

## **RESUMEN**

El proyecto está enfocado en elaborar un Plan de Marketing que permita posicionar a la compañía Hormibloque con sus productos en los sectores de Lasso, Machachi, Aloag, Tambillo, Amaguaña, La Victoria en Sangolquí, Administración Quitumbe y Eloy Alfaro en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito, la empresa se dedica a la fabricación de elementos de hormigón (adoquines, bloques, bordillos) y se encuentra ubicada en Aloasí, para construir e implementar el Plan, se analizaron los factores externos e internos que rodean a la empresa, las condiciones de mercado, los clientes actuales y potenciales, quien es la competencia, se determinó el Plan, el mercado meta, la estrategia y el posicionamiento, el programa de marketing orientado al producto, precio y distribución, la combinación promocional y el financiamiento de la operatividad del plan para lo cual se estableció el punto de equilibrio, cuantificación del pronóstico de ventas y de gastos, quien realizará los controles, la organización y cuáles son los planes de contingencia.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **PLAN DE MARKETING**
- **ESTRATEGIA**
- **POSICIONAR**
- **MERCADO META**
- **COMBINACIÓN PROMOCIONAL**

## **ABSTRACT**

The project is focused in developing a Marketing Plan, that allows positioning Hormibloque company with his products, in the sectors of Lasso, Machachi, Aloag, Tambillo, Amaguaña, La Victoria in Sangolquí, Quitumbe Administration and Eloy Alfaro in the Southern Metropolitan District of Quito. The company manufactures concrete products (pavers, blocks, curbs) and is located in Aloasí. To build and implement the Plan, the external and internal factors that surrounds the company were analyzed, market conditions, current and potential customers, who is the competition, the Plan was determined, the target marker, the strategies and positioning, the marketing program oriented to the product, price and distribution, the promotional combination and the financing of the plan operation, for which the breakeven was established, the quantification of forecast sales and expenses, who will held the controls, the organization and what will be the contingency plans.

### **KEYWORDS:**

- **MARKETING PLAN**
- **STRATEGY**
- **POSITIONING**
- **TARGET MARKET**
- **PROMOTIONAL COMBINATION**