

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas en la actualidad elaboran planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes suelen ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa, esto quiere decir de acuerdo a su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

EP PETROECUADOR, en esquema de mejorar su participación en el mercado de combustibles debe incursionar en la comercialización de nuevos combustibles de tipo ecológico, además por ser una empresa pública, debe alinearse a los objetivos del Gobierno Nacional, y de la Secretaria de Planificación SENPLADES con respecto al Plan del Buen Vivir.

Para la elaboración del Plan Estratégico de Marketing fue necesario desarrollar de un diagnóstico de la empresa, además de la investigación de mercado el mismo que permitió identificar las necesidades reales de los clientes, así como medir el conocimiento de los encuestados acerca de los beneficios de la utilización de combustibles ecológicos, tanto económicos como ambientales.

Con el desarrollo del presente plan tiene por objetivo principal ser un instrumento de trabajo con el cual EP PETROECUADOR, permitirá desarrollar nuevos retos en la incursión de nuevos productos para la comercialización en el mercado interno de combustibles, de igual manera incrementar su gestión empresarial en beneficio de la población ecuatoriana.

TEMA: PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE GASOLINA ECOLOGICA POR LA GERENCIA DE COMERCIALIZACIÓN DE EP PETROECUADOR EN LA CIUDAD DE QUITO

PLALABRAS CLAVES: PLAN ESTRATEGICO BIOCOMBUSTIBLES

EXECUTIVE SUMMARY

Companies are now developing strategic plans to achieve its objectives and goals, these plans are usually short, medium and long term, according to the extent and magnitude of the company, this means according to their size as this implies that many plans and activities must execute each operational unit, whether upper level or lower level.

EP Petroecuador in scheme to improve its market share of fuels must venture into the market of new ecological fuels, as well as a public company must be aligned to the objectives of the National Government and the Ministry of Planning with SENPLADES respect to the Plan of Good Living.

For the development of the Strategic Marketing Plan was necessary to develop a diagnostic company, in addition to the same market research that identified the real needs of customers and measure knowledge of respondents about the benefits of use of environmentally friendly fuels, both economic and environmental.

With the development of this plan mainly aims to be a working tool with which EP Petroecuador, will provide new challenges in the incursion of new products for commercialization in the domestic fuel market, likewise increase their business management for the benefit of the Ecuadorian population.