



CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.01 Contexto

La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. quien tiene como Gerente General al Sr. Marcelo Ayala Salazar, dicha empresa se encuentra ubicada en el sector de la Kennedy en la calles Fray Leonardo Murialdo E7-01 y Cerbellón Urbina al norte de la ciudad de Quito, la cual tiene los siguientes números telefónicos: 3281-159, 2407-547 y celular 0998390755, el e-mail de la empresa es mayala@mayasa.com.ec.

Se encarga de las necesidades de las empresas en forma rápida e integral, entre los servicios que "MAYASA" Cia. Ltda. pone a disposición: Maquinas nuevas y usadas para el campo de construcción y minería, partes y componentes, lubricantes, neumáticos, herramientas, servicios técnicos en el taller o en el campo y todo lo concerniente para maquinaria de construcción, siendo especialista en la línea CASE.

La experiencia dentro de la línea CASE y en maquinaria de construcción les permite contar con un amplio stock de repuestos, importaciones bajo pedido en cortos plazos de entrega y principalmente con personal altamente calificado que es lo que garantiza la efectividad, rapidez, calidad, atención personalizada y un precio adecuado en cada uno de los servicios.

Estos son los datos informativos de la empresa de accesorios y servicios "MAYASA" Cia. Ltda. la cual en conversaciones con su Gerente General el Sr. Marcelo Ayala Salazar me permitió tener acceso a los recursos de la Compañía para realizar el presente proyecto de titulación.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



1.02 Justificación

La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. tiene un posicionamiento débil en el mercado ya que solo una pequeña parte de clientes sabe de dicha empresa la misma que dentro de sus necesidades es ampliarse en el mercado hacia otros potenciales clientes los cuales puedan adquirir de sus accesorios y servicios que la misma ofrece.

El presente proyecto está ambientado a un problema comunicacional que se ha detectado conjuntamente con la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. por esta razón se ha visto la necesidad de efectuar el diseño de la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento para dicha empresa, ya que con esto se podrá ampliar en el mercado hacia potenciales nuevos clientes acorde a lo que la empresa ofrece en accesorios y servicios para maquinaria pesada.

Por esta razón se va a aplicar el conocimiento adquirido en el Instituto Tecnológico Superior "Cordillera" en el transcurso de nuestra vida estudiantil y así realizar en el presente proyecto de titulación, dando solución al problema anteriormente expuesto, de esta forma se justifica la realización del proyecto.

En el Plan Nacional del Buen Vivir dentro de su objetivo principal dice:

En el objetivo 4: Para el período 2013-2017 proponemos el establecimiento de una formación integral a fin de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Ello nos permitirá dar el salto de una economía de recursos finitos (materiales) a la economía del recurso infinito: el conocimiento. Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos el derecho a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



En este objetivo se aplica lo que actualmente en el proyecto de titulación se quiere realizar que es investigar y aplicar lo aprendido en un proyecto ambientado a la realidad que es diseñar la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito, siendo esto se promueve la culminación de los estudios superiores, y así potenciar el rol de docentes de educación como actores clave en la construcción del Buen Vivir.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T)

Tabla N. 01

ANÁLISIS DE LA FUERZA T					
Situación Empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Desconocimiento de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. en campañas y estrategias publicitarias	Falta de información sobre la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.				Dar realce y conocimiento a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. en base a una campaña publicitaria.
Fuerzas impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas bloqueadoras
Resaltar los accesorios y servicios de la empresa.	1	3	3	2	Falta de conocimiento por parte del gerente en base a campañas publicitarias.
Campaña de información acerca de los accesorios y servicios que la empresa ofrece.	4	4	2	4	Desinterés de los clientes en la información dada sobre la empresa.
Dar realce al nombre de la empresa para llamar la atención de los clientes	3	5	2	3	Poca información para los potenciales clientes.
Continuidad en el proceso de campañas publicitarias para el posicionamiento de la empresa	3	2	1	2	Desinformación sobre el nombre de la empresa
Estrategias publicitarias para el correcto uso de la marca empresarial	4	3	3	1	Desistir en el uso de las estrategias publicitarias
El nombre de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. perdure en la mente del consumidor	3	2	4	3	Los consumidores olviden pronto el nombre de la empresa

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01 Mapeo de los Involucrados

Figura N. 01



Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



2.02 Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados

Tabla N. 02

Actores Involucrado	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Autor del Proyecto	Diseño de una Campaña Publicitaria	Poca información de la empresa	Recursos tecnológicos, capacidad intelectual	Se realice el proyecto	El Gerente de la empresa no apruebe la campaña publicitaria
Gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	Contar con una buena campaña publicitaria para dar a conocer los servicios de la empresa	Ninguna promoción a través de medios tecnológicos	Recursos económicos, tecnológicos y leyes que permiten la ejecución del proyecto	Darse a conocer por medio de campañas publicitarias	No contar con la tecnología ni recursos intelectuales para el diseño de una campaña publicitaria
Gobierno	Cumplir con las leyes vigentes para el diseño de una campaña publicitaria	Mala interpretación de las leyes	Leyes que rigen para el diseño de una campaña publicitaria	El proyecto cumpla con las leyes vigentes	Mala aplicación de las leyes
Comunidad	Conocer sobre los proyectos de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	No tenga el fin lucrativo para el cual se está diseñando la campaña publicitaria	Aportes de información para nuevos proyectos	Contar con un departamento de publicidad	Ningún beneficio para la comunidad
Beneficiarios	Mejorar su calidad de vida	Pocas alternativas para mejorar su estilo de vida	Brindar información de los servicios	A través de la campaña publicitaria dar la información adecuada de la empresa	No contar con la información que necesitan

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



Clientes	Cumplir con los requerimientos para la realización de una campaña publicitaria	El incumplimiento de la información dada en la campaña publicitaria	Interpretación adecuada de los puntos para el cumplimiento de una campaña publicitaria	El aporte en la realización de la campaña publicitaria	No tener el adecuado asesoramiento
Proveedores	Difundir la información en la campaña publicitaria	Desinterés en la obtención del proyecto	Informar sobre los beneficios de las campañas publicitarias	Informar los beneficios de la campaña	Ningún beneficio y aplicación del proyecto

Elaborado por: Vinicio Mena

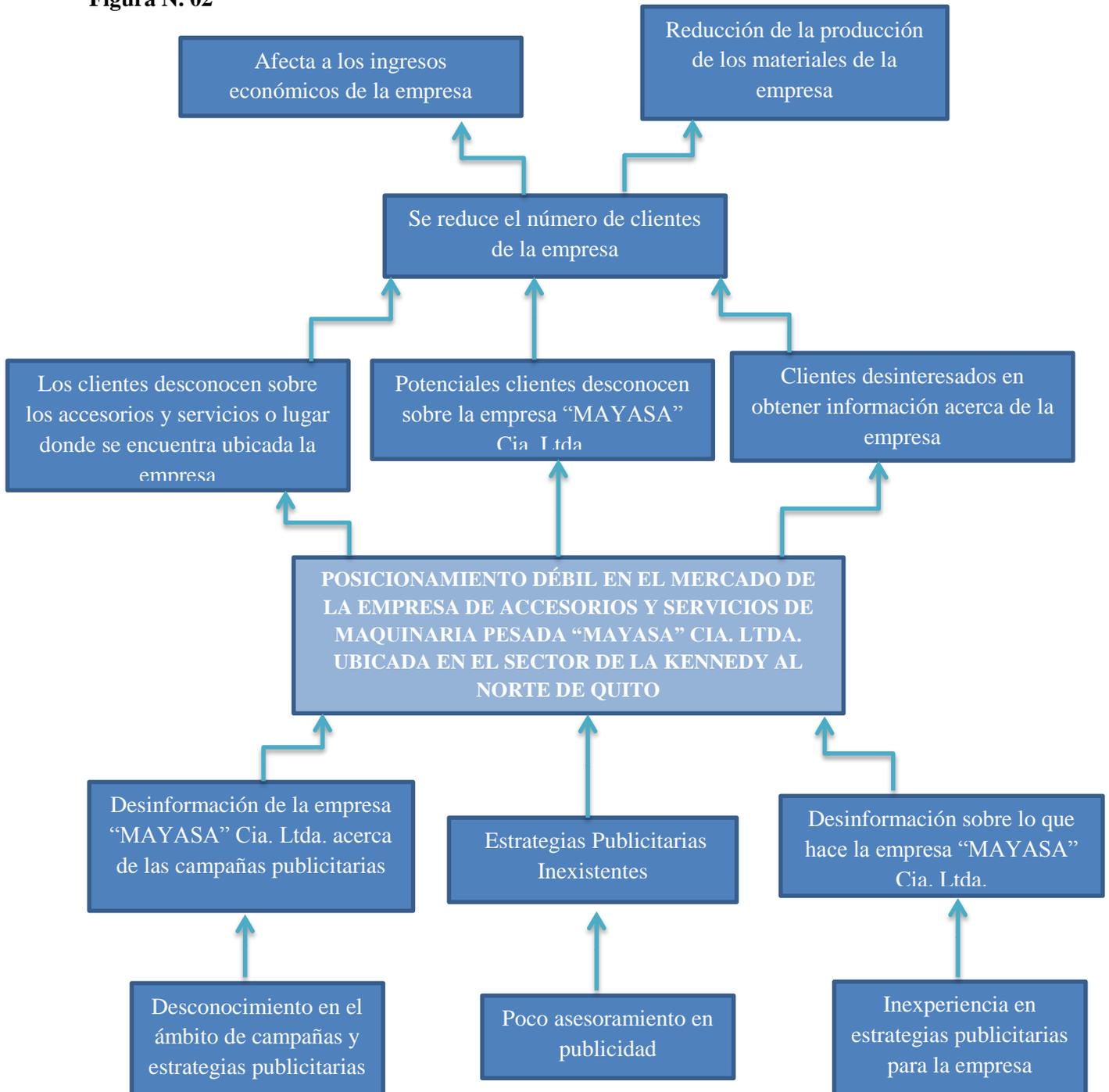
Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

CAPÍTULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de Problemas

Figura N. 02

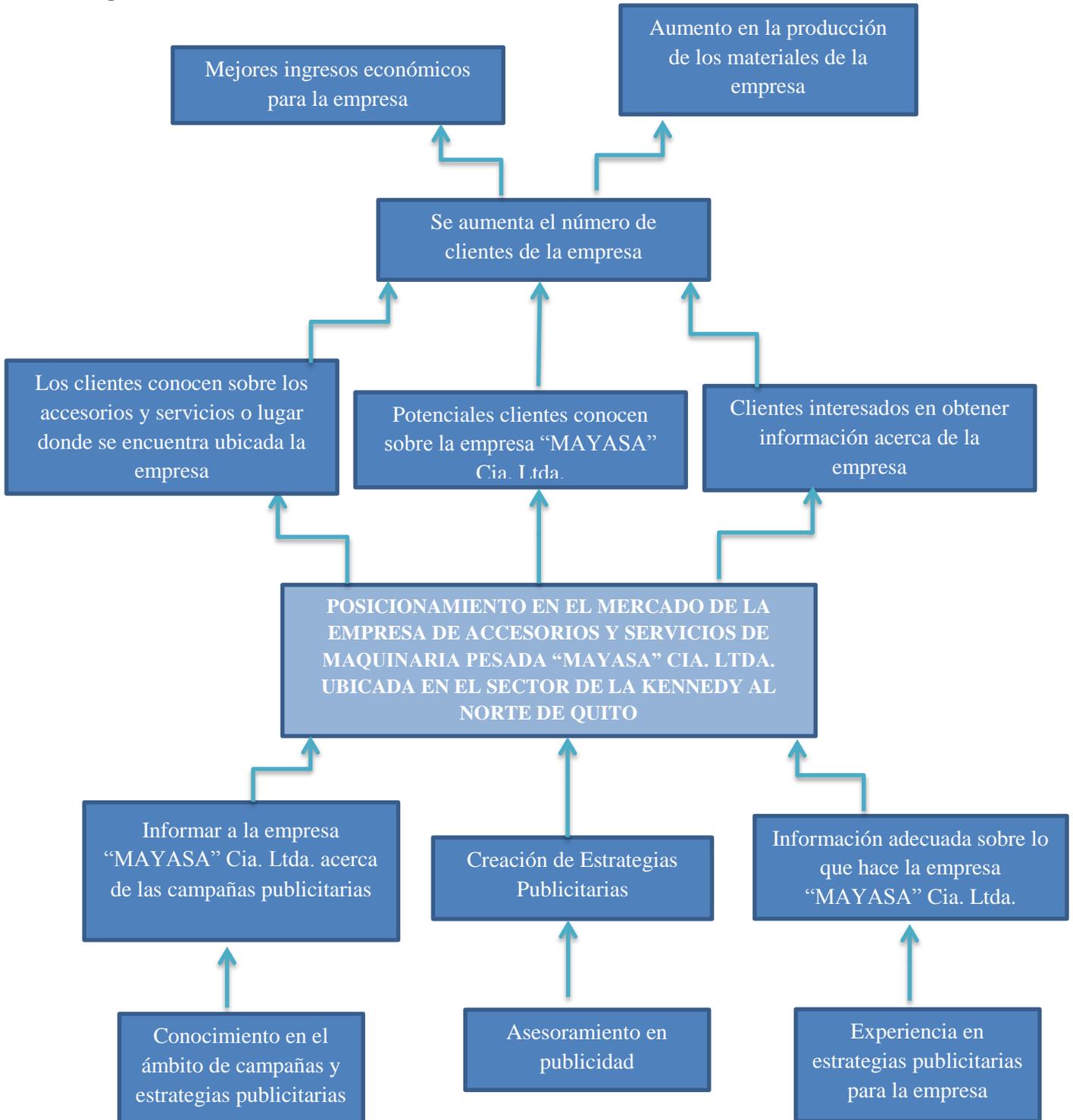


Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

3.02 Árbol de Objetivos

Figura N. 03



Elaborado por: Vinicio Mena

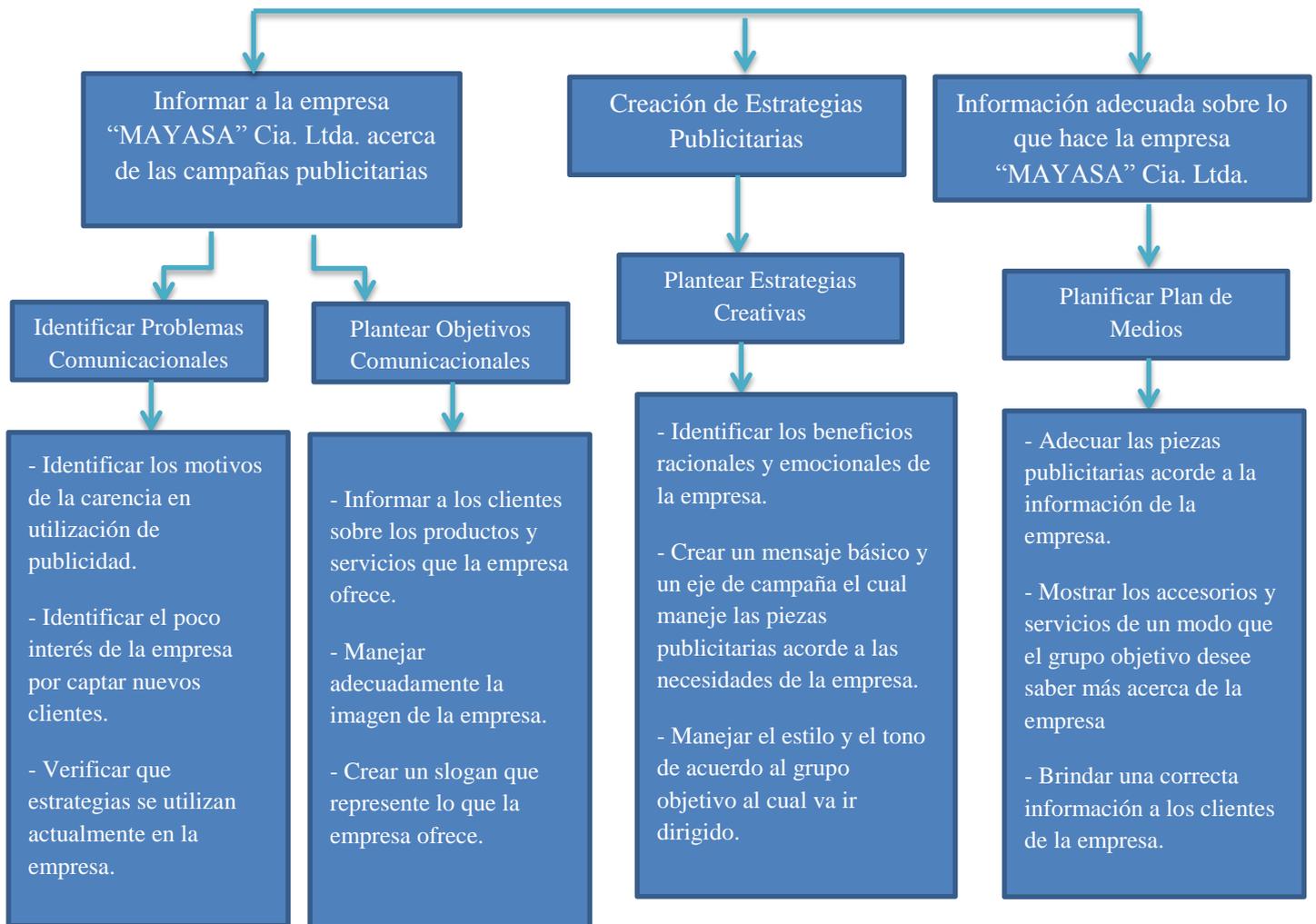
Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

Figura N. 04



Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



4.02 Tamaño del Proyecto

El Grupo Objetivo al cual va dirigida la Campaña Publicitaria es a las personas que utilizan maquinaria pesada como en constructoras, canteras, en la agricultura, etc.

Tendrá un impacto directo con los potenciales clientes y grupo objetivo antes mencionado ya que los lugares donde se colocará la publicidad será cerca de las constructoras, canteras y lugares de agricultura, se situará la publicidad en medios móviles como en buses los mismos que crucen el norte de la ciudad uno de los lugares donde se ha encontrado empresas dedicadas a maquinaria pesada es en la 10 de agosto cruzando desde la Av. Luis Tufiño hacia el norte hasta la entrada a Carapungo, siendo este uno de los potenciales lugares en donde se puede tener la atención de clientes nuevos.

De esta manera también se tendrá una campaña BTL la misma que cubrirá las principales calles del sector norte de Quito atrayendo a personas del grupo objetivo.

4.03 Localización del Proyecto

El lugar en el que se tiene planeado realizar la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento es dentro del sector norte de la ciudad de Quito.

4.04 Análisis Ambiental

Tendrá un impacto negativo ya que en su mayoría de tiempo se va a utilizar la tecnología como la computadora para la realización de las artes de la campaña publicitaria, adicional en un principio como medio principal para que el grupo objetivo sepa sobre la empresa se va a colocar publicidad móvil y en revistas especializadas, se utilizará también material P.O.P. el mismo que se intentará utilizar material reciclado.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



A su vez también tendrá un impacto positivo ya que en adelante se dará a conocer a la empresa por medio de redes sociales, e-mailing, sms y un BTL el mismo que será también de concientización sobre el medio ambiente.

4.05 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla N. 03

OBJETIVO	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORÍA
Informar a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias	5	5	4	4	4	22	ALTA
Creación de Estrategias Publicitarias	5	5	4	4	4	22	ALTA
Información adecuada sobre lo que hace la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	5	4	5	5	4	23	ALTA
Identificar Problemas Comunicacionales	5	5	4	4	4	22	ALTA
Plantear Estrategias Creativas	5	5	5	4	4	23	ALTA

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



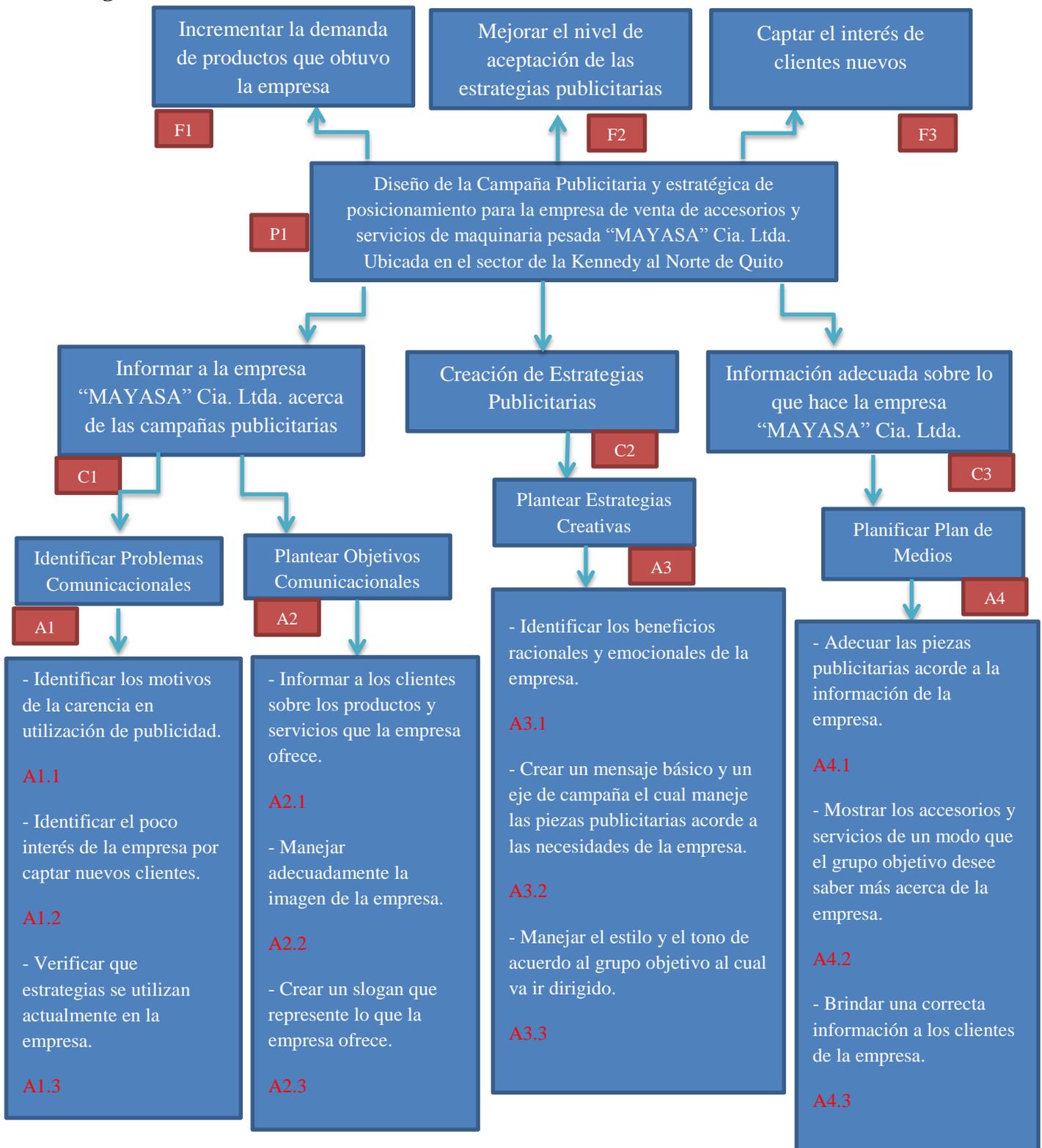
Planificar Plan de Medios	5	5	4	4	4	22	ALTA
--	---	---	---	---	---	----	------

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

4.06 Diagrama de Estrategias

Figura N. 05



Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

Tabla N. 04

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito	P1
Incrementar la demanda de productos que obtuvo la empresa	F1
Mejorar el nivel de aceptación de las estrategias publicitarias	F2
Captar el interés de clientes nuevos	F3
Informar a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias	C1
Creación de Estrategias Publicitarias	C2
Información adecuada sobre lo que hace la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	C3
Identificar Problemas Comunicacionales	A1
Plantear Objetivos Comunicacionales	A2
Plantear Estrategias Creativas	A3
Planificar Plan de Medios	A4
Identificar los motivos de la carencia en utilización de publicidad.	A1.1
Identificar el poco interés de la empresa por captar nuevos clientes.	A1.2
Verificar que estrategias se utilizan actualmente en la empresa.	A1.3
Informar a los clientes sobre los productos y servicios que la empresa ofrece.	A2.1
Manejar adecuadamente la imagen de la empresa.	A2.2
Crear un slogan que represente lo que la empresa ofrece.	A2.3
Identificar los beneficios racionales y emocionales de la empresa.	A3.1
Crear un mensaje básico y un eje de campaña el cual maneje las piezas publicitarias acorde a las necesidades de la empresa.	A3.2
Manejar el estilo y el tono de acuerdo al grupo objetivo al cual va ir dirigido.	A3.3
Adecuar las piezas publicitarias acorde a la información de la empresa.	A4.1
Mostrar los accesorios y servicios de un modo que el grupo objetivo desee saber más acerca de la empresa.	A4.2
Brindar una correcta información a los clientes de la empresa.	A4.3

Elaborado por Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



4.07 Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.07.01. Revisión de los criterios para los indicadores

Tabla N. 05

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FIN	F1 Incrementar la demanda de productos que obtuvo la empresa	F1.1 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. verificó que la demanda de sus productos aumentado en un 60%.	60%	ACEPTABLE	6 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria pesada.
		F1.2 Se ha establecido que la empresa ha tenido un alza en el pedido de accesorios y de servicios en un 70%	70%	ACEPTABLE	6 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria pesada.
	F2 Mejorar el nivel de aceptación de las estrategias publicitarias	F2.1 Se observó que las estrategias publicitarias brindaron un 90% de información necesaria para que la empresa se diera a conocer.	90%	ÓPTIMA	3 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria pesada.
		F2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido acogida en sus servicios y productos en un 70%	70%	ACEPTABLE	7 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria pesada.
	F3 Captar el interés de clientes nuevos	F3.1 La aceptación de potenciales clientes ahora han solicitado de los productos y servicios que la empresa ofrece en un 80%	80%	ÓPTIMA	3 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria pesada.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



		F3.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha verificado que hay un alza en nuevos clientes en un 50%.	50%	ACEPTABLE	3 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinari a pesada.
P R O P Ó S I T O	P1 Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito	P1.1 El proyecto fue de gran importancia para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ya que con este se ha logrado posicionar de una manera en la cual ha obtenido un alza en su servicios y accesorios en un 90%	90%	ÓPTIMA	1 AÑO	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinari a pesada.
		P1.2 La empresa "MASAYA" Cia. Ltda. ha logrado un posicionamiento ideal para darse a conocer en un 90%	90%	ÓPTIMA	6 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinari a pesada.
C O M P O N E N T E S	C1 Informar a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias	C1.1 Se informó y se capacitó al gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. sobre campañas publicitarias y de estrategias de posicionamiento en un 95%	95%	ÓPTIMA	6 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinari a pesada.
		C1.2 La acogida por parte de la empresa sobre las campañas publicitarias y estrategias publicitarias ha producido resultados en un 90%	90%	ÓPTIMA	6 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinari a pesada.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



	C2 Creación de Estrategias Publicitarias	C2.1 Se ha creado las estrategias publicitarias acorde la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. requirió en un 98%	98%	ÓPTIMA	3 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.	
		C2.2 Nuevas propuesta publicitarias para darse a conocer en el mercado un 90%	90%	ÓPTIMA	6 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.	
	C3 Información adecuada sobre lo que hace la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	C3.1 Clientes informados adecuadamente sobre los accesorios y servicios que la empresa ofrece en un 90%	90%	ACEPTABLE	7 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.	
		C3.2 Nuevos clientes informados acerca de lo que la empresa le ofrece en un 90%.	90%	ACEPTABLE	7 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.	
	ACTIVIDADES	A1 Identificar Problemas Comunicacionales	A1.1 El gerente de la empresa ha invertido más en publicidad en un 80%	80%	ACEPTABLE	3 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.
			A1.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. se encuentra más capacitado sobre las campañas publicitarias en un 90%	90%	ACEPTABLE	6 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.
A2 Plantear Objetivos Comunicacionales		A2.1 La información sobre los servicios y accesorios de la empresa se manejó adecuadamente y nuevos clientes ahora poseen un mejor conocimiento acerca de la empresa en un 80%	80%	ACEPTABLE	3 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.	

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



	A2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido un manejo adecuado de su imagen y un slogan el cual identifica lo que la empresa ofrece en un 99%.	99%	ÓPTIMA	3 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.
A3 Plantear Estrategias Creativas	A3.1 Las estrategias dieron el resultado esperado ya que nuevos clientes estuvieron interesados en la empresa en un 80%	80%	ÓPTIMA	4 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.
	A3.2 El manejo adecuado de las estrategias ha producido beneficios para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. en un 90%	90%	ÓPTIMA	4 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.
A4 Planificar Plan de Medios	A4.1 Los medios utilizados en la campaña publicitaria capto el interés del grupo objetivo en un 80%	80%	ÓPTIMA	5 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria a pesada.
	A4.2 La utilización de los medios publicitarios hizo que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. obtuviera un incremento en sus ventas en un 60%	60%	ACEPTABLE	5 MESES	En el sector norte de la ciudad de Quito.	Personas que utilizan maquinaria pesada.

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



4.07.02 Selección de indicadores

Tabla N. 06

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CALIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FIN	F1 Incrementar la demanda de productos que obtuvo la empresa	F1.1 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. verificó que la demanda de sus productos a aumentado en un 60%.	X	X	X		X	4	SI
		F1.2 Se ha establecido que la empresa ha tenido un alza en el pedido de accesorios y de servicios en un 70%	X	X	X		X	4	SI
	F2 Mejorar el nivel de aceptación de las estrategias publicitarias	F2.1 Se observó que las estrategias publicitarias brindaron un 90% de información necesaria para que la empresa se diera a conocer.	X	X	X		X	4	SI
		F2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido acogida en sus servicios y productos en un 70%	X	X	X		X	4	SI
	F3 Captar el interés de clientes nuevos	F3.1 La aceptación de potenciales clientes ahora han solicitado de los productos y servicios que la empresa ofrece en un 80%	X	X	X		X	4	SI

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



		F3.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha verificado que hay un alza en nuevos clientes en un 50%.	X	X	X		X	4	SI
P R O P Ó S I T O	P1 Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito	P1.1 El proyecto fue de gran importancia para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ya que con este se ha logrado posicionar de una manera en la cual ha obtenido un alza en su servicios y accesorios en un 90%	X	X	X		X	4	SI
		P1.2 La empresa "MASAYA" Cia. Ltda. ha logrado un posicionamiento ideal para darse a conocer en un 90%	X	X	X		X	4	SI
C O M P O N E N T E S	C1 Informar a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias	C1.1 Se informó y se capacitó al gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. sobre campañas publicitarias y de estrategias de posicionamiento en un 95%	X	X	X		X	4	SI
		C1.2 La acogida por parte de la empresa sobre las campañas publicitarias y estrategias publicitarias ha producido resultados en un 90%	X	X	X		X	4	SI
	C2 Creación de Estrategias Publicitarias	C2.1 Se ha creado las estrategias publicitarias acorde la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. requirió en un 98%	X	X	X		X	4	SI

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



		C2.2 Nuevas propuestas publicitarias para darse a conocer en el mercado un 90%	X	X	X		X	4	SI
	C3 Información adecuada sobre lo que hace la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	C3.1 Clientes informados adecuadamente sobre los accesorios y servicios que la empresa ofrece en un 90%	X	X	X		X	4	SI
		C3.2 Nuevos clientes informados acerca de lo que la empresa le ofrece en un 90%.	X	X	X		X	4	SI
A C T I V I D A D E S	A1 Identificar Problemas Comunicacionales	A1.1 El gerente de la empresa ha invertido más en publicidad en un 80%	X	X	X		X	4	SI
		A1.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. se encuentra más capacitado sobre las campañas publicitarias en un 90%	X	X	X		X	4	SI
	A2 Plantear Objetivos Comunicacionales	A2.1 La información sobre los servicios y accesorios de la empresa se manejó adecuadamente y nuevos clientes ahora poseen un mejor conocimiento acerca de la empresa en un 80%	X	X	X		X	4	SI
		A2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido un manejo adecuado de su imagen y un slogan el cual identifica lo que la empresa ofrece en un 99%.	X	X	X		X	4	SI

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



	A3 Plantear Estrategias Creativas	A3.1 Las estrategias dieron el resultado esperado ya que nuevos clientes estuvieron interesados en la empresa en un 80%	X	X	X		X	4	SI
		A3.2 El manejo adecuado de las estrategias ha producido beneficios para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. en un 90%	X	X	X		X	4	SI
	A4 Planificar Plan de Medios	A4.1 Los medios utilizados en la campaña publicitaria captó el interés del grupo objetivo en un 80%	X	X	X		X	4	SI
		A4.2 La utilización de los medios publicitarios hizo que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. obtuviera un incremento en sus ventas en un 60%	X	X	X		X	4	SI

Elaborado por: Vinicio Mena

A: Es claro

B: Existe información Disponible

C: Es tangible y se puede observar

D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no se requiere de expertos

E: Es representativo

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



4.07.03 Medios de verificación

Tabla N. 07

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de Verificación	Método de recolección	Métodos de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
FIN	F1 Incrementar la demanda de productos que obtuvo la empresa	F1.1 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. verificó que la demanda de sus productos aumentado en un 60%.	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Área contable de la empresa
		F1.2 Se ha establecido que la empresa ha tenido un alza en el pedido de accesorios y de servicios en un 70%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Área contable de la empresa
	F2 Mejorar el nivel de aceptación de las estrategias publicitarias	F2.1 Se observó que las estrategias publicitarias brindaron un 90% de información necesaria para que la empresa se diera a conocer.	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	6 MESES	Autor del proyecto
		F2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido acogida en sus servicios y productos en un 70%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Gerente de la empresa
	F3 Captar el interés de clientes nuevos	F3.1 La aceptación de potenciales clientes ahora han solicitado de los productos y servicios que la empresa ofrece en un 80%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Área contable de la empresa

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



		F3.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha verificado que hay un alza en nuevos clientes en un 50%.	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 Meses	Área contable de la empresa
P R O P Ó S I T O	P1 Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito	P1.1 El proyecto fue de gran importancia para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ya que con este se ha logrado posicionar de una manera en la cual ha obtenido un alza en su servicios y accesorios en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	1 AÑO	Autor del proyecto
		P1.2 La empresa "MASAYA" Cia. Ltda. ha logrado un posicionamiento ideal para darse a conocer en un 90%	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	1 AÑO	Autor del proyecto
C O M P O N E N T E S	C1 Informar a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias	C1.1 Se informó y se capacitó al gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. sobre campañas publicitarias y de estrategias de posicionamiento en un 95%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Autor del proyecto
		C1.2 La acogida por parte de la empresa sobre las campañas publicitarias y estrategias publicitarias ha producido resultados en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Área contable de la empresa
	C2 Creación de Estrategias Publicitarias	C2.1 Se ha creado las estrategias publicitarias acorde la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. requirió en un 98%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	3 MESES	Autor del proyecto

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



A C T I V I D A D E S	C3 Información adecuada sobre lo que hace la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	C2.2 Nuevas propuestas publicitarias para darse a conocer en el mercado un 90%	Bibliografía	Revisión de registros	Simple verificación	3 MESES	Autor del proyecto
		C3.1 Clientes informados adecuadamente sobre los accesorios y servicios que la empresa ofrece en un 90%	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	3 MESES	Autor del proyecto
		C3.2 Nuevos clientes informados acerca de lo que la empresa le ofrece en un 90%.	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	3 MESES	Autor del proyecto
	A1 Identificar Problemas Comunicacionales	A1.1 El gerente de la empresa ha invertido más en publicidad en un 80%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Gerente de la empresa
		A1.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. se encuentra más capacitado sobre las campañas publicitarias en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Autor del proyecto
		A2 Plantear Objetivos Comunicacionales	A2.1 La información sobre los servicios y accesorios de la empresa se manejó adecuadamente y nuevos clientes ahora poseen un mejor conocimiento acerca de la empresa en un 80%	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	6 MESES
A2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido un manejo adecuado de su imagen y un slogan el cual identifica lo que la empresa ofrece en un 99%.			Bibliografía	Encuesta	Estadística	6 MESES	Autor del proyecto

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



A3 Plantear Estrategias Creativas	A3.1 Las estrategias dieron el resultado esperado ya que nuevos clientes estuvieron interesados en la empresa en un 80%	Bibliografía	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Autor del proyecto
	A3.2 El manejo adecuado de las estrategias ha producido beneficios para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Autor del proyecto
A4 Planificar Plan de Medios	A4.1 Los medios utilizados en la campaña publicitaria captó el interés del grupo objetivo en un 80%	Bibliografía	Encuesta	Estadística	6 MESES	Autor del proyecto
	A4.2 La utilización de los medios publicitarios hizo que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. obtuviera un incremento en sus ventas en un 60%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Área contable de la empresa

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



4.07.04 Supuestos

Tabla N.: 08

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTO	FACTORES DE RIESGO				
			FINANCIERO	POLÍTICO	SOCIAL	AMBIENTAL	LEGAL
FIN	F1 Incrementar la demanda de productos que obtuvo la empresa	F1.1 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. aumentado sus ingresos anuales.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Mayor cantidad de gases contaminantes	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		F1.2 El aumento en productos de importación.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Mayor cantidad de gases contaminantes	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
	F2 Mejorar el nivel de aceptación de las estrategias publicitarias	F2.1 Nuevas tendencias en estrategias publicitarias.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		F2.2 La empresa tiene una capacitación continua en estrategias publicitarias.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	No se desean capacitar	Mayor consumo en la energía eléctrica	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
	F3 Captar el interés de clientes nuevos	F3.1 Nuevos clientes conocen a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		F3.2 La empresa tiene afluencia de clientes.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Mayor cantidad de gases contaminantes	Reglamentar leyes en defensa al consumidor

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



P R O P Ó S I T O	P1 Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito	P1.1 El proyecto es de gran importancia ya que con este la empresa se ha dado a conocer.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Mayor cantidad de gases contaminantes	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		P1.2 La empresa se encuentra entre las más reconocidas del país.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
C O M P O N E N T E S	C1 Informar a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias	C1.1 El gerente de la empresa tiene conocimiento acerca de las nuevas tendencias en publicidad.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Poca participación para las capacitaciones	Mayor consumo en la energía eléctrica	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		C1.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. tiene presupuestos anuales para publicidad.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Mayor consumo en la energía eléctrica	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
	C2 Creación de Estrategias Publicitarias	C2.1 Los estilos publicitarios utilizados por la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. son los más reconocidos.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		C2.2 Las estrategias publicitarias tienen un nuevo enfoque.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Mayor consumo en la energía eléctrica	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
	C3 Información adecuada sobre lo que hace la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	C3.1 La empresa tiene reconocimiento a nivel de otras empresas.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



		C3.2 Reconocimiento a nivel nacional.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
ACTIVIDADES	A1 Identificar Problemas Comunicacionales	A1.1 La publicidad invertida anualmente capta el interés de potenciales clientes.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Poco interés por parte del gerente	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		A1.2 El gerente de la empresa autorizado nuevas campañas publicitarias.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Poco interés por parte del gerente	Mayor consumo en la energía eléctrica	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
	A2 Plantear Objetivos Comunicacionales	A2.1 Los clientes tienen conocimiento sobre la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		A2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. tiene su propio slogan e imagen reconocidos por el grupo objetivo.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
	A3 Plantear Estrategias Creativas	A3.1 Las nuevas estrategias empleadas por la empresa dan mejor resultado.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
		A3.2 La empresa ha conseguido buenos a lo largo de sus campañas publicitarias.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



A4 Planificar Plan de Medios	A4.1 La empresa ha utilizado una extensa gama de medios publicitarios los cuales han conseguido gran ayuda.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor
	A4.2 El aumento en la utilización de medios ha hecho que la empresa sea aun mayormente reconocida.	Falta de recursos	Escaso apoyo en publicidad	Ningún interés en la empresa	Papel utilizado para publicidad desechado en la calle	Reglamentar leyes en defensa al consumidor

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



4.07.05 Matriz marco lógico

Tabla N. 09

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					SUPUESTOS
			Fuentes de Verificación	Método de recolección	Métodos de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	
FIN	F1 Incrementar la demanda de productos que obtuvo la empresa	F1.1 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. verificó que la demanda de sus productos aumentó en un 60%.	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Área contable de la empresa	F1.1 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha verificado que la demanda de productos aumentó considerablemente.
		F1.2 Se ha establecido que la empresa ha tenido un alza en el pedido de accesorios y de servicios en un 70%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Área contable de la empresa	F1.2 Se ha podido establecer que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido un alza en el pedido de accesorios y de servicios para maquinarias pesada.
	F2 Mejorar el nivel de aceptación de las estrategias publicitarias	F2.1 Se observó que las estrategias publicitarias brindaron un 90% de información necesaria para que la empresa se diera a conocer.	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	6 MESES	Autor del proyecto	F2.1 Se pudo observar que las estrategias publicitarias brindaron la información necesaria para que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. se diera a conocer.
		F2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido acogida en sus servicios y productos en un 70%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Gerente de la empresa	F2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. después de tener acogida en sus servicios y productos y de observar la aceptación de las estrategias publicitarias la misma se ha

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



							capacitado para tener mayor información.	
F3 Captar el interés de clientes nuevos	F3.1 La aceptación de potenciales clientes ahora han solicitado de los productos y servicios que la empresa ofrece en un 80%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Área contable de la empresa	F3.1 La aceptación de potenciales clientes los cuales no tenían información acerca de la empresa ahora han solicitado de los productos y servicios que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ofrece.	
	F3.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha verificado que hay un alza en nuevos clientes en un 50%.	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 Meses	Área contable de la empresa	F3.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha verificado que hay un alza en nuevos clientes.	
P R O P Ó S I T O	P1 Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito	P1.1 El proyecto fue de gran importancia para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ya que con este se ha logrado posicionar de una manera en la cual ha obtenido un alza en su servicios y accesorios en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	1 AÑO	Autor del proyecto	P1.1 El proyecto fue de gran importancia para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ya que con este se ha logrado posicionar de una manera en la cual se ha obtenido un alza en su diversos servicios y accesorios para maquinaria pesada.
		P1.2 La empresa "MASAYA" Cia. Ltda. ha logrado un posicionamiento ideal para darse a conocer en un 90%	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	1 AÑO	Autor del proyecto	P1.2 La empresa "MASAYA" Cia. Ltda. ha logrado un posicionamiento ideal para darse a conocer

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



COMPONENTES	C1 Informar a la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias	C1.1 Se informó y se capacitó al gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. sobre campañas publicitarias y de estrategias de posicionamiento en un 95%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Autor del proyecto	C1.1 Se informó y se capacitó al gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. sobre campañas publicitarias y de estrategias de posicionamiento.
		C1.2 La acogida por parte de la empresa sobre las campañas publicitarias y estrategias publicitarias ha producido resultados en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Área contable de la empresa	C1.2 La acogida por parte de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. acerca de las campañas publicitarias y de estrategias publicitarias ha producido buenos resultados.
	C2 Creación de Estrategias Publicitarias	C2.1 Se ha creado las estrategias publicitarias acorde la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. requirió en un 98%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	3 MESES	Autor del proyecto	C2.1 Se han creado las estrategias publicitarias acorde la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. requirió.
		C2.2 Nuevas propuesta publicitarias para darse a conocer en el mercado un 90%	Bibliografía	Revisión de registros	Simple verificación	3 MESES	Autor del proyecto	C2.2 Nuevas propuesta publicitarias para darse a conocer en el mercado.
	C3 Información adecuada sobre lo que hace la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.	C3.1 Clientes informados adecuadamente sobre los accesorios y servicios que la empresa ofrece en un 90%	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	3 MESES	Autor del proyecto	C3.1 Clientes informados sobre los accesorios y servicios que la empresa ofrece

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



		C3.2 Nuevos clientes informados acerca de lo que la empresa le ofrece en un 90%.	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	3 MESES	Autor del proyecto	C3.2 Nuevos clientes informados acerca de lo que la empresa les puede ofrecer.
ACTIVIDADES	A1 Identificar Problemas Comunicacionales	A1.1 El gerente de la empresa ha invertido más en publicidad en un 80%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Gerente de la empresa	A1.1 El gerente de la empresa ha invertido más en publicidad.
		A1.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. se encuentra más capacitado sobre las campañas publicitarias en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Autor del proyecto	A1.2 El gerente de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. se encuentra más informado sobre las campañas publicitarias.
	A2 Plantear Objetivos Comunicacionales	A2.1 La información sobre los servicios y accesorios de la empresa se manejó adecuadamente y nuevos clientes ahora poseen un mejor conocimiento acerca de la empresa en un 80%	Registros de la empresa	Encuesta	Estadística	6 MESES	Autor del proyecto	A2.1 La información sobre los servicios y accesorios de la empresa se manejó adecuadamente y los clientes ahora poseen una mejor información sobre lo que la empresa ofrece.
		A2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido un manejo adecuado de su imagen y un slogan el cual identifica lo que la empresa ofrece en un 99%.	Bibliografía	Encuesta	Estadística	6 MESES	Autor del proyecto	A2.2 La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. ha tenido un manejo adecuado de su imagen y un slogan el cual identifica a la empresa.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



A3 Plantear Estrategias Creativas	A3.1 Las estrategias dieron el resultado esperado ya que nuevos clientes estuvieron interesados en la empresa en un 80%	Bibliografía	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Autor del proyecto	A3.1 Las estrategias dieron el resultado esperado ya que nuevos clientes estuvieron interesados en la empresa.
	A3.2 El manejo adecuado de las estrategias ha producido beneficios para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. en un 90%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	6 MESES	Autor del proyecto	A3.2 El manejo adecuado de las estrategias ha producido beneficios para la empresa "MAYASA" Cia. Ltda.
A4 Planificar Plan de Medios	A4.1 Los medios utilizados en la campaña publicitaria captó el interés del grupo objetivo en un 80%	Bibliografía	Encuesta	Estadística	6 MESES	Autor del proyecto	A4.1 Los medios utilizados en la campaña publicitaria captó el interés del grupo objetivo.
	A4.2 La utilización de los medios publicitarios hizo que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. obtuviera un incremento en sus ventas en un 60%	Registros de la empresa	Revisión de registros	Simple verificación	8 MESES	Área contable de la empresa	A4.2 La utilización de los medios publicitarios hizo que la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. obtuviera un incremento en sus ventas.

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.01 Antecedentes de la Herramienta del Perfil de la Propuesta

Según los datos dados por la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. en cuanto a inversión en publicidad el año anterior en 2013 invirtió la cantidad de \$8000 ya que promociona su nombre en las páginas amarillas tanto digital como escrita y en diferentes anuncios en la web, adicional tiene tarjetas de presentación las cuales entrega a sus principales clientes, afiches, gorras, llaveros, catálogos y camisetas.

Dentro de la descripción de comercio de cómo la empresa se da a conocer es la "Importación y venta de partes y piezas para maquinaria de construcción especializados en la marca CASE

Además importamos bajo pedido las marcas CAT, JHON DEERE, KOMATSU, HYUNDAI, DAEWOO y otros". De esta manera la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. es como se da a conocer en sus anuncios publicitarios en algunas páginas web.

Esto es en cuanto la empresa otorgo sus principales datos e información de la misma con respecto a lo que ha realizado en cuanto a publicidad.

5.02 Descripción de la Herramienta

Los orígenes de la publicidad

"Los romanos, sabían cómo ofertar algo de manera convincente y ya en las ruinas de Pompeya se encuentran algunos ejemplos tempranos de anuncios. Un publicista comento que uno de estos anuncios era un cartel que publicitaba un burdel, lo que parecía muy sugerente:

los dos oficios más antiguos del mundo sacando provecho uno del otro. Hay también quien Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



dice que las pinturas rupestres de la prehistoria eran una forma de publicidad, idea que suena descabellada. Pero no es osado afirmar que la publicidad ha estado entre nosotros desde hace tanto tiempo como los productos para vender; ha sido un medio para inflar su valor, desde el vendedor que gritaba por la calle hasta el folleto que se clavaba en un árbol.” (TUNGATE, 2008, p22)

“La publicidad dio un paso adelante, con la aparición de la imprenta y los tipos móviles, un invento que se atribuye al orfebre alemán Johannes Guttenberg, en 1447. Otros nombres importantes surgen entre las tinieblas de la historia antigua de la publicidad y de ellos destaca el del médico, periodista e improbable publicista francés Théophraste Renaudot, que vivió en el siglo XVII.” (TUNGATE, 2008, p22)

“Renaudot era un escritor y pensador además de médico. Sus reflexiones sobre los pobres de París hicieron que creara, en la Ile de la Cité, lo que él llamó un “bureau des addresses et des rencontres”, una oficina de reclutamiento y tablón de anuncios para los desempleados. Este establecimiento muy pronto se convirtió en un centro de intercambio de información muy fiable para quienes buscaban y ofrecían trabajo, vendían y compraban bienes y hacían anuncios públicos de todo tipo. Para que la información sobre su centro se expandiera todo lo posible, Renaudot creó en 1631 el primer periódico francés, que bautizó La Gazette (inspirándose en la unidad monetaria que había descubierto en Italia, la gazetta). De este modo, se convirtió en el primer periodista francés y en el inventor del anuncio personal.” (TUNGATE, 2008, p22)

“En el Reino Unido, el primer agente publicitario fue, tal vez, un tal William Tayler, que abrió na oficina en Warwick Square, en Londres, en 1786. La firma pasó a llamarse, más adelante, Tayler & Newton, y actuaba como agente comercial de diversos impresores, Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



muchos de los cuales fundaron periódicos para promocionar su negocio.” (TUNGATE, 2008, p23)

Las primeras agencias de publicidad

“Es un hecho comúnmente aceptado que la primera agencia de publicidad de Estados Unidos fue la que Chelstnut, en Filadelfia”, la oficina de Palmer fue una inesperada precursora de las gigantescas agencias actuales. Y aquí se encuentra describiéndose a sí mismo como “el agente debidamente autorizado de la mayoría de los mejores periódicos de todas las grandes ciudades y localidades de provincias de Estados Unidos y Canadá, razón por la que cada día recibe encargos para hacer anuncios y suscripciones.” (TUNGATE, 2008, p26)

Otro personaje que impulsó la industria fue George P. Rowell, un agente de publicidad establecido en Boston quien, por iniciativa de uno de sus clientes, había compilado un directorio de las tarifas publicitarias de casi todos los periódicos de Nueva Inglaterra. Su principal fuente ingresos, sin embargo, consistía en comprar enormes espacios en los periódicos y venderlos después en pequeñas cantidades, lo que le resultaba muy rentable. En 1869, fecha en la cual su negocio ya se había expandido considerablemente, Rowell sacó el primer directorio de medios de comunicación: una guía que incluía los datos de más de 5.000 periódicos de toda América, entre ellos, su tirada y sus tarifas publicitarias. (TUNGATE, 2008)

Los primeros creativos que emergieron de la ciénaga primordial de la publicidad fueron redactores freelance de anuncios. El más influyente de todos ellos fue Jhon E. Powers, descrito en Advertising Age como “el padre de la publicidad creativa”. Se conoce muy poco acerca de los comienzos de la carrera de este personaje. Parece que fue agente de seguros y,

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



más adelante, uno de los editores de The Nation, donde empezó trabajando en el departamento de suscripciones, antes de dedicarse finalmente a la redacción comercial. El magnate de los grandes almacenes John Wanamaker lo contrató en 1880 tras ver uno de los anuncios que había hecho para una tienda de la competencia. (TUNGATE, 2008)

La Publicidad

Se entiende por publicidad como un medio de divulgación en el cual diversos organismos, empresas, individuos, ONG, entre otros, intentan hacerse conocer, anunciar o simplemente aludir ciertos bienes, servicios, para poder interesar a potenciales compradores, usuarios, etc.

Dentro del marketing la publicidad es considerada el medio más efectivo para llamar la atención del público requerido. Para llevar a cabo esta función son contratados publicistas y agencias especializadas en el tema. Estos tienen como objetivo crear un anuncio publicitario que luego será publicado en diversos medios, sea mediante panfletos, radio, televisión, etc. Actualmente uno de los medios más utilizado es Internet. (SIMPLE, 2014)

Sin embargo la publicidad tal como la conocemos surge a partir de los últimos años del siglo XIX. Esto se debe a la segunda Revolución Industrial y a la necesidad de dirigirse hacia la mayor cantidad de individuos que sea posible. Además es en esta época los medios de comunicación comienzan a tener un gran desarrollo, que a su vez necesitan ser financiados, es por ello que se considera que se formó una especie de asociación entre los medios y la publicidad. Luego de la segunda Guerra Mundial surge una nueva explosión en el mundo de la publicidad, donde comienzan a ser muchas técnicas y medios que aún utilizamos. (SIMPLE, 2014)

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



“Dentro del mundo publicitario pueden ser destacadas tres fases. En primer lugar la etapa de promoción, también conocido bajo el nombre de etapa inicial. Como indica su nombre intenta exponer los nuevos bienes o servicios producidos por los organismos. En segundo lugar se encuentra la fase de competencia. En este momento el producto que es promovido se encuentra posicionado en el mercado, pero no en el lugar deseado, es por ello que se intenta aumentar la demanda que posee Y por último puede ser mencionado la fase de conservación de imagen. En este caso el bien o servicio obtuvo la demanda que es deseada por los oferentes. Es por ello que lanzan campañas para mantener la imagen que ya goza.” (HIMPE, 2007, p34)

Cuando las campañas publicitarias ya han sido lanzadas se inicia una etapa de investigación. El objetivo es conocer la efectividad de la publicidad. Algunas de las razones son conocer la aceptación o rechazo del público, conocer si el mensaje llega al público deseado y por último, saber si los costos publicitarios, que suelen ser elevados, son retribuidos por las ganancias obtenidas gracias a las mismas. (GONZÁLEZ, 1991)

En las publicidades son utilizados diversos recursos y técnicas para atraer a los potenciales usuarios o compradores. Algunas de las técnicas concretas son por ejemplo la escasez. En este caso crean campañas cuyo stock de producción es limitado, es de esta manera que crean una cierta urgencia de compra. También se utiliza la aprobación de pares, donde se muestran personajes satisfechos con los que los potenciales demandantes pueden sentirse reflejados e identificados. Otras veces el producto es publicitado a partir de la información clara y sencilla, sin embargo otras veces son utilizados recurso científicos, donde demuestran a partir de ciertas cifras la satisfacción de los compradores o los buenos resultados obtenidos. Muchas veces pueden ser identificados slogans donde la garantía es primordial, es decir que los

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



resultados positivos duraran años o si el cliente no se encuentra satisfecho su dinero podrá ser devuelto. En ciertas ocasiones son explotados ciertos temores de los posibles usuarios o compradores para fomentar la demanda de los mismos, es un recurso utilizado en seguros. (ALONSO, 2005)

Posicionamiento en la mente del consumidor

En los años cincuenta, los publicitarios fijaban su atención en las características de los productos y en los beneficios que obtenía el cliente con su uso y/o consumo.

Buscaban lo que Rosser Reeves denominó “la única proposición de venta” (USP).

A finales de los años cincuenta la tecnología complicó encontrar la USP. Resultaba muy difícil hallar una diferencia categórica entre los productos. Una avalancha de artículos “segundones”, aterrizó sobre el mercado. La competencia se intensificó y no siempre era honesta. (GONZÁLEZ, 1991)

Los años 60 y 70 marcaron la era de la imagen. La reputación era más importante para la venta de un producto, que las características intrínsecas de éste.

Uno de los arquitectos más representativos de esta era de la imagen fue David Ogilvy: “todo anuncio es una inversión a largo plazo, en la imagen que se tendrá de la marca”.

Los años 80 marcaron el nacimiento del posicionamiento de los productos. Fue una época representada por una sociedad sobre comunicada, en la que se produjeron varias explosiones: una de medios (para satisfacer la necesidad de comunicación); otra de productos (para atender nuestras necesidades físicas y psíquicas); y otra publicitaria como consecuencia

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



lógica. A medida que la eficacia de la publicidad disminuía, su uso aumentaba, no sólo en volumen, sino también en el número de usuarios. (GONZÁLEZ, 1991)

Para vender ya no bastaba con anunciarse, sino que hacía falta algo más. Lo que se necesitaba era un posicionamiento en la mente del consumidor, encontrar un hueco en su mente saturada de mensajes publicitarios, con el fin de ubicar uno de forma diferencial, con las ventajas y satisfacciones del producto en cuestión. (GORDON, 2009)

Los años 90 marcan la era de las estrategias. En esta época no sólo hay que encontrar un hueco en la mente del consumidor, sino que hay que ser el primero en acceder a ella, a través de las comunicaciones publicitarias, logrando así un posicionamiento fuerte, coherente y constante, que se haga con todas las ventas del liderazgo. (GONZÁLEZ, 1991)

Estrategias para Posicionarse

- 1) La más normal es la de "ir en contra del líder", que no significa un choque frontal, sino recurrir a comparaciones con la competencia ya posicionada, conocida. Se trata de reposicionar a los competidores. Esto se lleva a cabo desplazando su concepto de posicionamiento, al hacer ver al consumidor algo de la competencia que le obligue a cambiar de opinión respecto a la misma y ofrecer en su lugar la nueva idea.

La comparación es eficaz debido a que el consumidor, en el momento que ha de elegir un producto, en el punto de venta, lo compara con aquellos que ocupan los primeros peldaños de la escalera de su categoría. La publicidad le ofrece la comparación ya realizada al receptor y le evita un trabajo. Por supuesto, se la ofrece resuelta a favor del anunciante.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



Pero no olvidemos que la Asociación de Autocontrol Publicitario española no permite la comparación directa entre marcas, tan sólo lo podemos realizar con la generalidad que compone el mercado concreto. Ha de hacerse limpia y honestamente. (ANTRIM, 1993)

- 2) Podemos recurrir a otras estrategias tales como: el alto precio, no sólo para productos de lujo que el consumidor asume, sino también para productos comunes (el turrón más caro del mundo), o bajo precio, (el esfuerzo realizado por los productos de marcas blancas, para aprovechar un hueco en los supermercados); el sexo (Marlboro que ha adquirido una posición masculina para sus cigarrillos); la edad (posicionarnos segmentando por la edad nuestro mercado: crema dentífrica para niños); recurrir al momento del día para el uso del producto (la primera medicina nocturna para el resfriado, el desayuno de los campeones, zumos ¡buenos días!...); observar la distribución (la primera marca de... que se distribuyó en supermercados, caso de Febreze). (ANTRIM, 1993)
- 3) Ahora bien, si lo que se quiere es introducir una categoría de productos desconocida, hay que colocar una nueva escalera en la mente humana. Pero la mente no tiene espacio para lo nuevo, a menos que lo relacione con lo antiguo, y por asimilación, penetre en su esquema y, por acomodación, surja uno nuevo, lo cual explica el aprendizaje. (ANTRIM, 1993)

Tipos de estrategias publicitarias

Su objetivo es quitarle ventas a la competencia.

- Estrategias comparativas. Tratan de mostrar las ventajas de la marca frente a la competencia.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



En España por la normativa dispuesta por la Asociación de Autocontrol no se permite la comparación directa de marcas, aunque la Ley General de Publicidad sí la considera lícita, siempre y cuando sea veraz en sus comparaciones y no atente contra las normas de competencia leal. (GORDON, 2009)

- Estrategias financieras. Se basan en una política de presencia en la mente de los destinatarios superior a la de la competencia, acaparando el espacio publicitario. Recurren a una publicidad muy convencional. Sus objetivos se expresan mediante porcentajes de notoriedad, cobertura de audiencia. (GORDON, 2009)

- Estrategias de posicionamiento. El objetivo es dar a la marca un lugar en la mente del consumidor, frente a las posiciones de la competencia, a través de asociarle una serie de valores o significaciones positivas afines a los destinatarios; o si es posible, apoyándonos en una razón del producto o de la empresa, que tenga valor e importancia para los consumidores. (GORDON, 2009)

- Estrategias promocionales. Son muy agresivas. Los objetivos promocionales pueden ser: mantener e incrementar el consumo del producto; contrarrestar alguna acción de la competencia; e incitar a la prueba de un producto. (GORDON, 2009)

- Estrategias de empuje (push strategy) para motivar los puntos de venta, los distribuidores y la fuerza de ventas de la empresa, a empujar más efectivamente los productos o líneas de productos hacia el consumidor (aumentando márgenes, bonos, mejor servicio, publicidad cooperativa, subsidio para promociones...). Se trata de forzar la venta. (GORDON, 2009)

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



- Estrategias de tracción, Estrategias de tracción (pull strategy) para estimular al consumidor final a que tire de los productos, a través de una mejor aceptación de la marca, el concepto y el producto. Incitarle a la compra. (GORDON, 2009)
- Estrategias de imitación. Consisten en imitar lo que hace el líder o la mayoría de competidores. Son peligrosas y contraproducentes, suelen fortalecer al líder. (GORDON, 2009)

Su finalidad es potenciar el crecimiento de la demanda.

- Estrategias extensivas. Pretenden conquistar nuevos consumidores.

En mercados de fuerte y rápido crecimiento se recurre a la distribución y a la publicidad, la cual ha de crear una fuerte imagen de marca, para la futura supervivencia de la empresa.

En mercados maduros, la publicidad puede provocar o al menos apoyar una innovación técnica, nuevos sistemas de distribución, disminución de los precios, o cambios de actitudes o hábitos de consumo. La intención es la de activar los estados de estancamiento que caracterizan a estos tipos de mercados. (GORDON, 2009)

- Estrategias intensivas. Conseguir que los clientes actuales consuman más, es decir, que aumente la venta por cliente.

Se suele plantear objetivos como incrementar el número de unidades compradas, aumentar la frecuencia de compra, alargar la etapa de consumo... (GORDON, 2009)

Se suele exigir demasiado a la publicidad al enfocar los objetivos a corto plazo, cuando se sabe lo largo y difícil que resulta el empeño de cambiar un hábito y costumbre.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

Conceptos cuyas definiciones aportarán soluciones comunicacionales que garanticen la eficacia de la campaña. Los seis primeros deberían ser definidos por la empresa anunciante y el resto, son propios de la agencia de publicidad. (INIESTA, 2005)

1) PÚBLICO OBJETIVO. Exige tener definido el perfil del público en base a características cuantitativas de tipo socio-demográfico y económico, y las de tipo cualitativo como sus estilos de vida, valores, hábitos, aspiraciones.

2) PROBLEMAS. ¿Qué problema queremos resolver con la publicidad? ¿Qué necesidad del consumidor resolverá el producto?

3) POSICIÓN. Analizar el posicionamiento decidido para el producto en la mente de nuestro target.

4) PRODUCTO. Analizar la descripción completa del producto, informativas y persuasivas, positivas y negativas, cómo será percibido...

5) PRIORIDAD, promesa, beneficio. De todos los atributos del producto ¿cuál es el principal, en función de las características del mercado?

6) PRUEBA (REASON-WHY). ¿Qué pruebas ciertas podemos aportar para demostrar que el beneficio prometido es real? ¿Por qué el consumidor debe confiar en que el producto real, efectivamente le aportará ese beneficio?

7) PRESENTACIÓN. Tono y ritmo del mensaje. Demostraciones o usos del producto que deberán necesariamente aparecer, testimoniales.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



8) PUNTO DE DIFERENCIA. Creatividad. ¿qué elementos utilizar para diferenciar nuestro mensaje? ¿Cómo lograr que se nos recuerde más y de forma distinta, y al tiempo que el consumidor se sienta motivado a adquirir nuestro producto?

9) PLATAFORMA DE DIFUSIÓN. ¿Qué medios y soportes utilizaremos? ¿De qué forma?

(INIESTA, 2005)

5.03 Formulación del Proceso de Aplicación

El Sr. Marcelo Ayala comenzó La empresa “MAYASA” Cia. Ltda. como persona natural en el año 2004, la misma que fue constituida jurídicamente el 18 de enero de 2007, comenzando con un capital de \$400 teniendo 3 socios, siendo el Sr. Marcelo Ayala Salazar el socio mayoritario con un 80%, Marina Salazar con un 10% y Andrea Alvear con un 10% .

La empresa tiene como colores corporativos el naranja, gris y negro. Dentro del cual en el logotipo sobresale el color naranja, también dentro del mismo tiene 3 pequeñas figuras que cada una tiene un significado siendo la primera servicio, la segunda repuestos y por último satisfacción, el logotipo se encuentra vigente desde hace 2 años ya que anteriormente ha ido cambiando.

El Sr. Marcelo Ayala en el 2004 cuando comenzó la empresa como persona natural se daba a conocer mediante hojas informativas que promocionaban a la empresa sus beneficios y a que se dedicaba, enviando toda esta información mediante fax o cartas de presentación o a su vez realizando visitas personales.

Actualmente la empresa tiene sus clientes fijos y contactos ya definidos por el mismo gerente general el Sr. Marcelo Ayala quien se encarga de visitar a los clientes, dejando publicidad

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



como afiches, catálogos, gorras tarjetas de presentación, llaveros, camisetas y esferos; los cuales le ha servido para que los clientes sepan en donde encontrarlo o como ubicar la empresa.

El grupo objetivo a quien está orientado es a las personas que ocupan maquinaria pesada, que se encuentran en el sector norte de la ciudad de Quito.

5.04 Análisis F.O.D.A.

Tabla N. 10

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- La empresa tiene clientes fijos- La empresa tiene varios años en el mercado- La empresa tiene estabilidad económica- La empresa cuenta con empleados destinados a cada función- Variedad de productos- La empresa cumple con todas sus obligaciones y pagos- Alianzas estratégicas con proveedores	<ul style="list-style-type: none">- Ubicación geográfica de la empresa- Es una empresa reconocida en algunos municipios en otras ciudades- Expende repuestos de una marca conocida- Cuenta con proveedores que le suministran materiales de importación- No tiene clientes solamente en la ciudad de Quito sino también en otras ciudades del país- Tendencia al crecimiento
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Su logotipo no es reconocido- No cuenta con un sistema de publicidad- Precios ligeramente altos frente a la competencia- No dispone de sucursales	<ul style="list-style-type: none">- Otras empresas de mayor renombre- Empresas que ofrecen los mismos servicios y repuestos- Mayor requerimiento de publicidad en el mercado- Competencia con mayor cobertura

Elaborado por: Vinicio Mena

5.05 Grupo Objetivo

El grupo objetivo a quien está orientada la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento es a las personas que ocupan maquinaria pesada, que se encuentran en el sector norte de la ciudad de Quito.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



5.06 Problemas Comunicacionales

Información: Grupo Objetivo desconoce la ubicación de la empresa y a lo que esta se dedica.

Persuasión: No se generan estrategias.

Posicionamiento: El posicionamiento de la empresa es nulo en la mente del consumidor.

Mantenimiento: No se ha manejado estrategias de recordación.

5.07 Objetivos Publicitarios

Información: Brindar la información necesaria sobre los repuestos y servicios que la empresa “MAYASA” Cia. Ltda. ofrece, sus beneficios y el lugar donde se encuentra ubicada.

Mediante: Redes Sociales, E-mailing.

Persuasión: Convencer al grupo objetivo sobre los beneficios que la empresa ofrece mediante el slogan de la misma.

Mediante: Revista, SMS.

Posicionamiento: Manejar adecuadamente el logotipo de la empresa, haciendo que el grupo objetivo recuerde el nombre, manejando adecuadamente el mensaje.

Mediante: Publicidad Móvil, Vallas Publicitarias

Mantenimiento: Recordar y mantener adecuadamente en el grupo objetivo la imagen de “MAYASA” Cia. Ltda.

Mediante: BTL, Material P.O.P.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



5.08 Estrategia Creativa

- Beneficios Racionales: Durabilidad, Variedad en productos, Fortaleza, Calidad.

- Beneficios Emocionales: Confianza, Tranquilidad, Amistad.

- Mensaje Básico:

“Brindamos calidad y confianza con repuestos originales”

- Tono: Competitivo

- Estilo: Semiformal

- Reason Why: El mensaje básico es “Brindamos calidad solo con repuestos originales” ya que se va a enfatizar que la empresa no solo se encarga de brindar sus repuestos originales y servicios sino también que al cliente lo hace sentir cómodo en el buen trato que la empresa ofrece.

El tono será competitivo ya que la empresa se quiere posicionar de una manera en que los potenciales clientes sepan que esta existe; y el estilo se lo hará semiformal ya que el trato que se da a los clientes es des complicado y amistoso.

-Insight: “La Calidad y la Confianza van de la mano”

- Eje de Campaña:

“Solo nuestros repuestos originales harán que tu trabajo sea el mejor”

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

5.09 Plan de Medios

Medios Principales: Redes Sociales, E-mailing, Revista, SMS

REDES SOCIALES



REDES SOCIALES

TWITTER

MAYASA CIA. LTDA. @MAYASA

Solo Repuestos Originales

1.414 TWEETS | 1.230 SIGUIENDO | 13.304.833 SEGUIDORES

Tweets Todos / Sin menciones

- Twitter** @twitter 3h
Picture this: new profiles and photo streams in updated apps for iPad, iPhone, Android. twitter.com/download
Abrir
- Twitter** @twitter 3h
Expand your experience with the all new Twitter for iPad
blog.twitter.com/2012/09/expand...
Ver resumen
- Twitter** @twitter 3h
Picture what's happening with updated apps for iPhone and Android

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



MAYASA Cia. Ltda.
Repuestos y servicio para maquinaria de construcción

Solo Repuestos Originales

MAYASA Cia. Ltda. Oficial
A 315 243 personas les gusta esta página · 46 065 personas están hablando de esto

Personaje público
Candidato a Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito

Me gusta Me gusta Me gusta Me gusta

Fotos Me gusta Twitter YouTube

Lo más destacado

FACEBOOK

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



E-MAILING

Outlook | + Nuevo Responder | Eliminar Archivar Correo no deseado | Limpiar | Mover a | Categorías | ...

Buscar en correo electrónico

Carpetas

- Entrada
- Correo no deseado
- Borradores
- Enviados
- Eliminados
- Nueva carpeta

Vistas rápidas

MAYASA Cia. Ltda.

mayala@mayasacom.ec
Para: vinyfly@hotmail.com

19/03/2014 | Documentos

Nuestra empresa es especialista en la línea CASE, la misma que ofrece los mejores servicios y repuestos como:

- Partes y componentes
- Lubricantes y neumáticos
- Herramientas
- Servicios Técnicos en el taller o en el campo

Y todo lo concerniente para maquinaria pesada y de la construcción

Fray Leonardo Murialdo E7-01 y Cerbellón Urbina

telf. 3281159
2407547
2407546

MAYASA
@MAYASA

Marcelo Ayala Salazar
GERENTE GENERAL

MAYASA Cia. Ltda.
Repuestos y servicio para maquinaria de construcción

REVISTA

Sé Genuino **Solo Repuestos Originales**

Nosotros Ofrecemos:

- Partes y Componentes
- Lubricantes
- Neumáticos
- Herramientas
- Somos especialistas en la línea CASE

MAYASA Cia. Ltda.
Repuestos y servicio para maquinaria de construcción

Fray Leonardo Murialdo E7-01 y Cerbellón Urbina
telf. 3281159
2407547
2407546

mayala@mayasacom.ec
MAYASA @MAYASA

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



SMS



Medios Secundarios: Publicidad Móvil, Vallas Publicitarias

PUBLICIDAD MÓVIL



Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



VALLA PUBLICITARIA



Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



Medios Auxiliares: BTL, Material P.O.P.

BTL



MATERIAL P.O.P.



LLAVERO

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



ESFEROS



CAMISETAS

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"



GORRAS

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.

5.10 Presupuesto de Campaña

Tabla N. 11

MEDIOS PRINCIPALES	FORMATO	VALOR
Redes Sociales	Fan page	\$100
E-mailing	300 personas	\$500
Revista	Media Página Full Color	\$300
SMS	3000 personas	\$400
MEDIOS SECUNDARIOS		
Publicidad Móvil	1 mes en 4 unidades	\$320
Vallas Publicitarias	Troquelado por 1 mes	\$620
MEDIOS AUXILIARES		
BTL	Troquelado por 1 mes	\$620
Material P.O.P		
Gorras	1000 unidades	\$2000
Camisetas	1000 unidades	\$3.500
Llaveros	1000 unidades	\$500
Esferos	1000 unidades	\$1000
	TOTAL	\$9860

Elaborado por: Vinicio Mena

5.11 Presupuesto de Producción

Tabla N. 12

MEDIOS PRINCIPALES	VALOR
Redes Sociales	\$50
E-mailing	\$50
Revista	\$80
SMS	\$30
MEDIOS SECUNDARIOS	
Publicidad Móvil	\$80
Vallas Publicitarias	\$120
MEDIOS AUXILIARES	
BTL	\$120
Material P.O.P	
Gorras	\$40
Camisetas	\$40
Llaveros	\$30
Esferos	\$30
TOTAL	\$670
Total Campaña	\$9860
Total Producción	\$670
TOTAL	\$10530
+ 10% imprevistos	\$1053
TOTAL CAMPAÑA	\$11583

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

6.01.01 Humanos

El autor del proyecto para la recopilación e investigación de toda la información. El Tutor del proyecto quien con su ayuda guio en los diferentes puntos en la realización del proyecto.

6.01.02 Tecnológicos

Los programas y el equipo tecnológico utilizados fueron:

Laptop Toshiba procesador Intel Core i5 con sistema operativo Windows 8

Impresora Canon

Internet

Microsoft Word

Adobe Illustrator CS6

Adobe Photoshop CS6

6.01.03 Económicos

Los aportes económicos que el autor realizó para este proyecto.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



6.02 Presupuesto

Tabla N. 13

EGRESOS	VALORES
Elaboración del Proyecto	200,00
Material y suministros	50,00
Material Bibliográfico	40,00
Copias / Impresiones	50,00
Recursos Tecnológicos	600,00
Internet	60,00
Servicios Básicos	20,00
Alimentación	50,00
Transporte	40,00
Imprevistos	50,00
TOTAL	1160,00
INGRESOS	VALORES
Aportes Personales	1160,00
TOTAL	1160,00

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



6.03 Cronograma

Tabla N. 14

ACTIVIDADES	MESES																																
	octubre				noviembre				diciembre				enero				febrero				marzo				abril				mayo				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
ANTECEDENTES			X	X	X																												
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS						X	X	X																									
PROBLEMAS Y OBJETIVOS									X	X	X	X																					
ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS													X	X	X	X																	
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS																	X	X	X	X													
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																					X	X	X										
CORRECCIÓN FINAL GENERAL																									X	X	X						
ENTREGA DE 2 ANILLADOS Y 1 EMPASTE																																X	

Elaborado por: Vinicio Mena

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

Al término de este proyecto y cumpliendo con el cronograma se concluye, para la realización de la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento nos permitirá:

- Esta experiencia ha mostrado cómo es posible diseñar y aplicar el aprendizaje basado en campañas publicitarias y estratégicas de posicionamiento.
- Los potenciales clientes estarán informados acerca de la empresa "MAYASA" Cia. Ltda. la misma que será reconocida.
- La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. se encontrará posicionada en el mercado y en la mente del grupo objetivo determinado.
- La ubicación geográfica del proyecto, cuenta con las condiciones óptimas para la ejecución y desarrollo del mismo.
- La realización de la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento permitirá crear nuevos objetivos empresariales.
- La empresa "MAYASA" Cia. Ltda. implementará e invertirá más en publicidad para mantener informados a los potenciales cliente.
- En la empresa se capacitará para tener más claros los temas con respecto a las nuevas tendencias de publicidad.
- El gerente de la empresa se ha concentrado en dar mayor prioridad a campañas publicitarias y estratégicas de posicionamiento, que darán mayor realce a la empresa y esta se mantenga en la mente del consumidor.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



- Las aportaciones, dificultades y alternativas que han salido de esta experiencia ha creado un mayor interés por parte de la empresa para que las campañas publicitarias y estratégicas de posicionamiento den resultados favorables para la misma.
- La realización del proyecto y la ejecución del mismo ha hecho que demuestre lo aprendido a lo largo de todos estos años en el Instituto Cordillera.

7.02 Recomendaciones

Las recomendaciones para la realización del proyecto para la práctica del proceso del mismo es la siguiente:

- La empresa “MAYASA” Cia. Ltda. ponga en práctica la realización de la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento.
- Se realicen campañas publicitarias y estratégicas de posicionamiento periódicamente para que el grupo objetivo se mantenga informado.
- Para la ejecución de este proyecto se deben seguir los parámetros técnicos establecidos en esta investigación, de esta manera se logrará alcanzar el objetivo planteado.
- Se deben realizar las estrategias creativas para una buena realización de la campaña publicitaria.
- La empresa “MAYASA” Cia. Ltda. tendrá mejores resultados si implementa una página web donde se dé a conocer todo a lo que la empresa se dedica para una mejor información hacia el grupo objetivo.
- Considerando que a nivel nacional la empresa aún no se ha dado a conocer como tal se realice a mediano plazo una campaña publicitaria la cual permita que la misma se posicione.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



- Realizar campañas publicitarias en medios masivos convencionales para llegar a un mayor grupo objetivo.
- Se recomienda que se deben realizar cambios a las piezas publicitarias después de un año para refrescar a la imagen de la empresa.
- Siempre respetar las nuevas leyes de comunicación al momento de realizar la campaña publicitaria y estratégica de posicionamiento.
- Se debe siempre realizar un estudio para crear nueva publicidad para la empresa y realizar la inversión respectiva.

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



BIBLIOGRAFÍA

- ALMEDA García David, (2006), *“Una Nueva Realidad Publicitaria: La Generación de Valores Corporativos en Publicidad”*, Ediciones Del Laberinto.
- ALONSO Luis Enrique, (2005), *“Cita de la Era del Consumo”*, Editorial Siglo XXI. Madrid.
- ANTRIM W., (1993), *“Publicidad”*, Editorial McGraw-Hill, México.
- CAPPO Joe McGraw-Hill, (2004), *“El Futuro de la Publicidad”*, Interamericana De México.
- DE YBARRA J.L., (1997), *“Galaxia Internet: tendencias de la publicidad”*, Revista de estudios de comunicación, n°3, p.46 a 65.
- GONZÁLEZ Martín, (1991), *“La publicidad desde el consumidor”*, Editorial Eroski, Elorrio.
- HIMPE Tom (2007), *“La Publicidad ha muerto Larga vida a la publicidad”*, (1ra edición) Editorial Blume.
- INIESTA Lorenzo (2005), *“Master en Marketing Todo cuanto hay que saber sobre el marketing estratégico, táctico y operativo”*, (2da edición) Editorial Rotapapel.
- MAS Victoria, (2001), *“Nueva publicidad, comercio electrónico y demás propuestas interactivas”*, U.M.A., Málaga.
- TUNGATE Mark (2008), *El Universo Publicitario una historia global de la Publicidad*, Editorial Gustavo Gili, SL
- *“Tipos de Estrategias Publicitarias”*, consultado el 15 de febrero de 2014:
<https://webs.uvigo.es/abfsouto/estratpublicitarias.doc>

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada “MAYASA” Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.



- GORDON Kim, (2009), "*Como hacer publicidad efectiva*", consultado el 12 de febrero de 2014: <http://www.soyentrepreneur.com/como-hacer-publicidad-efectiva.html>
- HERNANDEZ Federico, (2002), "*Artículos de Marketing*", consultado el 10 de febrero de 2014: http://www.publirecta.com/marketing/marketing_talking1.php
- ORTIZ Roberto, (2013), "*Varios Ejemplos de Anuncios Publicitarios*", consultado el 10 de febrero de 2014: <http://www.roc21.com/blog/2013/09/25/varios-ejemplos-de-anuncios-publicitarios/>
- PERALES Albert, "*Los menores ante la publicidad*", consultado el 16 de febrero de 2014: <http://www.auc.es/docum/menores.pdf>.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: "*Diccionario de la RAE*", <http://www.rae.es>, 2001.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, (2013), Quito, Ecuador, primera edición, consultado el 26 de octubre de 2013: <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-4>
- SIMPLE, (2014), "*Concepto de Publicidad*", consultado el 15 de febrero de 2014: <http://concepto.de/concepto-de-publicidad/>
- SOMA ESTUDIO, (2013), "*40 ejemplos de Publicidad Efectiva*", consultado el 10 de febrero de 2014: <http://www.cremma.co/40-ejemplos-de-publicidad-efectiva/>
- THOMPSON Iván, (2006), "*La publicidad en Internet*", consultado el 16 de febrero de 2014: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-en-internet.html>

Diseño de la Campaña Publicitaria y estratégica de posicionamiento para la empresa de venta de accesorios y servicios de maquinaria pesada "MAYASA" Cia. Ltda. Ubicada en el sector de la Kennedy al Norte de Quito.