



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO

FORTALECER EL SECTOR COMERCIAL MEDIANTE LA
IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA COMPAÑÍA
SUNEX S.A., QUE PERMITA POTENCIALIZAR SU MERCADO DE
CONSUMIDORES.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE TECNÓLOGO EN MARKETING INTERNO Y EXTERNO

AUTORA: Cortez Rocha Gina Maritza

TUTOR: Ing. Pavel Madrid

Quito, Octubre 2014



DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Gina Maritza Cortez Rocha

CI. 172703224-3

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Cortez Rocha Gina Maritza**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración de Marketing Interno Externo, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de Marketing Interno Externo, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "FORTALECER EL SECTOR COMERCIAL MEDIANTE LA IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA COMPAÑÍA SUNEX S.A., QUE PERMITA POTENCIALIZAR SU MERCADO DE CONSUMIDORES", el cual incluye la creación y desarrollo de un plan de marketing, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del plan de marketing, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

todos los derechos patrimoniales del plan de marketing descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el plan de marketing por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del plan de marketing por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del plan de marketing; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del plan de marketing; d) Cualquier transformación o modificación del plan de marketing; e) La protección y registro en el IEPI el plan de marketing a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del plan de marketing; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del plan de marketing que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del plan de marketing a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

C.C. N°1727032243

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Gina Maritza Cortez Rocha alumna de la Escuela de Administración Marketing Interno y externo, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico "Cordillera".

Gina Maritza Cortez Rocha

CI. 172703224-3

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

AGREDECIMIENTO

Gracias al Ing. Pavel Madrid, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre a favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



DEDICATORIA

A mis padres Sara y Daniel quienes siempre
estuvieron apoyándome en todos momentos,
quienes son os principales gestores de este
logro.

A todos mis familiares y amigos quienes
siempre estuvieron brindándome sus
consejos y cariño.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR.....	II
DECLARATORIA.....	III
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD	
INTELECTUAL.....	IV
CESIÓN DE DERECHOS.....	VII
AGREDECIMIENTO	VIII
DEDICATORIA	IX
ÍNDICE GENERAL.....	X
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
ABSTRACT.....	XVII
CAPITULO I.....	1
ANTECEDENTES.....	1
1.1 Contexto	2
1.2 Justificación.....	2
1.3 Definición del problema central (Matriz T).....	4
CAPITULO II	6
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	6
2.1 Mapeo de involucrados	7
2.2 Matriz de involucrados.....	8
CAPITULO III.....	10
PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	10

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

3.1	Árbol de Problemas.....	11
3.2	Árbol de objetivos	12
CAPITULO IV		14
ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS		14
4.1	Matriz de análisis de alternativas	15
4.2	Matriz de análisis de impactos de objetivos.....	16
4.3	Diagrama de estrategias	17
4.4	Matriz de marco lógico	19
CAPITULO V		20
PROPUESTA.....		20
5.1	Antecedentes	21
5.1.1.02	Ubicación	21
5.2	Descripción	24
5.3	Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	24
5.3.1	Entorno Local.....	24
5.3.1.02	Proveedores	25
5.3.1.03	Competidores	26
5.3.2	Análisis Interno	27
5.3.3	Objetivos Organizacionales	27
5.3.4	Principios y Valores	28
5.3.5	Gestión Administrativa	29
5.3.5.01	Funciones Departamentales	30
5.3.6	Gestión Operativa.....	30
5.3.7	Marketing	31
5.3.8	Publicidad.....	31
5.3.8.01	Volantes publicitarios.....	32
5.3.8.02	Vallas publicitarias.....	33
5.3.8.03	Página Web	33
5.3.8.04	Tarjetas de presentación.....	36
5.3.8.05	Material POP (Point of Purchase)	37
5.3.8.05.01	Material POP Permanente	37
5.3.8.05.02	Material POP promocional.....	39
5.3.8.06	Imagen corporativa.....	40
5.3.8.06.01	La marca.....	40
5.3.8.06.02	Logotipo	40
5.3.8.06.03	Brochure.....	41
5.3.8.06.04	Papelería.....	41
5.3.8.06.05	Vestimenta.....	42
CAPITULO VI.....		43

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	43
6.1 Recursos	44
6.2 Presupuesto	45
6.3 Cronograma.....	46
CAPITULO VII	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
7.1 Conclusiones	48
7.2 Recomendaciones.....	48
BIBLIOGRAFÍA	50
ANEXOS	51
A-01 Reglamento de la Compañía Sunex S.A.	52
A-02 Cotización para uniformes	59
A-03 Empresa de publicidad.....	60

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz T.....	4
Tabla 2 Matriz de involucrados.....	8
Tabla 3 Matriz de análisis de alternativas	15
Tabla 4 Matriz de análisis de impactos de objetivos	16
Tabla 5 Matriz de marco lógico	19
Tabla 6 Clientes Finales	24
Tabla 7 Clientes corporativos	25
Tabla 8 Proveedor principal	26
Tabla 9 Recursos	44
Tabla 10 Presupuesto	45
Tabla 11 Cronograma.....	46

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapeo de involucrados.....	7
Figura 2 Árbol de problemas.....	11
Figura 3 Espina de pescado.....	12
Figura 4 Árbol de objetivos	13
Figura 5 Diagrama de estrategias	17
Figura 6 Ubicación 1.....	21
Figura 7 Ubicación 2.....	22
Figura 8 Ubicación 3.....	23
Figura 9 Organigrama	29
Figura 10 Gestión operativa.....	31
Figura 11 Servicio.....	24
Figura 12 Volantes publicitarios	32
Figura 13 Valla publicitaria	33
Figura 14 Página Web Inicio.....	33
Figura 15 Página Web Misión.....	34
Figura 16 Página Web Visión	35
Figura 17 Página Web Servicios	35
Figura 18 Página Web Contactos.....	36
Figura 19 Tarjeta de presentación de frente.....	36
Figura 20 Tarjeta de presentación posterior.....	37
Figura 21 Vaso	37

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



Figura 22 Bolsos	38
Figura 23 Camiseta	38
Figura 24 Esferos	38
Figura 25 Agendas	39
Figura 26 Gorras	39
Figura 27 Jarros.....	39
Figura 28 La marca	40
Figura 29 Logotipo.....	41
Figura 30 Hoja membretada.....	41
Figura 31 Sobres	42
Figura 32 Camisa	42

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de tesis propone la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A. ubicada al norte de Quito, la propuesta del proyecto permitirá potencializar su mercado de consumidores.

La Compañía Sunex S.A. necesita brindar un servicio de calidad en Taxi Ejecutivo dentro del Distrito Metropolitano de Quito. En este trabajo se desarrollaran las estrategias de Marketing que necesitaremos para mejorar los ingresos de la Compañía, también permitirá organizar y formalizar el proceso de comercializar su servicio.

La implementación del proyecto es que el gerente de la Compañía Sunex S.A. pueda tener una excelente toma de decisiones en el ámbito del servicio de Taxi Ejecutivo y ofrecer a sus clientes un servicio de calidad, seguridad y puntualidad, esto se lograra trabajando en grupo y venciendo a la competencia.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

ABSTRACT

This thesis project proposes the implementation of a Marketing Plan for the Company Sunex SA located north of Quito, the proposed project will potentiate their consumer market.

The Company Sunex SA need to provide quality service in Executive Taxi within the Metropolitan District of Quito. In this paper marketing strategies will need to improve the income of the Company to develop, it will also allow to organize and formalize the process of marketing your service.

The project implementation is the manager of the Company Sunex SA You may have an excellent decision-making in the field of executive service and offer their customers a quality service, safety and punctuality Taxi; this is achieved by working in groups and beating the competition.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

CAPITULO I

ANTECEDENTES

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

1.1 Contexto

La creación de la Compañía Sunex S.A. comienza en año 2008 con el nombre UNIAMIGOS S.A. todo esto gracias a al Sr. Wilson Murillo quien constituye la compañía con el fin de prestar servicio a la ciudadanía.

En el primer año de funcionamiento la Compañía consta con 10 socios los cuales comienzan prestando el servicio de mensajería, fletes y carreras. En el 2012 la compañía tiene 45 socios lo que deciden cambiar el nombre de UNIAMIGOS S.A. a llamarla Compañía Sunex S.A.

Sunex que significa Su taxi Express que es agradecimiento y homenaje de la amistad y compañerismo de los socios y trabajadores de la compañía, presta servicio en mensajería, fletes y carreras de calidad, comodidad y confiabilidad con el fin de satisfacer la necesidad del cliente y está ubicada al norte de Quito en la calle Oe8 N86-17 y Rumihurco.

1.2 Justificación

El posicionamiento de mercado que la compañía ha alcanzado es muy importante, ya que este les permite mejorar su imagen empresarial y establecer servicio de calidad diferenciado. Por tal razón la Compañía Sunex S.A. de la ciudad de Quito ubicada al norte en la calle Oe8 N86-17 y Rumihurco, debe mejorar su

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

posicionamiento para poder competir con las demás empresas, crecer empresarialmente y no quedarse rezagada.

Analizando los enfoques teóricos y prácticos podremos determinar la dificultad que se desarrolla dentro de la empresa, con el fin de mejorar el posicionamiento de mercado de la Compañía Sunex S.A., mediante la aplicación de conocimientos adquiridos durante la carrera estudiada, lo cual permitirá fundamentar la investigación, para dar una solución al problema.

El realizar esta investigación será de un gran beneficio a la empresa, dando esta una solución viable al problema, por medio de información y los conocimientos necesarios, lo cual permitirá el desarrollo, crecimiento y entorno de la empresa. La finalidad de esta investigación es mejorar la imagen en el mercado sobre la Compañía Sunex S.A. mediante estrategias y mecanismos que permitan alcanzar un crecimiento empresarial y el cumplimiento de los objetivos ya establecidos.

Esta investigación se realiza con el fin de incrementar la cartera de clientes de la Compañía Sunex S.A. y ampliar el servicio para el centro y sur de Quito.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

1.3 Definición del problema central (Matriz T)

Tabla 1 Matriz T

ANÁLISIS DE FUERZA T					
SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
Cierre de la compañía	Baja cartera de clientes				Incremento de cartera de clientes
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Inversión Tecnológica	2	4	4	3	Falta de recurso económico
Capacitación en servicio al cliente	3	4	4	2	Falta de capacitaciones al personal
Imagen Corporativa	2	4	4	2	Falta de Cooperación del personal
Servicio de calidad	3	4	4	2	Mala atención al cliente
Promociones	2	4	4	3	Desconocimiento de Herramientas mercado lógicas
Mayor Publicidad	2	4	4	3	Falta de inversión en publicidad

Fuente: Investigación de Mercado

Autor: Gina Cortez

1.- Muy baja 2.- Baja 3.- Medio 4.- Medio alto 5.- Alto

Análisis:

En la matriz T del proyecto tenemos como problema central la baja cartera de cliente, para solucionar este problema tenemos las siguientes fuerzas impulsadoras: la inversión de tecnología, capacitaciones al personal sobre la atención al cliente, la imagen corporativa, promociones y aumentar la publicidad, con estas fuerzas

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

impulsadoras mejoraremos el problema de la compañía, con el fin de incrementar la cartera del cliente lo cual sería nuestra situación mejorada.

La matriz T nos ayuda a ver la situación mejorada de la empresa si ponemos en marcha el proyecto, lo cual sería el incremento de la cartera de los clientes y si no se implementaría el proyecto la compañía se serrería.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

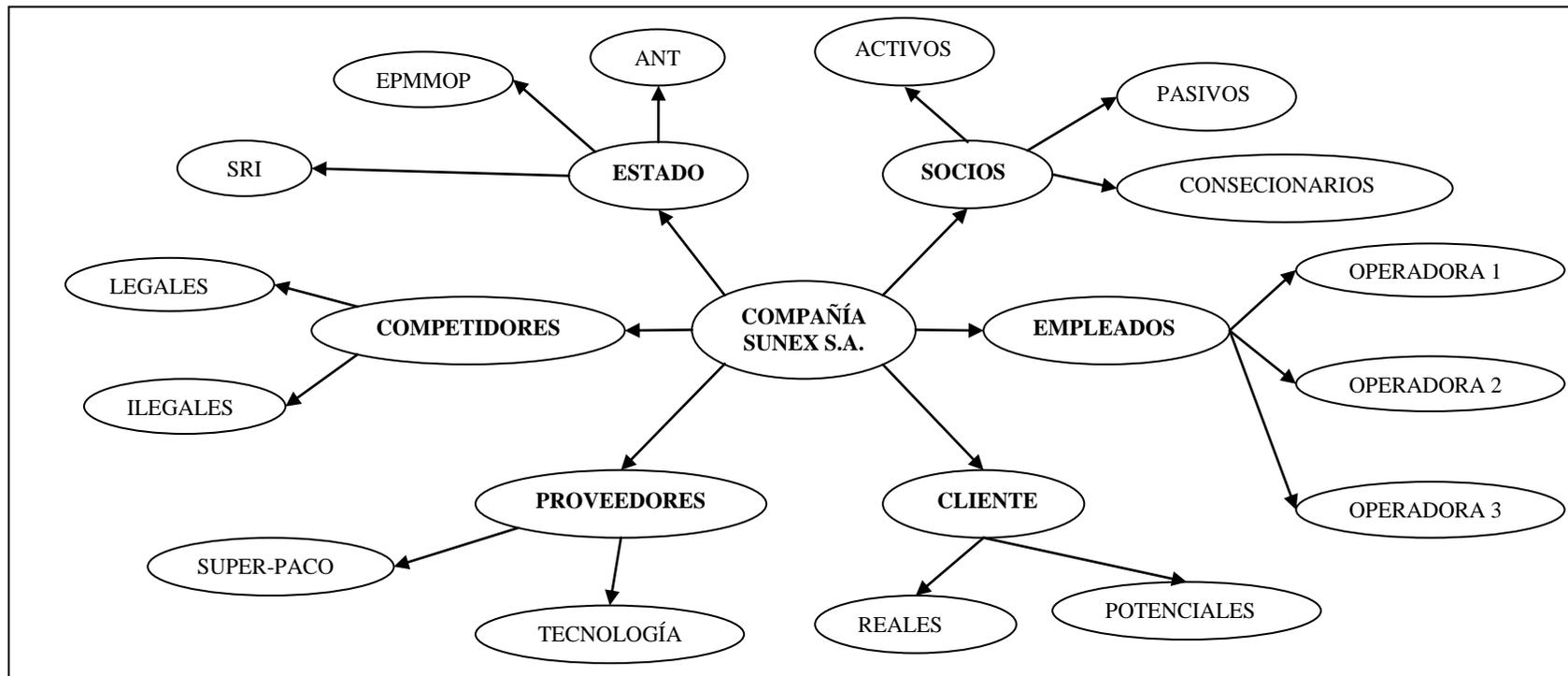
CAPITULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

2.1 Mapeo de involucrados

El mapeo de involucrados es un método que permite identificar a los actores del sistema, tanto directos como indirectos estos ayudaran a la iniciativa del proyecto. **Figura 1 Mapeo de involucrados**



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Análisis:

El mapeo de los involucrados que tiene el proyecto son los siguientes: Directos: el estado, socios, empleados, clientes, proveedores y competidores e Indirectos: el SRI, EPMMO, ANT, socios activos, pasivos, concesionarios, operadores, tecnología y competencia legal e ilegales.

2.2 Matriz de involucrados

La matriz de involucrados nos ayudara a identificar las organizaciones y grupos de personas relacionadas con el proyecto.

Tabla 2 Matriz de involucrados

	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS RECIBIDOS	RECURSOS, MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
ESTADO	Generar mayor productividad	Falta de prestamos	Parte legal	Apoyar al cambio de la matriz productiva. Fomentar el desarrollo de Microempresas	Sanciones tributarias, multas.
COMPETIDORES	Abarcar el mercado insatisfecho	Pérdida de clientes potenciales	Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad vial	Implementación de unidades	No hay suficientes taxis y chóferes con licencias tipo C1

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

PROVEEDORES	Proveer a tiempo un servicio de calidad	No pagar a las empresas puntualmente	Seguridad Vial	Darse a conocer que provee productos o servicios de calidad	Mercadería de dudosa procedencia. Mercado negro
SOCIOS	Empoderamiento de la información por parte de los socios sobre la administración	Cartera vencida Disponibilidad de tiempo Administración inadecuada de los recursos	Retrasos en pagos de mensualidades	Mayor gestión financiera	Desorganización en la toma de decisiones
EMPLEADOS	Buena atención al cliente	No poder ayudarle al cliente con una unidad	Reglamento Interno de la Compañía	Cumplir con el reglamento interno de la compañía	Multas, sanciones internas de la empresa
CLIENTES	Falta de información y conocimiento.	Desinterés por conocer otras cooperativas que prestan servicio de calidad	Filosofía corporativa	Mayor facilidades de adquirir el servicio	Competencia

Fuente: Compañía Sunex S.A.

Elaborado por: Gina Cortez

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



CAPITULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

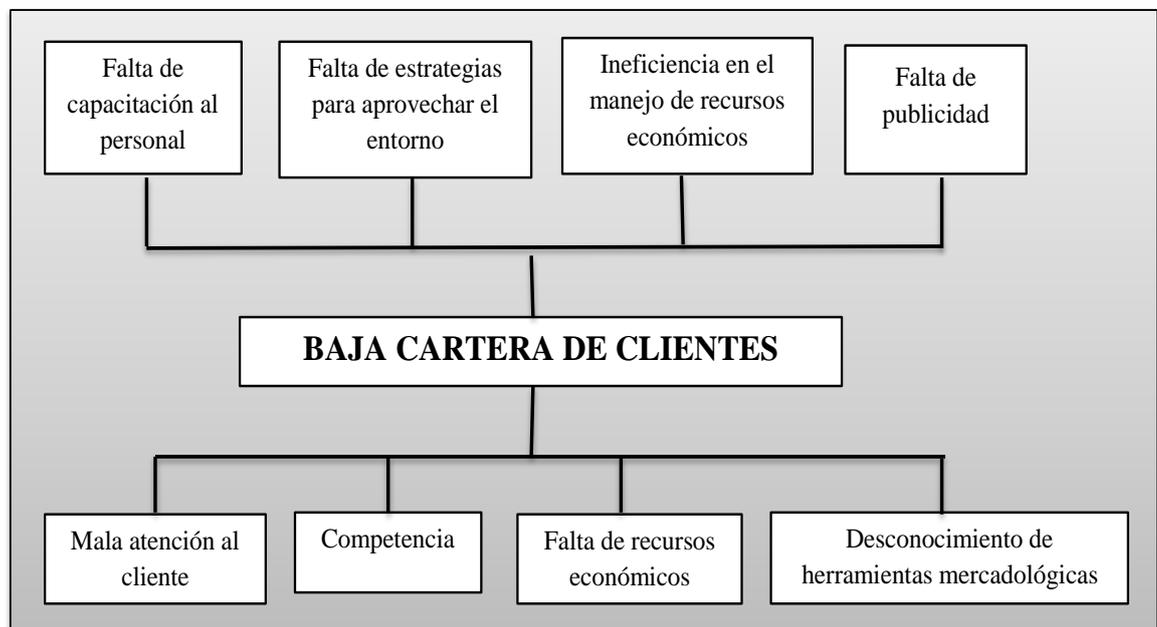
Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

3.1 Árbol de Problemas

Con el árbol de problemas se detectara el problema central por el cual la compañía está pasando, cuáles han sido las causas para que se originen y los efectos que se producido.

El árbol de problemas nos indicara cuales son las causas y efectos que contiene la problemática de la compañía de tal manera que esto ayudara a resolver la situación actual por la cual está pasando la Compañía Sunex S.A.

Figura 2 Árbol de problemas

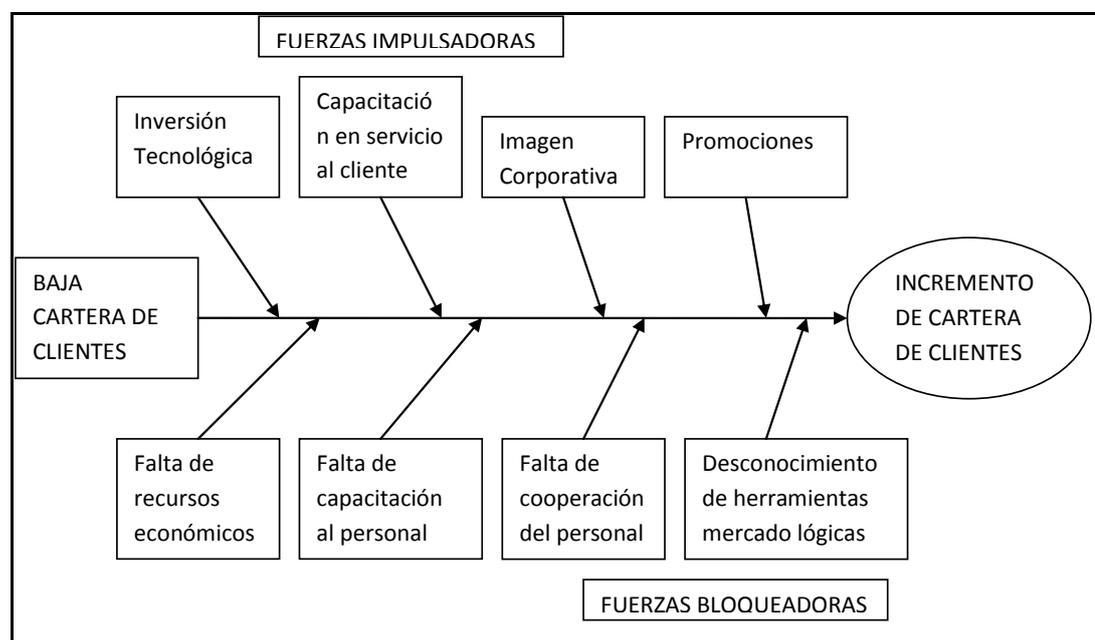


Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

3.1.1 Espina de pescado

La espina de pescado es una herramienta que representa la relación de un efecto del problema central del proyecto y todas las causas que lo ocasionan.

Figura 3 Espina de pescado

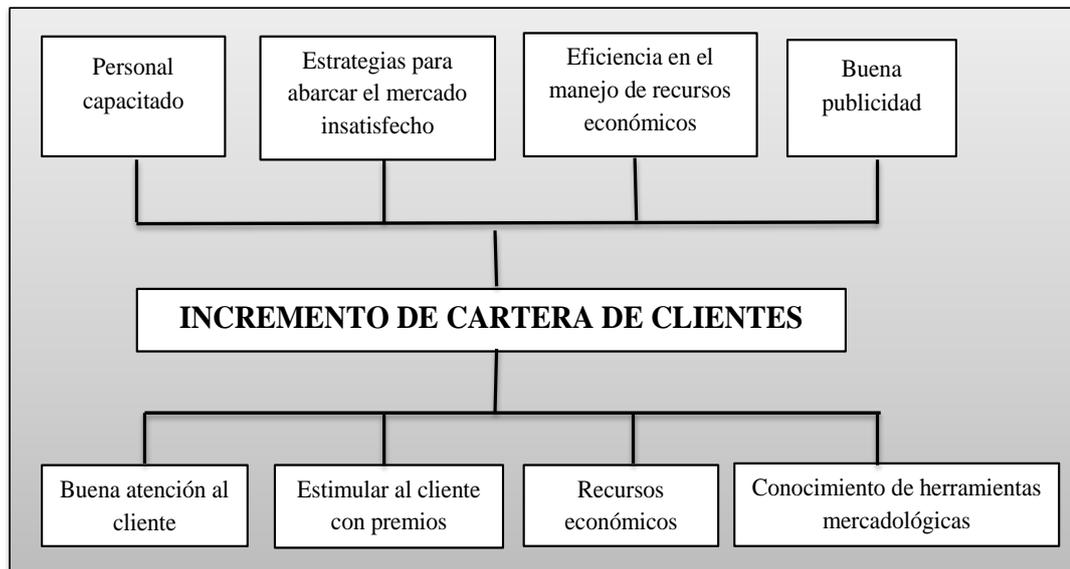


3.2 Árbol de objetivos

Con el árbol de objetivos se detectará el propósito del proyecto y los componentes que nos ayudaran a finalizar el proyecto, también mostraremos los resultados positivos de la problemática de la Compañía, de esta manera solucionaremos el conflicto que existe en ella.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Figura 4 Árbol de objetivos



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



CAPITULO IV

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

4.1 Matriz de análisis de alternativas

Es centralizada con los objetivos principales del problema central del proyecto, de tal manera que se analizara el impacto de los mismos e identificara las soluciones alternativas para evaluar la parte financiera, técnica, política y sociales del proyecto.

Tabla 3 Matriz de análisis de alternativas

MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS							
OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPOSITO	FACIBILIDAD TÉCNICA	FACIBILIDAD FINANCIERA	FACIBILIDAD SOCIAL	FACIBILIDAD POLITICA	TOTAL	CATEGORIAS
Personal capacitado	4	4	4	3	3	18	Media Alta
Estrategias para abarcar el mercado insatisfecho	3	4	4	2	3	16	Media Baja
Eficiencia en el manejo de recursos económicos	4	4	4	3	4	19	Media Alta
Buena publicidad	4	4	4	3	2	17	Media Alta
Buena atención al cliente	5	4	4	2	4	19	Media Alta
Estimular al cliente con premios	4	4	4	3	3	18	Media Alta
Recursos económicos	4	4	4	4	4	20	Alta
Conocimiento de herramientas mercadológicas	4	4	4	3	3	18	Media Alta
TOTAL	32	32	32	23	26	145	

Análisis:

El propósito de la matriz de alternativas es determinar las técnicas que nos permitan desarrollar las actividades, tomando siempre en cuenta los recursos financieros y minimizar los costos del proyecto, dando lugar al personal que labora en la compañía, cumpliendo con los procedimientos y políticas entregadas por el gerente.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Con las herramientas obtenidas de la matriz de alternativas nos permitirán realizar un estudio de los costos financieros y el impacto del proyecto ante la sociedad, ejecutando las políticas de la compañía siendo de gran ayuda para la atomización de los procesos.

4.2 Matriz de análisis de impactos de objetivos

Tabla 4 Matriz de análisis de impactos de objetivos

ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS OBJETIVOS						
OBJETIVOS	FACTIBILIDAD DE LOGRARSE (Alto-Medio-Bajo) (4 - 2 - 1)	IMPACTO EN GÉNERO (Alto-Medio-Bajo) (4 - 2 - 1)	IMPACTO AMBIENTAL (Alto-Medio-Bajo) (4 - 2 - 1)	RELEVANCIA (Alto-Medio-Bajo) (4 - 2 - 1)	SOSTENIBILIDAD (Alto-Medio-Bajo) (4 - 2 - 1)	TOTAL
	Capacitar al personal mínimo 3 veces al año	Trabajar con los dos géneros	Proteger el entorno físico	Llenar las expectativas de los beneficiarios	Fortalecer la participación de los beneficiarios	68 puntos
	Poner una parada para abarcar el mercado	Trabajar con los hombres	Proteger el uso de los recursos	Cercanía con el cliente	Fortalecer el trabajo grupal	0 a 16 BAJA
	Buen manejo de recursos económicos	Trabajar con los dos géneros	Manejar el entorno social	Tener instalaciones propias	Tomar buenas decisiones	17 a 33 MEDIA BAJA
	Tener en cuenta las herramientas mercadológicas	Incrementar el nivel educativo de los dos géneros	Favorecer con la educación ambiental	Los beneficios tendría la compañía	Puede ser una inversión a corto plazo	34 a 50 MEDIA ALTA
	<i>16 puntos</i>	<i>12 puntos</i>	<i>14 puntos</i>	<i>14 puntos</i>	<i>14 puntos</i>	51 a 68 ALTA

Análisis:

La Compañía Sunex S.A., cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas en su análisis de impacto de

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



objetivos, mediante las herramientas mercadológicas que serán necesarios para la organización de la misma.

Los socios de la compañía están de acuerdo en implementar las herramientas mercadológicas.

La compañía contara con personal capacitado para el servicio de Taxi Ejecutivo, como la atención y conocimientos tecnológicos así aumentando los ingresos económicos y fortaleciendo los valores éticos.

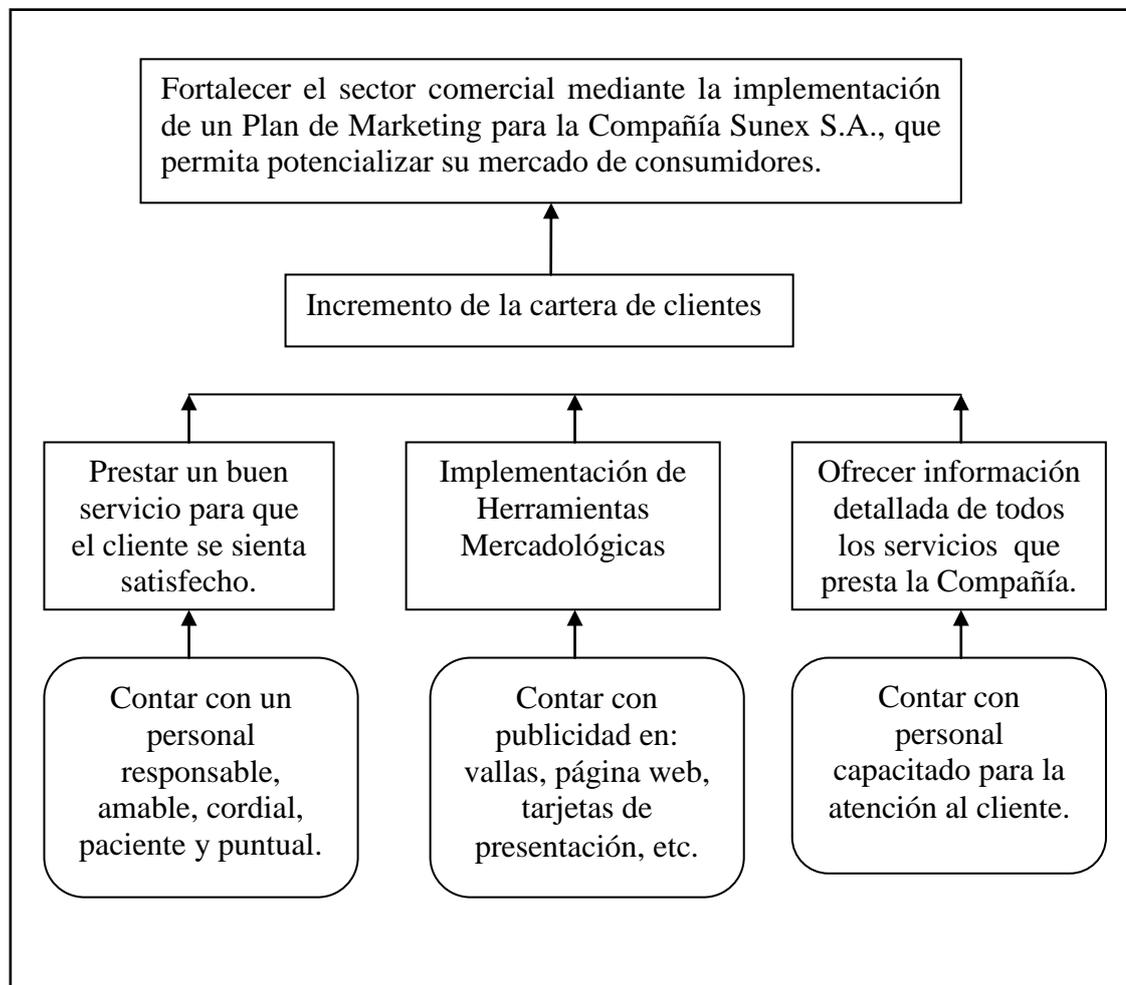
Para que el proyecto funcione correctamente es necesaria que el personal esté capacitado, esto ayudara a que la compañía este organizada internamente y sus procesos se realicen con seguridad y rapidez.

4.3 Diagrama de estrategias

El diagrama de estrategias tiene como finalidad establecer la estructura y el alcance de los objetivos que puedan trazar los trabajadores en forma articulada determinando el límite del proyecto con el fin de determinar las metas y los propósitos de la compañía.

Figura 5 Diagrama de estrategias

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



Análisis:

Con el apoyo de las herramientas mercadológicas tendremos mayor publicidad y los clientes van a conocer los servicios que ofrece la Compañía Sunex S.A.

Al implementar el plan de marketing la compañía contará con mayor publicidad como página Web, publicidad POP, tarjetas de presentación y entre otras.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

4.4 Matriz de marco lógico

La presente matriz de marco lógico nos permite saber que desea lograr en el proyecto, como se alcanzara el propósito y sus componentes, como se preside a medir el éxito de los objetivos, resultados y que recursos son los necesarios para la ejecución del proyecto.

Tabla 5 Matriz de marco lógico

MARCO LÓGICO			
	INDICADORES	VERIFICACIÓN DE MEDIOS	SUPUESTOS
FIN			
Baja cartera de clientes de la Compañía Sunex S.A.	Para el incremento de la cartera de cliente utilizaremos las herramientas mercadológicas	Se puede incluir material de publicidad, inspección visual y por muestreo.	Esto servirá para el incremento económico de la Compañía.
PROPÓSITO			
Elaboración de un Plan de Marketing	Desarrollo del plan de marketing	Hacer la mayor publicidad para que el cliente conozca la compañía y el servicio que ofrecen.	Tener mayor clientela.
PRODUCTO			
Implementación de Herramientas Mercadológicas	La compañía apoyara a la implementación de las herramientas mercadológicas	Entregar la publicidad a clientes.	Hacer rifas por la fidelidad del cliente.
ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA	
Carteles y Volantes			
Valla Publicitaria			
Página Web			
Tarjetas de presentación			
Trípticos			
Material POP			
Calendarios			

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

CAPITULO V

PROPUESTA

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

5.1 Antecedentes

5.1.1.01 Giro del negocio

La Compañía Suntaxi Express Sunex S.A. presta su servicio en Taxi Ejecutivo, está compuesta por cuarenta y siete (47) socios y administran 12 personas. La oficina central está ubicada al norte de Distrito Metropolitano de Quito en el Sector La Roldos Barrio Consejo Provincial Calle OE8 N86-17 y Rumihurco.

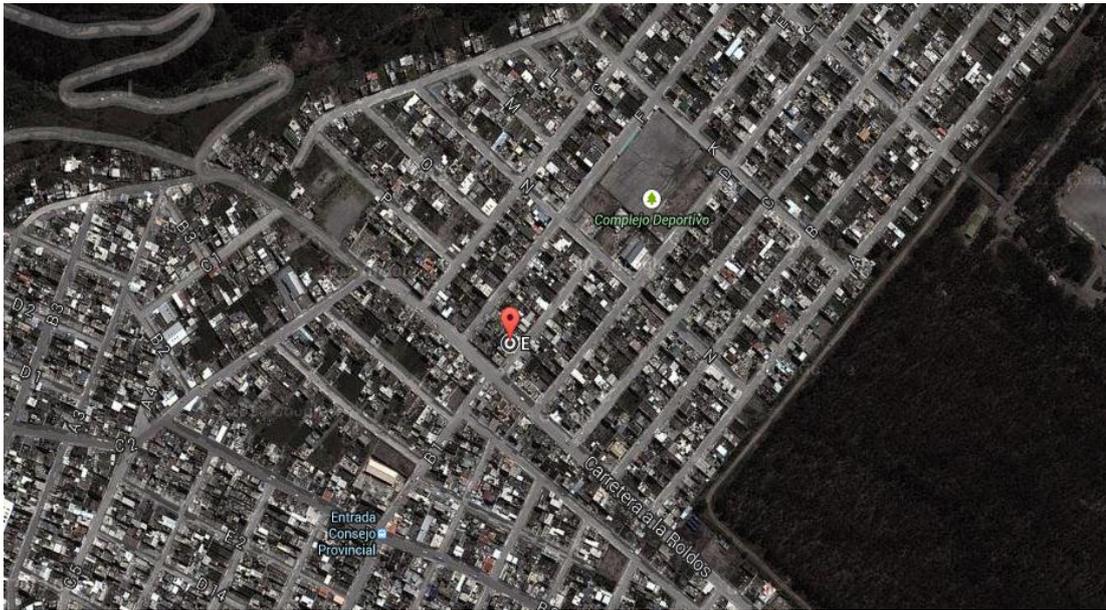
La actividad económica que desempeña, tiene por objetivo prestar un servicio de Taxi Ejecutivo de calidad, seguridad y puntualidad para que su cliente llegue a tiempo a su destino.

5.1.1.02 Ubicación

La Compañía Sunex S.A. está ubicada al norte de Quito en la calle Oe8 N86-17 y Rumihurco, ahí se encuentra la oficina principal, la central y su parada principal o base 1.

Figura 6 Ubicación 1

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

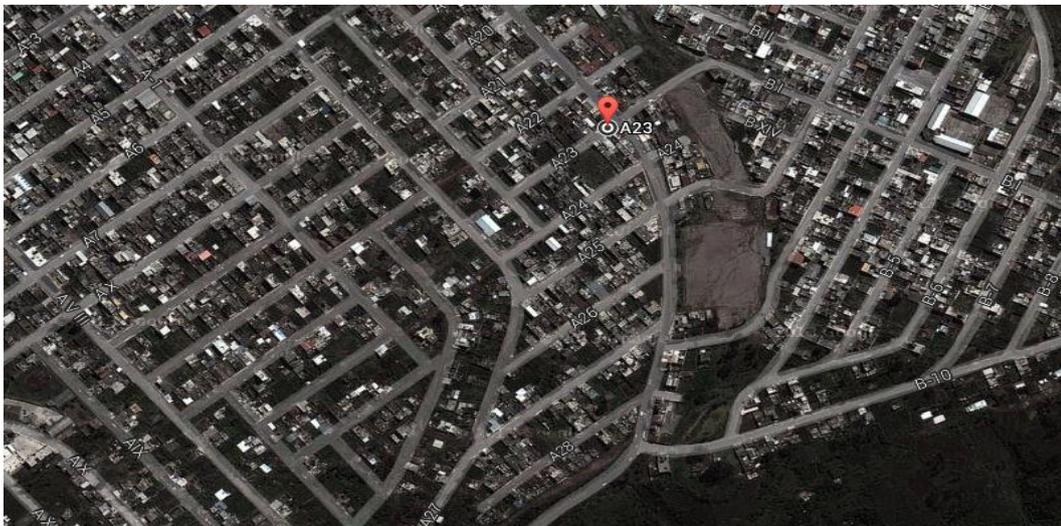


www.google.com.ec/maps/preview

Cuenta con dos paradas más en:

Las cuatro esquinas la calla A23 y A24 esquinero.

Figura 7 Ubicación 2

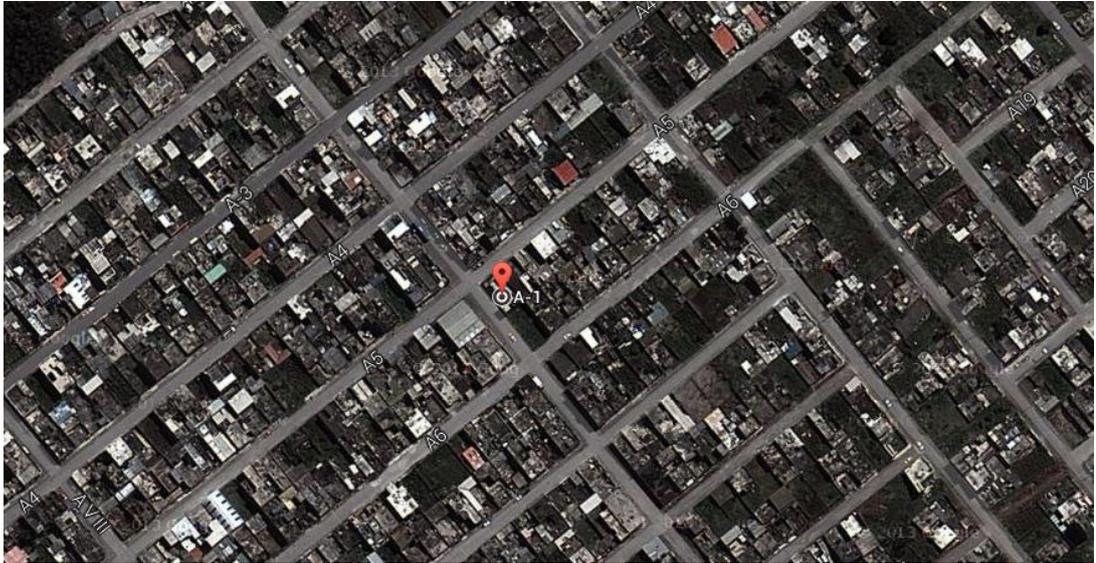


www.google.com.ec/maps/preview

La Planada calle A-1 y la calle A5 esquinero.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Figura 8 Ubicación 3



www.google.com.ec/maps/preview

Los números telefónicos en los cuales pueden adquirir nuestro servicio son:

Convencional 023-381-0726

Celular Claro 099-039-3186

Celular Movistar 099-533-3315

O pueden escribirnos a nuestro correo electrónico:

compañía.sunex@hotmail.com

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

5.2 Descripción

5.2.1 Gestión Comercial

5.2.1.01 Servicio

Figura 9 Servicio

COMPAÑÍA SUNEX S.A.	
FICHA TÉCNICA	
Servicio: Taxi Ejecutivo	
	Tipo de servicios
	Servicio de puerta a puerta
	Servicio dentro y fuera de la ciudad
	Servicio de mensajería

5.3 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

5.3.1 Entorno Local

5.3.1.01 Clientes

5.3.1.01.1 Clientes Finales

Tabla 6 Clientes Finales

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

CLIENTES FINALES	Provincia	Pichincha
	Tipo de ciudad	Media con # de habitantes 1,967,248
	Nivel Social	Medio, Alto
	Enfoque	Empleados privado, públicos, estudiantes, amas de casa y empresarios.
	Ciclo de vida del consumidor	Casados, Soltero, Nido vacío, Nido socio económico.
	Interés	Llegar a tiempo a su destino.
	Tasa de consumo	Frecuente
	Tamaño	Mediana

5.3.1.01.2 Clientes Corporativos

Tabla 7 Clientes corporativos

CLIENTES CORPORATIVOS	Sector	Norte del Distrito Metropolitano de Quito
	Dueño del capital	Públicas, Privadas y Mixtas
	Por su constitución	Sociedades Anónimas, Limitas y Compañías
	Por su naturaleza	Persona Natural

5.3.1.02 Proveedores

5.3.1.02.1 Proveedores Principales

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



Tabla 8 Proveedor principal

PROVEEDOR PRINCIPAL				
Empresa	Servicio	MAIL	Dirección	Teléfonos
Sumitrag	Taxímetro y GPS	infosumitrag.com	6 de Diciembre y Molineros	3496-700

5.3.1.03 Competidores

5.3.1.03.1 Competidores Directos

Los competidores directos son taxis que tienen legalizadas sus compañías hace más de 10 años en el país.

Tabla 9 Competidores Directos

COMPETIDORES DIRECTOS		
Cooperativa	Ubicación	Teléfono
Cooperativa Maran Unido No.74	Av. de la Prensa y Lizardo Ruiz	2-530-241
Encomiencisne S.A.	Panamericana Norte	3-454-911
Cooperativa de Taxis Dammer No.63	Av. El Inca 584	2-404-152
Auto Fast S.A.		2-903-090
Cooperativa de Taxis Santiago No.69	Amancay y Camacaron	2-622-623

5.3.1.03.2 Competidores Sustitutos

Los competidores sustitutos son los taxis ilegales, compañías convencionales periféricos y cooperativas convencionales locales.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

5.3.2 Análisis Interno

5.3.2.01 Propuesta Estratégica

5.3.2.01.1 Misión

La Compañía Suntaxi Express Sunex S.A., ofrece a su clientela un servicio de calidad, comodidad y seguridad, demostrando siempre su experiencia en el servicio de taxi y cumpliendo con las normas de higiene, responsabilidad social y puntualidad.

5.3.2.01.2 Visión

Ser una compañía líder en el servicio de taxi ejecutivo, garantizando siempre la seguridad de nuestros clientes y complaciendo su necesidad de llegar a tiempo a su destino.

5.3.3 Objetivos Organizacionales

5.3.3.01 Objetivo General

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes median un servicio de calidad.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

5.3.3.02 Objetivos Específicos

- ✓ Capacitar permanentemente al personal para alcanzar al éxito.

- ✓ Trabajar en equipo y generar ideas para que Sunex S.A. sea cada día mejor.

- ✓ Despertar confianza en nuestros clientes con el fin de lograr la fidelización.

5.3.4 Principios y Valores

5.3.4.01 Principios

Los principales principios que tiene la Compañía Sunex S.A., es la eficacia, responsabilidad, eficiencia, transparencia y participación por lo cual hace que seamos competitivos.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

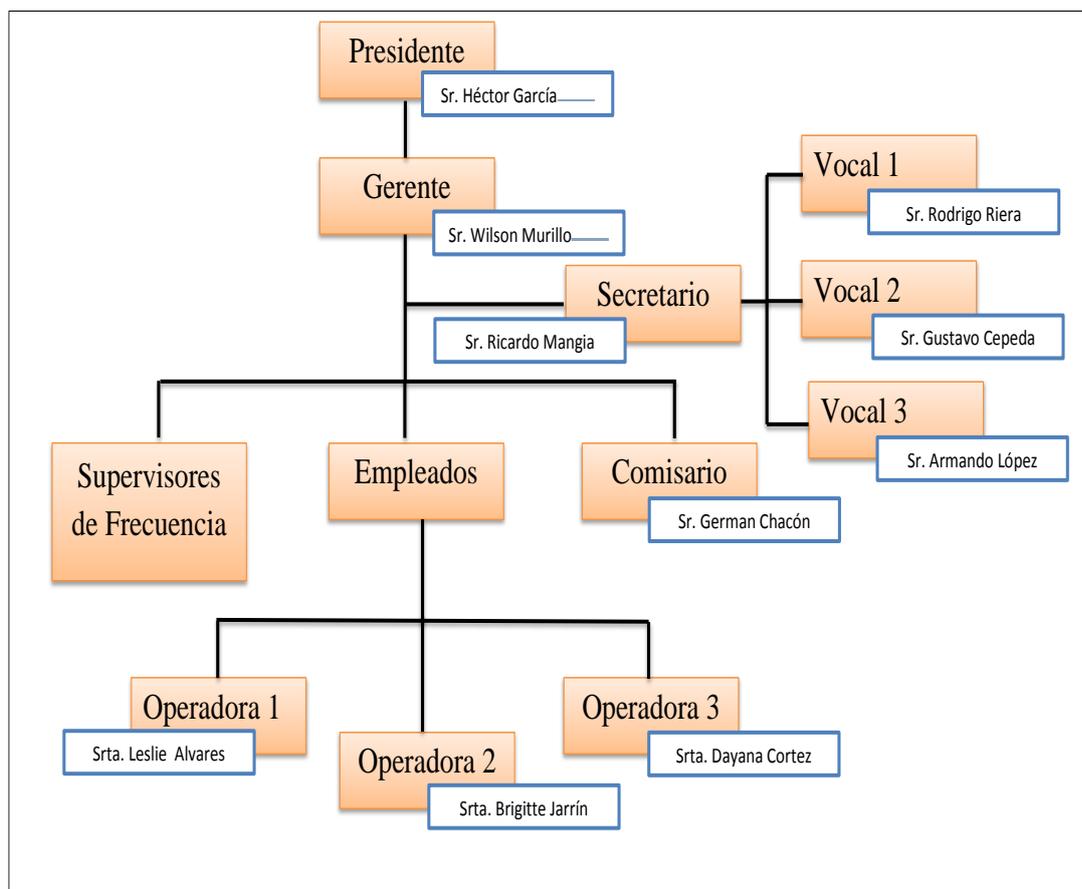
5.3.4.02 Valores

Los valores de la Compañía Sunex S.A., es el respeto, solidaridad, compromiso, honestidad, lealtad y puntualidad con los cuales hace que seamos confiables.

5.3.5 Gestión Administrativa

5.3.5.01 Organigrama

Figura 10 Organigrama



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



5.3.5.01 Funciones Departamentales

PRESIDENTE

- ✓ Analiza los asuntos internos de la compañía

GERENTE

- ✓ Analiza las finanzas de la compañía
- ✓ Realiza todos los trámites legales de la compañía
- ✓ Analiza los oficios de la compañía

SECRETARIO

- ✓ Recepción de oficio
- ✓ Toma nota de las reuniones

VOCALES

- ✓ Ayudan al secretario en caso de ausencia

SUPERVISOR DE FRECUENCIA

- ✓ Controla el uso de la frecuencia
- ✓ Controla la vestimenta según políticas de la compañía
- ✓ Controla el tiempo de frecuencia

COMISARIO

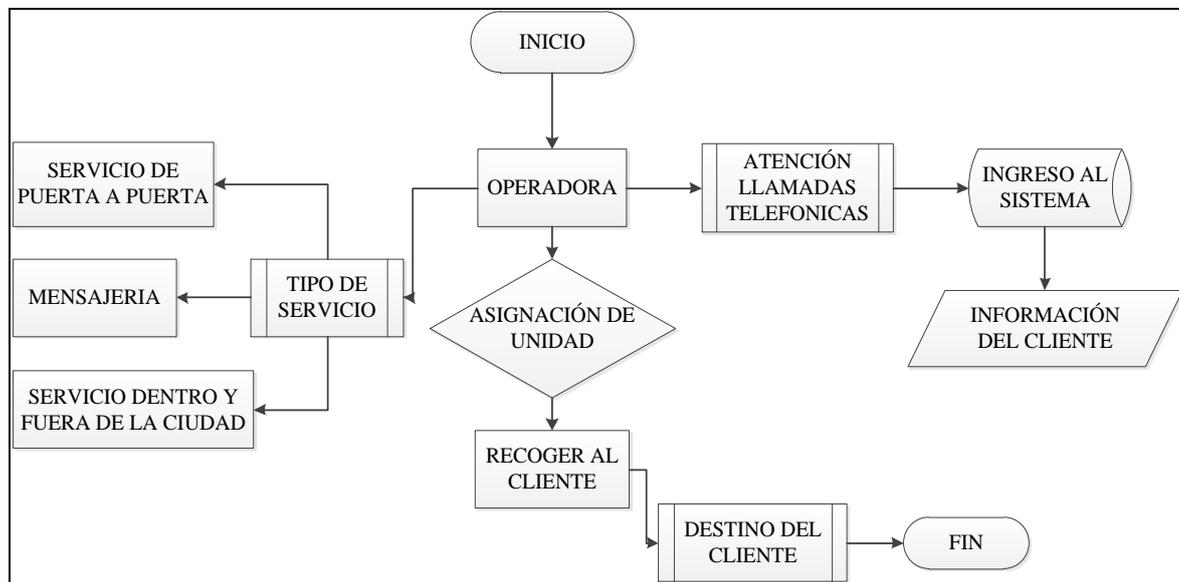
- ✓ Controla los procesos administrativos

5.3.6 Gestión Operativa

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Proceso del servicio de la Compañía Sunex S.A.

Figura 9 Gestión operativa



5.3.7 Marketing

Es proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos. (Kloter, 2008)

5.3.8 Publicidad

La finalidad de utilizar esta estrategia publicitaria es que los clientes conozcan más sobre el servicio de Taxi Ejecutivo. La publicidad está dirigida a todas las personas.

La Ley General de Publicidad define la publicidad como “toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada,

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”. (Cabrerico Elgueta, 2013)

5.3.8.01 Volantes publicitarios

Es una herramienta mercadotécnica utilizada con mucha frecuencia, debido a que da muy buenos resultados y producirlos cuesta muy poco, el éxito que tiene este medio, se logra a gran parte del diseño del mismo y logra llamar la atención del público.

Figura 10 Volantes publicitarios



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

5.3.8.02 Vallas publicitarias

Se encuentra en zonas abiertas, grandes centros comerciales, carreteras y están colocadas en soportes especiales, 24 horas al día y su medida alcanza los 4 y 8 metros de longitud.

Figura 11 Valla publicitaria



5.3.8.03 Página Web

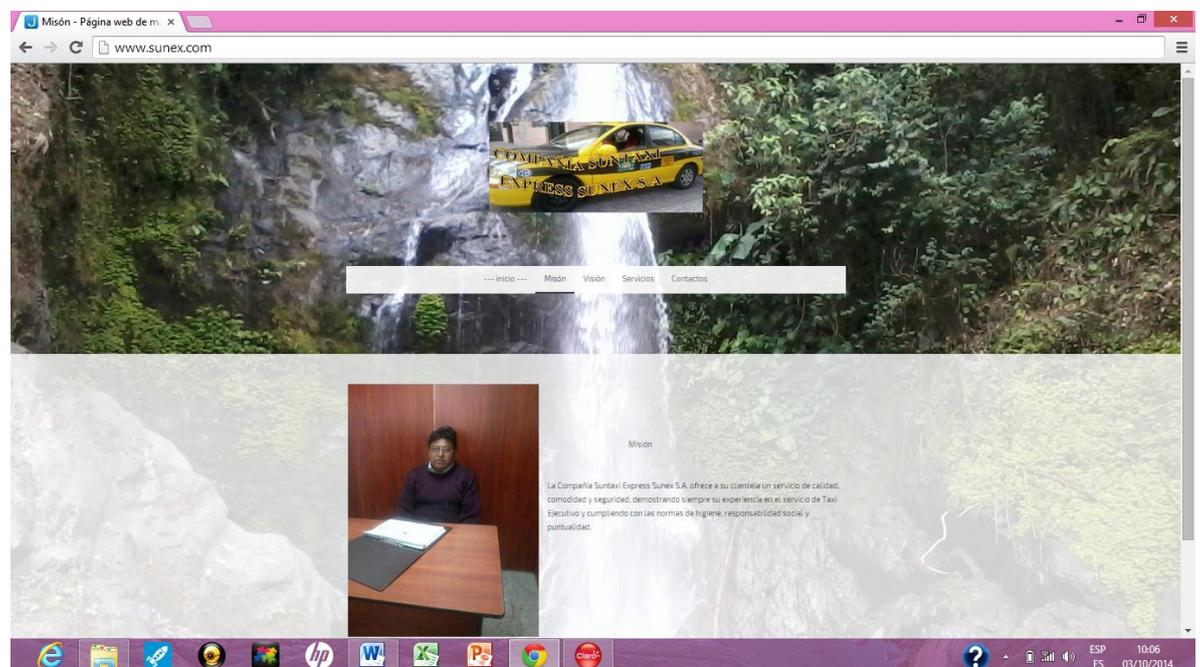
La página Web nos ayuda a tener información de la compañía ya que hay momentos en los cuales necesitamos sus números telefónicos o información adicional.

Figura 12 Página Web Inicio

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



Figura 13 Página Web Misión



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Figura 14 Página Web Visión

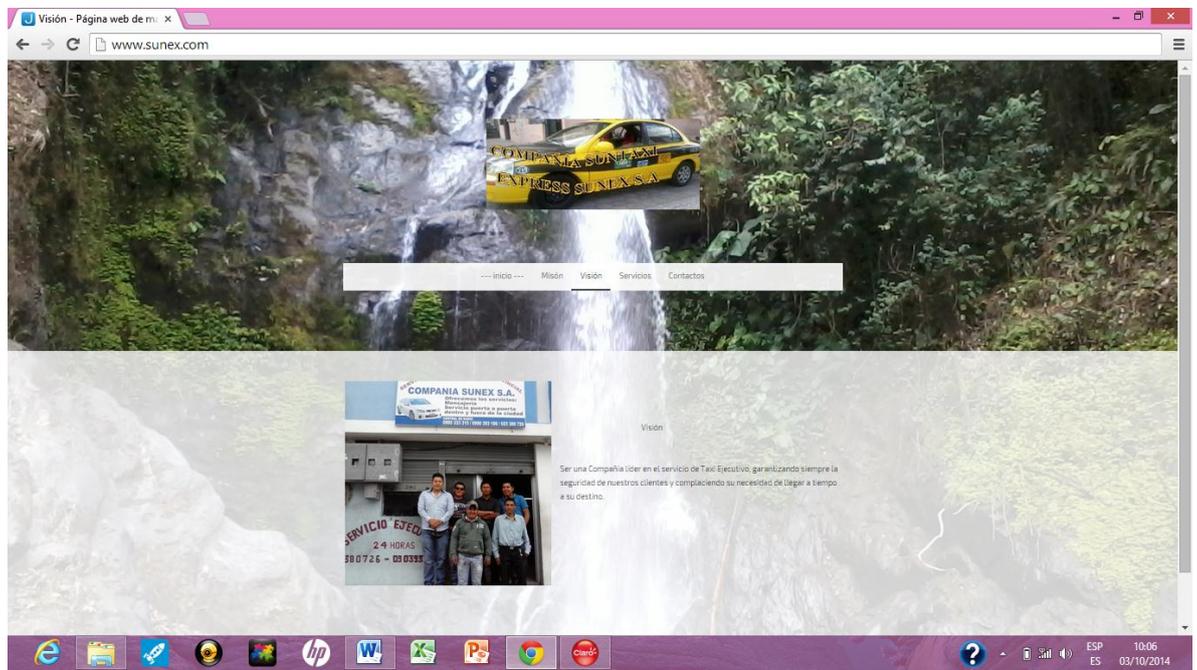
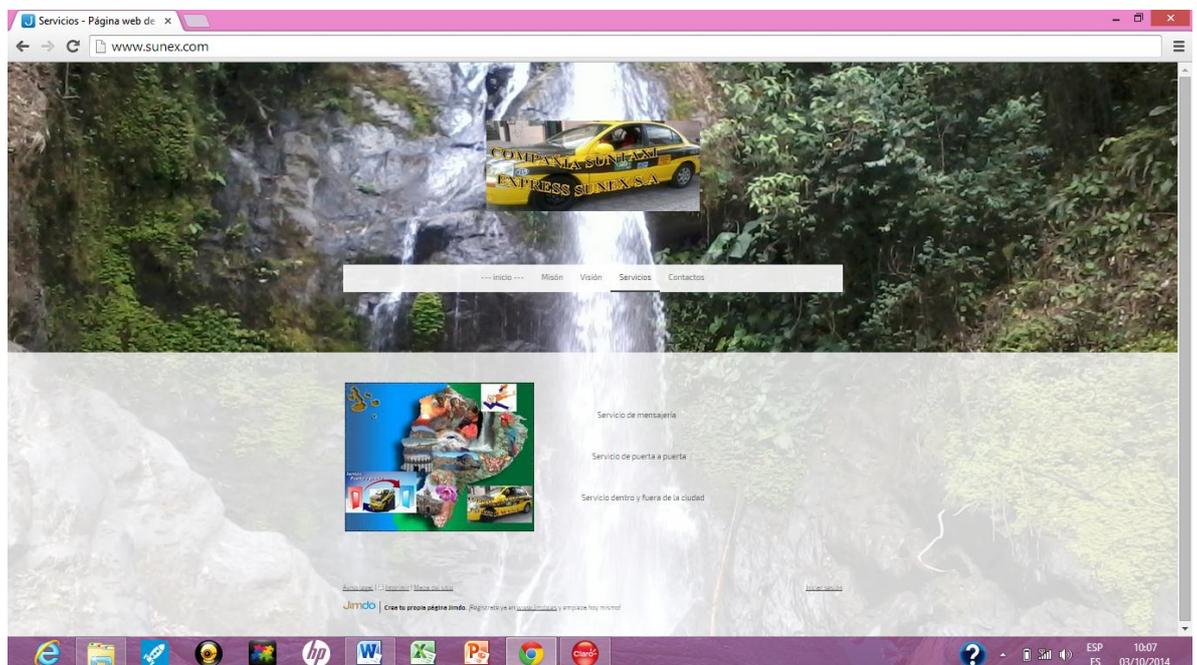


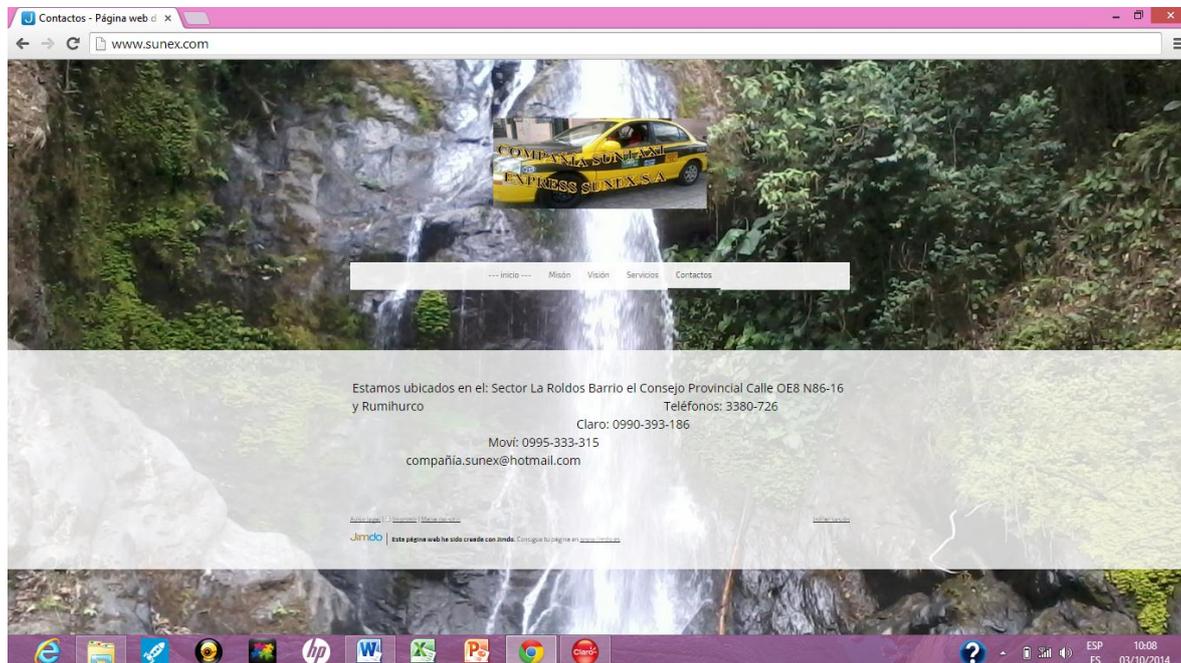
Figura 15 Página Web Servicios



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



Figura 16 Página Web Contactos



5.3.8.04 Tarjetas de presentación

Es la carta de presentación del giro del negocio, su presentación debe ser original y llamativa lo cual hablara del trabajo que eres capaz de realizar.

Figura 17 Tarjeta de presentación de frente



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Figura 18 Tarjeta de presentación posterior



5.3.8.05 Material POP (Point of Purchase)

Se llama material POP o en inglés Point of Purchase que traducido significa punto de compra pero lo llamamos punto de venta o también conocido como PLV que significa publicidad en lugar de venta.

El material POP es todo aquel artículo promocional que un cliente puede retener y que sirva para que la publicidad se vuelva permanente.

5.3.8.05.01 Material POP Permanente

Figura 19 Vaso



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Figura 20 Bolsos



Figura 21 Camiseta



Figura 22 Esferos



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

5.3.8.05.02 Material POP promocional

Figura 23 Agendas



Figura 24 Gorras



Figura 25 Jarros



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

5.3.8.06 Imagen corporativa

Es la carta de presentación de la compañía, la primera impresión que el público tendrá de nosotros, para que esta funcione y ayude a tener confianza de nuestro público debemos tener requisitos básicos: reflejar los valores de la compañía y la personalidad debe estar comunicada en nuestra imagen.

5.3.8.06.01 La marca

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de una empresa y para poder diferenciarlo de los productos o servicios de los competidores.

Figura 26 La marca



5.3.8.06.02 Logotipo

El logotipo debe ser comprensible por el público y atractivo para los potenciales clientes. Por ello, en el momento del diseño deberá considerar tanto a su clientela como a la competencia y el mensaje o idea que desea transmitirlo.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Figura 27 Logotipo

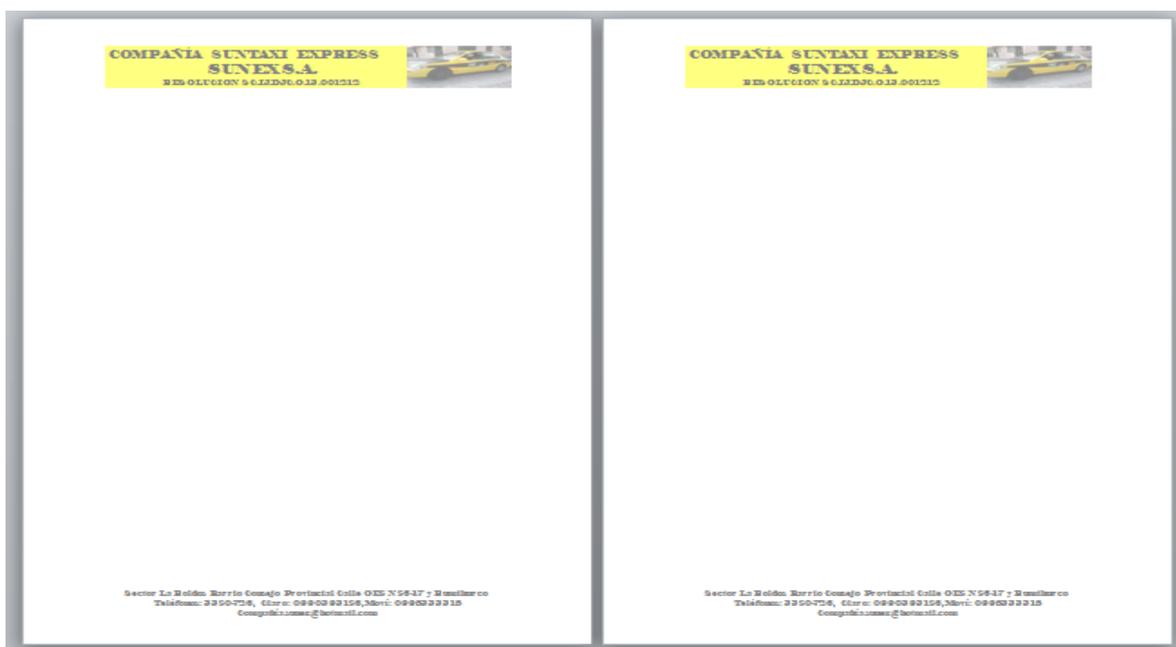


5.3.8.06.03 Brochure

Es la presentación de la compañía median; sobres, carpetas, etiquetas, facturas y hasta la vestimenta de los trabajadores.

5.3.8.06.04 Papelería

Figura 28 Hoja membretada



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

Figura 29 Sobres



5.3.2.06.05 Vestimenta

Accionistas, concesionarios y colaborador, tiene la obligación de trabajar de lunes a viernes con camisa, los fines de semana y feriados con ropa opcional. Según Anexo 1 art 30.

Figura 30 Camisa



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



CAPITULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

6.1 Recursos

Tabla 9 Recursos

RECURSOS HUMANOS			
HUMANO	NOMBRE	ACTIVIDAD	RESPONSABILIDAD
Tutor	Ing. Pavel Madrid	Director de proyecto	Responsabilidad de guiar e instruir
Gerente	Sr. Wilson Murillo	Autoriza el desarrollo del Plan de Marketing	Toma la decisión
RECURSOS ECONOMICOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	1.200,00	1.200,00
Impresora	1	350,00	350,00
Impresiones a color	300	0,25	75,00
Impresiones a B/N	500	0,15	75,00
Internet	8	22,50	180,00
Anillados	2	3,00	6,00
Empastado	1	8,00	8,00
Llamadas telefónicas	10	0,50	5,00
Servicios Básicos	2	10,50	21,00
Tutorías	1	200,00	200,00
Seminario	1	520,00	520,00
Refrigerio	20	1,50	30,00
Transporte	50	0,25	12,50
Alimentación	40	2,75	110,00
VALOR TOTAL			2.792,50

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

6.2 Presupuesto

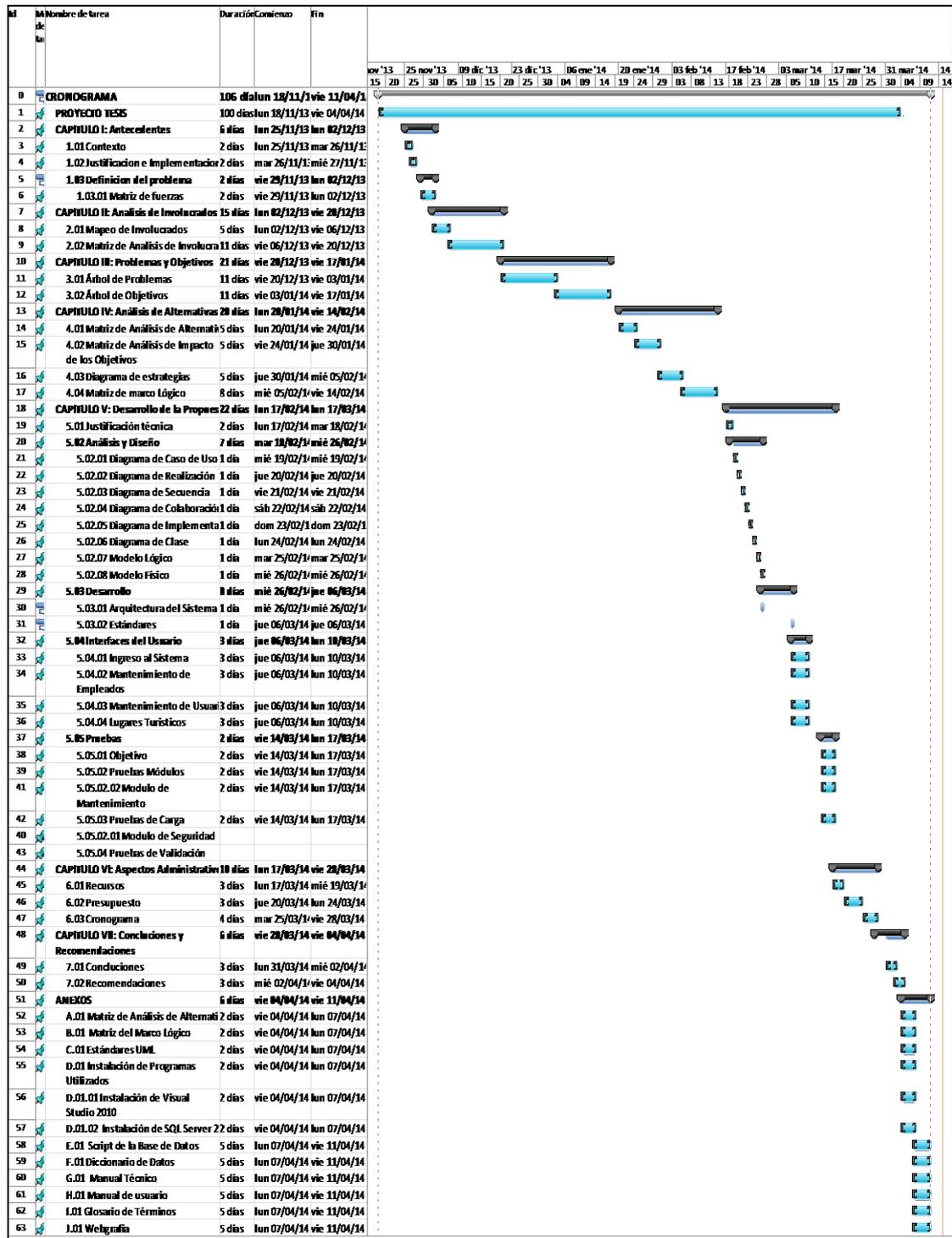
Tabla 10 Presupuesto

PRESUPUESTO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	1.200,00	1.200,00
Impresora	1	350,00	350,00
Impresiones a color	300	0,25	75,00
Impresiones a B/N	500	0,15	75,00
Internet	8	22,50	180,00
Anillados	2	3,00	6,00
Empastado	1	8,00	8,00
Llamadas telefónicas	10	0,50	5,00
Servicios Básicos	2	10,50	21,00
Tutorías	1	200,00	200,00
Seminario	1	520,00	520,00
VARIOS			
Refrigerio	20	1,50	30,00
Transporte	50	0,25	12,50
Alimentación	40	2,75	110,00
VALOR TOTAL			2.792,50

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

6.3 Cronograma

Tabla 11 Cronograma



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

7.1 Conclusiones

Concluimos que la presente investigación nos ayudó en lo siguiente:

- Con la implementación del Plan de Marketing la Compañía Sntaxi Express Sunex S.A. mejorar su servicio para los clientes a través de estrategias de marketing.
- Utilizaremos las estrategias de marketing para el posicionamiento de la Compañía Sntaxi Express Sunex S.A.
- Capacitaremos al personal para la buena atención al cliente y a la directiva para la mejora de tomas de decisiones.

7.2 Recomendaciones

Con el fin de poder cumplir con los requisitos de la Compañía Sntaxi Express Sunex S.A se recomienda:

- Capacitar al personal constantemente para la buena atención al cliente.
- Utilizar las herramientas mercadológicas para incrementar la cartera de clientes.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



- Implementa el plan de marketing para el mejoramiento de la Compañía Sunex S.A.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

1. Kloter, P. (2008). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Mexicana.
2. Cabrerico Elgueta, M. (09 de 07 de 2013). mailxmail.com. Obtenido de www.mailxmail.com/curso-publicidad-instrumento-marketing/que-es-publicidad-definición-concepto
3. Cruan, J. (1 de Septiembre de 2011). *Estrategias de Marketing para tu negocio*. Recuperado el 04 de Octubre de 2014, de <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/tipos-estrategias-marketing.html>
4. Muñoz González, R. (1987). *CEF.-MARKETING XXI*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2014, de *Marketing en el Siglo XXI*. 3^a Edición: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
5. Sancho, L. (18 de Febrero de 2013). *Oreste Social Media*. Recuperado el 1 de Octubre de 2014, de <http://www.orestesocialmedia.com/5-tipos-de-estrategia-de-marketing-online/>



ANEXOS

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

A-01 Reglamento de la Compañía Sunex S.A.

REGLAMENTO PARA EL SISTEMA OPERATIVO DE RADIO FRECUENCIA DE LA COMPAÑÍA SERVICIO EJECUTIVO "SUNTAXI EXPRESS SUNEX S.A."

Quito, 16 de mayo del 2013

ESTE DOCUMENTO TIENE COMO OBJETIVO EXPRESO DE REGLAMENTAR Y REFORMAR LAS LEYES NORMATIVAS Y DISCIPLINARIAS PARA EL BUEN USO Y FUNCIONAMIENTO DE LA CENTRAL DE RADIO FRECUENCIA APLICABLE PARA LOS ACCIONISTAS ,CONSESIONARIOS, COLABORADORES Y OPERADORES /AS .

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

ART.1: TODAS LAS UNIDADES DEBEN CONTAR CON SU RESPECTIVO EQUIPO DE RADIO FRECUENCIA UHF "450.600 MHZ Y 515.600MHZ".

ART.2: TODAS LAS UNIDADES DEBERAN COLABORAR CON LA CENTRAL CUANDO LA MISMA LO REQUIERA.

ART.3: TODA UNIDAD DEBERA CONTAR CON LA RESPECTIVA PUBLICIDAD UBICADA DE LA SIGUIENTE MANERA:

- a) EN EL PARABRISAS DELANTERO PARTE SUPERIOR DERECHA (LADO DEL CONDUCTOR) Y HORIZONTALMENTE SE PONDRAN LOS NUMEROS ASIGNADOS POR LA FRECUENCIA.
- b) EN EL PARABRISAS POSTERIOR PARTE SUPERIOR IZQUIERDA Y HORIZONTALMENTE SE PONDRAN LOS NUMEROS ASIGNADOS POR LA FRECUENCIA.
- c) EN LOS GUARDAFANGOS POSTERIORES UBICADOS A AMBOS LADOS LA PUBLICIDAD EN EL MODELO ESCOGIDO POR LA COMISION DE FRECUENCIA BAJO LAS DIMENSIONES DESCRITAS POR LA SECRETARIA DE MOVILIDAD (EMMOP)

ART.4: TODAS LAS LLAMADAS RECIBIDAS POR LA CENTRAL PARA REALIZAR CARRERAS A DOMICILIO SE LLAMARAN "QSY" O 1048 Y DEBERAN SER LANZADAS AL AIRE A FIN DE QUE TODOS LOS ACCIONISTAS, CONSESIONARIOS Y COLABORADORES TENGAN LA MISMA OPORTUNIDAD DE BRINDAR EL SERVICIO REQUERIDO.

ART.5: UNA VEZ LANZADA LA "QSY" O 1048 DEBERA REPORTARSE LA UNIDAD QUE SE ENCUENTRE PUNTERA EN LA BASE 1 SIEMPRE Y CUANDO TENGA QUE RETIRAR AL CLIENTE 1046 A LA ROLDOS, CONSEJO, PISULI BASE 2 COLINAS SAN ENRIQUE DE VELASCO CUATRO ESQUINAS BASE 3 PLANADA Y RANCHO ALTO FUERA DE AQUELLOS PERIMETROS APLICARA LA UNIDAD QUE DE MENOS TIEMPO DE AL 1020.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



ART.6: LAS UNIDADES QUE SE ENCUENTREN SUSPENDIDAS NO PODRAN MODULAR A MENOS QUE SEA UN 1060.

ART.7: CUANDO LA CENTRAL ESTE TRABAJANDO CON OTRA INSTITUCION Y AMERITE UTILIZACION DE VOUCHERS DEBERAN SER PERSONAL CON SU NUMERO DE UNIDAD Y SU RESPECTIVA AUTORIZACION CASO CONTRARIO NO SE RECONOCERA EL VALOR RESPECTIVO.

CAPITULO II OBLIGACIONES Y DERECHOS

ART.8: CUMPLIR CON LAS OBLIGACIONES ECONOMICAS CON LA COMPAÑÍA MENSUALMENTE, ACCIONISTAS QUE NO HAYA CANCELADO LOS PRIMEROS 10 DIAS DE CADA MES POR ADELANTADO EL VALOR DE LA FRECUENCIA, SERA SUSPENDIDO HASTA QUE SE PONGA AL DIA CON SUS HABERES.

ART.9: ES OBLIGACION DE TODOS LOS ACCIONISTAS ASISTIR AL SITIO DE TRABAJO BIEN PRESENTADOS.

ART.10: ES OBLIGACION ACTIVAR EL TAXIMETRO AL MOMENTO QUE EL CLIENTE SE EMBARCA EN LA UNIDAD.

ART.11: ES OBLIGACION PEDIR PERMISO A LA CENTRAL PARA REALIZAR CUALQUIER "QTC" O 10.5.

ART.12: ES OBLIGACION DE TODOS LOS ACCIONISTAS PONERSE "QAP" "QRT" INCLUYENDO EN SU REPORTE EL NUMERO DE "QRZ".

ART.13: ES OBLIGACION QUE TODAS LAS UNIDADES REPORTADAS A LAS "QSY" DARAN TIEMPOS REALES LOS MISMOS QUE SERAN CONTROLADOS POR LA CENTRAL Y POR LOS SUPERVISORES DE FRECUENCIA.

ART.14: ES OBLIGATORIO REPORTARSE A LAS "QSY" LOS ACCIONISTAS COLABORADORES Y CONSESIONARIOS DE SU RESPECTIVA UNIDAD Y SI REALIZAN UNA "QSO" TIENE QUE REPORTARSE A LA SALIDA Y A LA ENTRADA DE LA CIUDAD, DE IGUAL MANERA CUANDO REALICE UNA "QSY" CON "B1" PARA SU RESPECTIVO SEGUIMIENTO (1061).

ART.15: ES OBLIGACION DE TODAS LAS UNIDADES TENER UNA GUIA TURISTICA DE LA CIUDAD DE QUITO ACTUALIZADA, LIBRETA DE APUNTES, ESFERO TARIFA DE VIAJES Y REGLAMENTO INTERNO LOS MISMOS QUE PODRAN SER SUJETOS DE VERIFICACION POR PARTE DE CUALQUIER SUPERVISOR DE FRECUENCIA.

ART.16: ES OBLIGACION DE CADA ACCIONISTAS CUMPLIR A CABALIDAD LOS TURNOS DE CONTROL ASIGNADOS POR LA COMISION DE FRECUENCIA.

ART.17: ES OBLIGACION DE CADA ACCIONISTAS COMPLETAR (60) COMO MINIMO DE 1048 MENSUAL ASIGNADO POR LA CENTRAL DE FRECUENCIA.

ART.18: ES OBLIGACION DE TODAS LAS UNIDADES TENER SU EQUIPO EN PERFECTO FUNCIONAMIENTO Y ADEMAS QUE PUEDA CODIFICAR; DE IGUAL MANERA SU RESPECTIVO CODIGO DE LA UNIDAD.

ART.19: ES DERECHO DE CADA ACCIONISTA, COLABORADOR Y CONSESIONARIO REALIZAR CUALQUIER TIPO DE RECLAMO AL SUPERVISOR DE FRECUENCIA (B a B) O POR ESCRITO SI FUERA EL CASO Y ACOGERSE A SU DERECHO DE DEFENSA.

ART.20: ES DERECHO DE TODOS LOS ACCIONISTAS, COLABORADORES Y CONSESIONARIOS SOLICITAR EL 1060 SI LA SITUACION LO AMERITA ADEMAS AL RESTO DE UNIDADES QUE SE ENCUENTREN EN EL 1020 ACUDIR AL LLAMADO DEL COMPAÑERO QUE LO SOLICITE, Y SOLO LOS SUPERVISORES ESTAN AUTORIZADOS PARA MODULAR EN EL 1060.

CAPITULO III PROHIBICIONES

ART.21: QUEDA COMPLETAMENTE PROHIBIDO UTILIZAR DIMINUTIVOS Y CODIGOS QUE NO CONSTEN EN EL REGLAMENTO DE FRECUENCIA.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



ART.22: QUEDA PROHIBIDO INTERFERIR EN LA CENTRAL CUANDO SE ESTA LANZANDO EL 10-48 DANDO "QTC" A LAS UNIDADES, O CUANDO LAS UNIDADES ESTAN SOLICITANDO EL 10-20 O 10-60.

ART.23: ES PROHIBIDO SOLICITAR EL 10-66 A LA CENTRAL O A CUALQUIER OTRA UNIDAD DENTRO DEL PERIMETRO URBANO SE DEBE APLICAR EL TX, PARA LAS "QSO" SE TOMARA COMO REFERENCIA EL LISTADO DE TARIFAS EMITIDO POR LA CENTRAL PUDIENDO COBRARSE EL 10-66 A MUTUA CONVENIENCIA.

ART.24: ES PROHIBIDO QUEDARSE CON EL MICROFONO ACCIONADO DESPUES DE HABERSE REPORTADO.

ART.25: QUEDA TERMINANTEMENTE PROHIBIDO A MODULAR PERSONAS NO AUTORIZADAS DE LA UNIDAD.

ART.26: QUEDA PROHIBIDO REALIZAR TODO TIPO DE RECLAMOS POR LA FRECUENCIA.

ART.27: QUEDA TERMINANTEMENTE PROHIBIDO REALIZAR LOS QTC INNECESARIOS O 10-14 O EN CASO EMERGENTE DEBERA AUTORIZAR LA CENTRAL EN FORMA DIRECTA Y RAPIDA.

ART.28: QUEDA PROHIBIDO A TODOS LOS ACCIONISTAS, CONSESIONARIOS Y COLABORADORES ACERCARSE A LA CENTRAL SIN MOTIVO ALGUNO SIN SER SOLICITADO POR LA DIRECTIVA, LOS SUPERVISORES, EN CASO EMERGENTE DE LA CENTRAL O PARA REALIZAR TRAMITES.

ART.29: UNIDADES QUE NO SE ENCUENTREN EN PERFECTAS CONDICIONES MECANICAS Y FISICAS, SERAN LLAMADAS LA ATENCION Y TENDRAN PLAZO DE 15 DIAS PARA REPARAR LOS DAÑOS DE DICHA UNIDAD 1034 HASTA QUE PONGA 10-02.

ART.30: ACCIONISTAS CONCESSIONARIO Y COLABORADOR, TIENEN LA OBLIGACION DE TRABAJAR DE LUNES A VIERNES CON CAMIZA, LOS FINES DE SEMANA Y FERIADOS ROPA OFCIONAL. Y SERAN SANCIONADOS POR PRIMERA VES CON 1034 POR CEGUNDA VES CON EL ART.31.

SANCIONES EN EL SISTEMA OPERACIONAL DE LA CENTRAL DE RADIO

TODA SANCION PODRAN SER APELADA POR ESCRITO Y EN EL SIGUIENTE ORDEN GERARQUICO ANTE EL SUPERVISOR, COORDINADOR, COMISION DE FRECUENCIA DEPENDIENDO DE LAS CAUSALES.

TODAS LAS SANCIONES SERAN APLICADAS CON LA SUSPENSIÓN DE FRECUENCIA DESDE EL MOMENTO EN QUE SE PRODUCE LA INFRACCION A EXCEPCION DEL ART.17.

ART.31: TODAS LAS UNIDADES QUE INFRINGIEREN LAS DISPOSICIONES GENERALES Y LAS OBLIGACIONES SERAN SANCIONADAS POR EL INCUMPLIMIENTO DE ESTAS DE ACUERDO A LA SIGUIENTE TABLA A EXCEPCION DEL ART.17.

PRIMERA VEZ	3 HORAS	\$2,00
SEGUNDA VEZ	6 HORAS	\$4,00
TERCERA VEZ	12 HORAS	\$6,00
CUARTA VEZ	4 DIAS	\$10,00

QUINTA VEZ SE PASARA UN INFORME AL DIRECTORIO DE LA COMPAÑÍA Y HASTA QUE EL MISMO NO EMITA SU SANCION SE MANTENDRA SUSPENDIDO SIN EVADIR RESPONSABILIDAD ECONOMICA.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



ART.32: LAS UNIDADES QUE INFRINGIEREN EN EL 10-80, 10-14,10-81 Y 1063 Y TIEMPOS SERA SANCIONADO CON EL ART.31.

ART.33: LAS UNIDADES QUE SE REPORTAREN CON ACOMPAÑAMIENTO O EN CONDICION 10-12 SERAN SANCIONADAS COMO EL ART.31 EXCEPTO SI A SOLICITADO PERMISO A LA CENTRAL Y SI NO HAY UNIDADES DISPONIBLES PARA CUBRIR EL 10-48.

ART.34: LAS UNIDADES QUE NO RETIREN AL CLIENTE Y DEN UN MALTRATO AL CLIENTE SERAN SANCIONADOS CON EL ART.31.

ART.35: LAS UNIDADES QUE SE RETIREN DEL 1020 SIN ESPERAR LA AUTORIZACION DE LA CENTRAL SERAN SANCIONADAS CON EL ART.31.

ART.36: LAS UNIDADES QUE LABOREN CON CELULARES O CON TARJETAS PERSONALES PARA REALIZAR UN 10-54 CON CLIENTES DE LA CENTRAL Y SEAN DETECTADAS POR LAS RESPECTIVAS AUTORIDADES DE LA COMPAÑÍA SERAN SANCIONADOS CON LO QUE DISPONE EL ART.37 DEL PRESENTE REGLAMENTO Y SERA DECLARADO COMO DISOCIADOR.

ART.37: POR CAUSAR 10-54, MODULAR FL, O POR FALTA DE PALABRA U OBRA A LOS DIRIGENTES O ENTRE COMPAÑEROS SERAN SANCIONADOS POR:

PRIMERA VEZ	4 DIAS	\$10,00
SEGUNDA VEZ	8 DIAS	\$15,00
TERCERA VEZ	15 DIAS	\$30,00

ART.38: LOS ACCIONISTAS QUE INCUMPLAN CON EL ART.30 SERAN SANCIONADOS CON \$ 10 (AMERICANOS)

ART.39: LAS UNIDADES QUE SE ENCUENTREN SUSPENDIDAS Y REINCIDIERAN EN LOS ARTICULOS MENSIONADOS ANTERIORMENTE SERAN SUSPENDIDAS POR:

PRIMERA VEZ 15 DIAS

SEGUNDA VEZ SE MANDARA UN INFORME AL DIRECTORIO DE LA COMPAÑÍA Y HASTA QUE EL MISMO NO EMITA UNA SANCION SE MANTENDRA SUSPENDIDO SIN EVADIR LA RESPONSABILIDAD ECONOMICA.

ART.40: EN CASO DE ROBO, PERDIDA, O DAÑO DE LOS EQUIPOS TENDRAN UN PLAZO MAXIMO DE TREINTA (30) DIAS A PARTIR DEL DIA QUL SE PRODUJO EL INCIDENTE EL CUAL

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



DEBERA DAR AVISO AL SUPERVISOR DE FRECUENCIA PARA NO INCURRIR EN LOS ARTS. 1, 12, 17, 18, 29 O EN CASO DE FUERZA MAYOR POR CALAMIDAD DOMESTICA Y CON SU RESPECTIVA CERTIFICACION SE LES DARA UN PLAZO MAYOR DE SESENTA (60) DIAS.

CAPITULO IV DE LAS OPERADORAS

ART.41: LAS SEÑORITAS (ES) OPERADORAS (ES) TIENEN LA RESPONSABILIDAD DE CUMPLIR Y HACER CUMPLIR A CABALIDAD LAS DISPOSICIONES Y LOS ARTICULOS ANTERIORES ADEMAS DE CONDUCIR LA CENTRAL DE LA MANERA MAS RESPETUOSA Y AGIL POSIBLE.

OBLIGACIONES

- a) ESTAN EN LA OBLIGACION DE CUMPLIR CON SU HORARIO DE TRABAJO
- b) ESTAN EN LA OBLIGACION DE REGISTRAR LLAMADAS TELEFONICAS Y SI HUBIEREN MENSAJES PARA LAS UNIDADES PASARLO USANDO LOS CODIGOS REGLAMENTADOS.
- c) REPARTIR LAS CARRERAS EN FORMA EQUITATIVA TOMANDO EN CUENTA EL REPORTE "QAP" (Hasta el cambio de sistema operativo)
- d) UBICAR A LAS UNIDADES EN EL 10-20 SI ESTAS LO SOLICITAN
- e) TIENEN LA OBLIGACION DE REGISTRAR LAS UNIDADES QUE SE ENCUENTREN "QAP" O "QRT".
- f) ES OBLIGACION DE CADA OPERADORA (OR) REALIZAR EL ASEO DE LA CENTRAL Y EL CUERPO DE BOMBEROS DESPUES DE CADA TURNO DE TRABAJO Y OFICINAS.
- g) SON RESPONSABLES DIRECTAS DEL BUEN MANTENIMIENTO Y USO DE LOS EQUIPOS DE LA CENTRAL DE RADIO ASI COMO DE TODOS LOS MUEBLES Y ENSERES QUE SE ENCUENTREN EN LA SEDE DE LA ORGANIZACIÓN DURANTE SU RESPECTIVO TURNO DE TRABAJO.
- h) TIENEN LA AUTORIZACION DE LOS SUPERVISORES DE LA FRECUENCIA PARA SANCIONAR A LOS INFRACTORES DEL REGLAMENTO DE FRECUENCIA

TIENEN LA OBLIGACION DE LLENAR LOS INFORMES DIARIOS DEL SISTEMA OPERATIVO DE LA CENTRAL Y EL INFORME DE NOVEDADES CON LA HORA DE ENTRADA Y SALIDA MAS LA FIRMA DE RESPONSABILIDAD.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



- i) TIENEN LA OBLIGACION DE CUMPLIR LAS ACTIVIDADES A ELLAS(OS) ENCOMENDADAS POR LA DIRECTIVA.

CAPITULO V PROHIBICIONES

ART.42: QUEDA TERMINANTEMENTE PROHIBIDO TRABAJAR 10-12, FL O EN CONDICIONES NO APTAS PARA DESEMPEÑAR SUS LABORES.

- a) QUEDA PROHIBIDO HACER USO EXCESIVO DEL TELEFONO PERSONAL.
b) QUEDA PROHIBIDO HACER USO DE LOS TELEFONOS DE LA CENTRAL PARA USO PERSONAL...

SANCIONES

EL INCUMPLIMIENTO DE LO ESTIPULADO EN EL PRESENTE REGLAMENTO DE FRECUENCIA POR PARTE DE LAS(OS) OPERADORAS(ES) SERA OBJETO DE UNA SANCION RESPECTIVA.

ART.43: PRIMERA VEZ: SE LLAMARA LA ATENCION VERBALMENTE.

ART.44: SEGUNDA VEZ: SE LLAMARA LA ATENCION POR ESCRITO.

ART.45: TERCERA VEZ: SE MULTARA ECONOMICAMENTE CON EL 2% SMV.

ART.46: CUARTA Y ULTIMA VEZ: SE EMITIRA UN INFORME AL DIRECTORIO DE LA COMPANIA SUNEX S.A SOLICITANDO LA TERMINACION DE SU RELACION LABORAL.

CAPITULO VI

COORDINADORES Y SUPERVISORES

ART.47: SON LAS PERSONAS ENCARGADAS PARA COLABORAR EN LA CONDUCCION OPERACIONAL DE LA CENTRAL BAJO LOS SIGUIENTES TERMINOS:

- a) VIGILAR EL COMPORTAMIENTO DE LOS COMPAÑEROS Y EL USO CORRECTO DE LA FRECUENCIA.
b) COLABORAR CON LA CENTRAL PARA APLICAR CORRECTAMENTE EL REGLAMENTO DE FRECUENCIA.

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



- c) DEBEN COORDINAR SUS LABORES CUANDO EXISTA 10-60 O TORMENTO FUERTE O 10-54 DE UNIDADES.
- d) VIGILAR EL CORRECTO COMPORTAMIENTO DE LAS SEÑORITAS (ES) OPERADORAS (ES) EN LA FRECUENCIA.
- e) RECEPTAR Y ANALIZAR LOS REPORTES E INFORMES DIARIAMENTE DE LAS SEÑORITAS (ES) OPERADORAS (ES).
- f) REALIZAR LOS INFORMES PARA EL GERENTE Y EL DIRECTORIO DE LA COMPAÑIA.
- g) REALIZAR LAS REUNIONES CON LOS ACCIONISTAS CONSEJEROS Y COLABORADORES PONIENDOLES AL TANTO DE NUEVAS DISPOSICIONES

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ART.48: OBSERVACIONES DE CONTROL: TODAS LAS INFRACCIONES QUE NO SE ENCUENTREN TIPIFICADAS EN ESTE REGLAMENTO SERAN SANCIONADAS POR EL DIRECTORIO DE LA COMPAÑIA SUNEX SIN EVADIR LA RESPONSABILIDAD ECONOMICA HASTA SU RESPECTIVO DICTAMEN.

ART.49: EL PRESENTE REGLAMENTO INTERNO DE LA CENTRAL DE RADIO FRECUENCIA, ENTRARA EN VIGENCIA UNA VEZ APROBADO POR LA JUNTA DE ACCIONISTAS Y FIRMADO POR EL PRESIDENTE Y SECRETARIO DE LA COMPAÑIA SUNTAXI EXPRESS SUNEX S.A.

A CONTINUACION ADJUNTAMOS A ESTE REGLAMENTO INTERNO DE LA CENTRAL DE RADIO SERVISUNEX LOS CODIGOS A UTILIZARSE EN LA MISMA. ASI COMO LAS TARIFA DE COBROS (1066) PARA VIAJES FUERA DE LA CIUDAD.

EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA COMPAÑIA "SUNTAXI EXPRESS SUNEX S.A" CERTIFICO QUE LOS REGLAMENTOS INTERNOS DE RADIO FRECUENCIA "SERVISUNEX" PRECENTES FUERON LEIDOS, DISGUTIDOS Y APRBADOS EN LA JUNTA DE ACCIONISTAS REALIZADO EL 28 DE FEBRERO DEL 2013.

QUITO, 16 DE MAYO DE 2013


PRESIDENTE

WILSON RODRIGEZ


SECRETARIO

EDGAR ANDAGOYA

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.



A-02 Cotización para uniformes

CREACIONES EVELAT



Señores
Sunex S.A.
Atto: Srta. Gina Cortez
Quito

De mi consideración:

De acuerdo a su solicitud, estamos enviando cotización para dotación de uniformes de su importante Institución:

DAMAS	V. UNITARIO
Checos por Tallas	40.94
Pantalones por Tallas	46.19
Faldas por Tallas	39.34
Blusas por Tallas Varios Colores	28.12

TIEMPO DE VALIDEZ: 5 DIAS LABORABLES

FORMA DE PAGO: 70% y 30%

TIEMPO DE ENTREGA: 35 DIAS LABORABLES

VALORES: NO INCLUYEN IVA

Atentamente,

Hilda Arias

José Tojar # 222 y Maheña, Vía. *Teléfono: 2536-662 * Celular 095-837-267 E-mail:
creacionesevelat@interactiva.net.ec

Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

ABP Consultoría

Contactenos
2254209 - 0998445713
QUITO - ECUADOR

Consultorías en Comunicación

Contamos con alta experiencia en sensibilización de proyectos, consultorías para la comunicación e implementación de estrategias efectivas.

- Expertos en consultoría de procesos de comunicación para programas y proyectos nacionales e internacionales con organismos de estado, proyectos BID, FOMIN, ONG'S, Banco Mundial, etc.
- Desarrollo de materiales de comunicación según el grupo objetivo.
- Diseño e implementación de campañas integrales basadas en investigación cualitativa y de campo.
- Determinación del perfil del consumidor.
- Validación de mensajes y materiales. Registro audiovisual de procesos de consultoría.
- Programas de capacitación y entrenamiento de personal.
- Programas de salud.
- Procesos educativos.

As. Soc. de la Asociación de la Industria del Audio y el Video (AIAV) del Ecuador, S.A. 2011
Instituto Tecnológico "CORDILLERA" - QUITO - ECUADOR - 2011
E-mail: info@abp.com.ec
www.abp.com.ec



ABP Producción

Contactenos
2254209 - 0998445713
QUITO - ECUADOR

Productora Audio – Video Profesional

Contamos con equipos propios de última tecnología






- Spots y comerciales para tv y cine.
- Cuñas para radio.
- Documentales profesionales: institucionales, corporativos, promocionales, procesos, motivacionales, educativos, inductivos, seguridad.
- Servicio de filmación en video digital con alta tecnología HD.
- Edición digital.
- Animación 2D y 3D.
- Sonorización profesional.
- Doblajes / subtítulos.
- Servicios de post – producción.
- Efectos especiales.
- Transferencias de y a cualquier formato cine – video / DVD.
- Fotografía profesional digital.

As. Soc. de la Asociación de la Industria del Audio y el Video (AIAV) del Ecuador, S.A. 2011
Instituto Tecnológico "CORDILLERA" - QUITO - ECUADOR - 2011
E-mail: info@abp.com.ec
www.abp.com.ec



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.

ABP | Diseño

Contáctenos
2254208 - 0998445713
QUITO - ECUADOR

Diseño Gráfico e Impresión

Contamos con equipos propios de última tecnología



- Conceptualización.
- Creatividad gráfica.
- Imagen corporativa y comercial.
- Logotipos e isotipos.
- Campañas gráficas para prensa, revistas, vallas.
- Literaturas médicas.
- Catálogos, folletos, libros, revistas, manuales, afiches, banners.
- Packaging – etiquetas.
- Señalética.
- Ilustración digital.

Av. Bolívar 10, Quito - Ecuador. Tel: 2254208
Teléfono: 2254208 - 0998445713
E-mail: info@abp.com.ec
www.abp.com.ec



Fortalecer el sector comercial mediante la implementación de un Plan de Marketing para la Compañía Sunex S.A., que permita potencializar su mercado de consumidores.