



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO**

**“PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS
DEL INODORO MANHATAN EN EL BATH CENTER SHYRIS DE LA
EMPRESA EDESA EN LA CIUDAD DE QUITO”**

ALEXANDRA BEATRIZ CUENCA VALDEZ

DIRECTOR: Ing. Hernán Paz, MBA

CODIRECTOR: Ing. Verónica Torres, MBA

SANGOLQUI, SEPTIEMBRE DEL 2008

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme el privilegio de vivir, la facultad de escribir y la oportunidad de compartir mis experiencias con mis semejantes, aquí y ahora.

A la ESPE, por haberme dado la oportunidad de crecer humana y profesionalmente, convirtiéndose en un peldaño mas en mis objetivos profesionales

A los Ingenieros: Hernán Paz y Verónica Torres, por orientar y dirigir con profesionalismo y calidad humana.

A EDESA S.A.; en especial al Gerente de Almacenes y al Gerente Financiero, quiénes me brindaron las facilidades y el apoyo para culminar con el objetivo propuesto.

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y permitir que éste trabajo llegue a un final exitoso.

A mis padres y hermana quienes con su incondicional cariño, paciencia y comprensión, supieron encaminarme en todo momento y especialmente en esta etapa de mi vida estudiantil.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

ALEXANDRA BEATRIZ CUENCA VALDEZ

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada “Plan Estratégico de Marketing para incrementar las ventas del inodoro Manhattan en el Bath Center Shyris de la empresa EDESA en la ciudad de Quito” ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las paginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí, 24 de septiembre de 2008

ALEXANDRA BEATRIZ CUENCA VALDEZ

C.I. 1715180731

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACION

Yo, ALEXANDRA BEATRIZ CUENCA VALDEZ, con cédula de identidad 1715180731, autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Plan Estratégico de Marketing para incrementar las ventas del inodoro Manhattan en el Bath Center Shyris en la empresa EDESA en la ciudad de Quito”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 24 de septiembre de 2008

ALEXANDRA BEATRIZ CUENCA VALDEZ

C.I. 1715180731

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO

El Ingeniero Hernán Paz, MBA y la Ingeniera Verónica Torres; MBA

CERTIFICAN

Que la tesis titulada “Plan Estratégico de Marketing para incrementar las ventas del inodoro Manhattan en el Bath Center Shyris de la empresa EDESA en la ciudad de Quito” , realizada por la señorita Alexandra Beatriz Cuenca Valdez, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que es una tesis desarrollada correctamente con información actualizada, y con todos los requerimientos solicitados, se recomienda 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 nombre de la señorita Alexandra Beatriz Cuenca Valdez, para que se entregue al señor Ingeniero Geovany Herrera, Coordinador de la Carrera de Mercadotecnia

Sangolquí, 24 de septiembre de 2008

Ing. Hernán Paz; MBA

DIRECTOR

Ing. Verónica Torres, MBA

CODIRECTOR

INTRODUCCIÓN

La empresa EDESA S.A., perteneciente a la corporación CISA, fue constituida en el año 1974, llegando a ser por 33 años uno de los principales pilares del mercado ecuatoriano y mundial en sanitarios y grifería.

Es una compañía manufacturera que se dedica a fabricar cerámica sanitaria y comercializar cerámica plana, grifería, tinas, broncería, cocinas, fregaderos, y demás complementos de baño y cocina, que en Ecuador se distribuye a los usuarios bajo sus dos marcas competitivas EDESA y BRIGGS.

La nueva franquicia de CISA, BRIGGS, nacida en el mercado norteamericano con altas normas de calidad y especificaciones de lujo, ha contribuido de manera grandiosa al mercado ecuatoriano, con nuevos y novedosos productos, con la idea de incursionar en un mercado de un nivel social alto, debido a la exigencia que previamente experimento en el mercado anglosajón.

Por tal motivo EDESA empieza a comercializar sus productos por medio de sus puntos oficiales de venta, los “BATH CENTER & MORE”, donde pone a disposición del cliente griferías y sanitarios EDESA y BRIGGS, recibiendo gran acogida del mercado ecuatoriano.

Uno de los últimos productos presentados en los “BATH CENTER & MORE” es el **Inodoro Manhattan** de creación norteamericana y diseño ecuatoriano. El inodoro cuenta con las últimas innovaciones de tecnología sanitaria, presentado como principales características, un brillo inalterable y resistencia a las manchas por estar fabricado con porcelana vitrificada, además de presentar la novedosa Manija Dual Flush, diferenciándole de los otros inodoros debido a

la capacidad que tiene de ahorrar un 37% mas de agua en comparación a sus principales competidores del mercado sanitario.

Por lo expuesto anteriormente, existe la oportunidad de posicionar en el mercado sanitario del Ecuador, el nuevo modelo Manhattan, que a diferencia de los demás sanitarios tiene la capacidad de ahorrar agua, por lo cual se elabora el presente proyecto que es un Plan Estratégico de Marketing, que permita captar nuevos clientes, generar ingresos para la empresa y lograr liderar el mercado