando saberes y prácticas locales.

El poder ser parte de un sistema de producción artesanal que brinde calidad, diseño y buen precio, es parte fundamental del crecimiento económico del país, ya que permite que la empresa pueda seguir siendo sustentable, pueda generar fuentes de trabajo, pero sobre todo que pueda brindar satisfacción al mercado en general.

Dado que por treinta años ha venido creando fuentes de trabajo y fomentando el crecimiento de la industria del calzado siendo así una empresa de la historia dejando siempre en alto la mano de obra Ecuatoriana, que no es otra cosa que el reflejo de la lucha constante del obrero ecuatoriano por superarse.