



CARRERA DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL
POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA"
UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Marketing Interno y Externo.

Autor: Yessenia Fernanda Dávalos Napa.

Tutor: Ing. Ricardo Cevallos.

Quito, 2015

DECLARATORIA.

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

Yessenia Fernanda Dávalos Napa

C.I: 172686891-0



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Marketing Interno y Externo que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Marketing Interno y Externo el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Elaboración de un plan de marketing para el posicionamiento de la empresa de traducciones Cedia ,ubicada al nororiente del distrito metropolitano de Quito 2015 ”, el cual *se* realizará para obtener un posicionamiento en la empresa ,poniendo en práctica los

conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la elaboración del plan de marketing , motivo por el cual se regula de forma clara la



cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica , administrativa y de reproducción .

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del plan de marketing descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario. El cesionario podrá explotar el plan de marketing por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del plan de marketing por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del plan ; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del plan de marketing ; d) Cualquier transformación o modificación del plan de marketing ; e) La protección y registro en el IEPI del plan de marketing a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del plan de marketing; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.



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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se



obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses. En aceptación firman a los 19 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) _____

C.C. N° 1726868910

Cordillera

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO.

Quiero agradecer al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, a sus directivos y docentes quienes impartieron su conocimiento para hacer de mí una profesional de calidad y una mejor persona.

Un agradecimiento especial al Ing. Ricardo Cevallos por haber contribuido al desarrollo de mi proyecto con su valioso tiempo y conocimiento.



DEDICATORIA

Agradezco a
mi madre por brindarme
su apoyo incondicional y sacarme
adelante a pesar de las adversidades.

INDICE DE CONTENIDO

Capítulo 1:

Resumen ejecutivo.....	Pág.1-2
Zusammenfassung	Pág.2-3
Résumé.....	Pág.3
Contexto.....	Pág.4-5
Justificación.....	Pág.5-6-7
Análisis matriz T.....	Pág.9

Capítulo 2:

Análisis mapeo de involucrados.....	Pág.11
Análisis matriz de involucrados.....	Pág.15

Capítulo 3:

Análisis árbol de problemas.....	Pág.17
Análisis árbol de objetivos.....	Pág.19

Capítulo 4:

Análisis matriz de análisis de alternativas.....	Pág.23
Análisis de impacto de los objetivos.....	Pág.32



Análisis diagrama de estrategias.....	Pág.34
Análisis matriz de Marco lógico.....	Pág.37
Capítulo 5:	
Análisis Histórico.....	Pág.38-39-40-41
Análisis Causal.....	Pág.41-42-43-
Análisis Situacional.....	Pág.46-47-48
Análisis Estadístico.....	Pág.50
Descripción.....	Pág.52-53
Proceso de formulación de la propuesta.....	Pág.53-54-55
Nivel de innovación en la compañía.....	Pág.55-56-57
Atención al cliente.....	Pág.57
Política de comunicación de la compañía.....	Pág.58-59
Presencia en internet y redes sociales.....	Pág.59--60-61-62-63-64-65-66
Infraestructura inadecuada.....	Pág.67
Desconocimiento del cliente.....	Pág.68

Política de fijación de precios.....	Pág.69-70
Fidelidad de la clientela.....	Pág.70-71-72-73-74
Análisis tabulación encuesta.....	Pág.84
Estrategias de fidelización.....	Pág.84-85
Nivel de posicionamiento.....	Pág.85
Usabilidad de la web.....	Pág.86
Posicionamiento en buscadores.....	Pág.86
Determinación de objetivos.....	Pág.86-87-88
Elaboración y selección de estrategias.....	Pág.88-89--90-91
Establecimiento de presupuesto.....	Pág.92
Análisis establecimiento de presupuesto.....	Pág.94-95
Hoja de ruta.....	Pág.95
El business plan.....	Pág.97
Capítulo seis:	
Conclusiones.....	Pág.100
Recomendaciones.....	Pág.101
Biografía, net grafía.....	Pág.102

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz	Pág.8
Tabla 2 Matriz de involucrados.....	Pág.12-13-14
Tabla 3 Matriz de análisis de alternativas.....	Pág.20-21-22
Tabla 4 Matriz de impacto de los objetivos.....	Pág.24-25.26-27- 28-29-30-31
Tabla 5 Matriz de marco lógico.....	Pág.35-36
Tabla 6 Análisis FODA.....	Pág.44-45
Tabla 7 establecimiento de presupuesto.....	Pág.92-93-94

Índice de gráficos

Gráfico 1 Mapeo de involucrados.....	Pág.10
Gráfico 2 Árbol de problemas.....	Pág.16
Gráfico 3 Árbol de objetivos.....	Pág.18
Grafico 4 Diagrama de estrategias.....	Pág.33
Grafico 5 Organigrama funcional.....	Pág.49
Grafico 6 Costos competencia.....	Pág.51
Grafico 7 pregunta 1.....	Pág.75
Grafico 8 pregunta2.....	Pág.76
Grafico 8 pregunta 3.....	Pág.77
Grafico 9 pregunta 4.....	Pág.78
Grafico 10 pregunta 5.....	Pág.79
Grafico 11 pregunta 6.....	Pág.80
Grafico 12 pregunta 7.....	Pág.81
Grafico 13 pregunta 8.....	Pág.82
Grafico 14 pregunta 9.....	Pág.83



Grafico 15 Hoja de ruta.....Pág.96

Grafico 16 bussines plan.....Pág.98-99



CAPITULO I.

1.01.00 Resumen ejecutivo.

La empresa de traducciones “Cedia” lleva algunos años prestando sus servicios en el mercado, pero a pesar de ello no existe un reconocimiento suficiente por parte del cliente; es decir la empresa necesita obtener un posicionamiento para lo cual ha decidido realizar un plan de marketing.

El plan de marketing será realizado basándonos en la matriz RMG que es una herramienta de análisis que toma puntos muy importantes dentro del mercado.

Existe competencia fuerte como Cambridge que también realiza este tipo de servicio, pero gracias a la calidad del trabajo que realiza la empresa y a sus costos razonables tiene sus propios clientes.

La ventaja competitiva que tenemos frente a otras instituciones o empresas de traducciones es que la traductora que tenemos conoce terminología legal, cosa que pocos traductores conocen.



La realización del plan de marketing es de vital importancia para que la empresa se dé a conocer y puede obtener mayor posicionamiento en el mercado, obtener una mayor cartera de clientes y por ende mayor ganancias en la empresa.

1.01.01 Zusammenfassung.

Das Übersetzungsbüro "Cedia" dauert einige Jahre im Dienst auf dem Markt, aber dennoch nicht genügend Anerkennung durch die Kunden; dh das Unternehmen braucht, um eine Position, für die er sich entschieden hat, einen Marketing-Plan zu machen erhalten.

Der Marketingplan wird auf der Grundlage des GMR-Matrix ist ein Analysewerkzeug, das sehr wichtige Punkte auf dem Markt führt werden.

Es gibt starke Konkurrenz wie Cambridge führt auch diese Art von Service, aber dank der Qualität der Arbeit, die das Unternehmen und seine angemessenen Kosten hat seinen eigenen Kunden.

Der Wettbewerbsvorteil, den wir gegenüber anderen Institutionen oder Unternehmen Übersetzer Übersetzungen haben ist, dass wir wissen, dass der Rechtssprache, etwas, das wenige Übersetzer wissen.

Die Realisierung der Marketing-Plan ist von entscheidender Bedeutung für das Unternehmen selbst bekannt und kann eine bessere Positionierung auf dem Markt zu bekommen, eine größere Kundenbasis und damit mehr Gewinn im Unternehmen.



1.01.02 Résumé.

La société de traduction "Cedia" prend quelques années au service sur le marché, mais néanmoins il ya une reconnaissance insuffisante par le client; ce est à dire la société a besoin d'obtenir une position pour laquelle il a décidé de faire un plan de marketing.

Le plan de marketing sera basé sur la matrice GMR est un outil d'analyse qui fonctionne points très importants au sein du marché.

Il ya une forte concurrence que Cambridge effectue également ce type de service, mais grâce à la qualité du travail que la société et ses coûts raisonnables a ses propres clients.

L'avantage concurrentiel que nous avons plus d'autres institutions ou entreprises traductions de traducteurs est que nous savons de la terminologie juridique, quelque chose que peu de traducteurs savent.

La réalisation du plan de marketing est vital pour l'entreprise elle-même connu et peut obtenir un meilleur positionnement sur le marché, une plus grande base de clients et donc plus de profit dans l'entreprise.



1.01.03 CONTEXTO.

El presente proyecto se llevara a cabo en la microempresa de traducciones “Cedia “dirigida por la señora Olga Camacho Gerente y fundadora de la misma , la empresa se dedica a la traducción de todo tipo de documentos en varios idiomas, entre estos holandés, ruso, árabe, quichua e incluso mandarín.

TRADUCCIONES (CEDIA) fue creada en el año de 1992 por la señora Olga Edith Camacho del Castillo para ofrecer servicios de traducción e interpretación con un servicio confiable y de alta calidad a precios competitivos, tomando en cuenta la vasta experiencia de su Gerente General, tanto en organismos internacionales como el Banco Mundial y Naciones Unidas, como en empresas públicas y privadas.

La empresa tiene la visión de ser una empresa de traducción e interpretación reconocida por su gran calidad, profesionalismo y puntualidad.

Y su misión es ofrecer servicios de traducción a un precio razonable, sin comprometer la calidad.

La premisa como negocio es proveer nuestros servicios a costos razonables.

El equipo que realiza las traducciones cuenta con mucha experiencia en el trabajo



que realiza, teniendo la ventaja de que nuestra traductora conoce terminología legal gracias a su experiencia en el Banco Mundial y otras entidades dentro del ámbito ya mencionado.

1.01.04 Justificación.

La empresa obtendrá un posicionamiento gracias al plan de marketing que se realizara basado en una matriz RMG que es una matriz muy útil dentro del campo del marketing la misma que analiza factores internos y externos que son determinantes para conocer el grado competitivo en el que se encuentra la empresa, así como la aceptación en el mercado que tiene un determinado producto o servicio .El plan contara con estrategias y que ayudaran al cumplimiento de dicho objetivo.

El servicio que ofrece esta empresa es un servicio innovador ya que no existe comúnmente en nuestro país. Todo trabajo es realizado por profesionales en lingüística, especializados en cada uno de los idiomas que requiera el cliente.

A pesar de que dicha empresa se encuentra muchos años en el mercado ofreciendo este tipo de servicio nunca estuvo abierta a realizar o implementar un plan de mercadotecnia para tener un fortalecimiento, reconocimiento, estabilidad o nuevas estrategias que la lleven a obtener una mayor competitividad en el mercado o lo que es aún más importante en si un posicionamiento.



La empresa presta este servicio a empresas y personas conocidas, es decir depende solo de clientes fijos, no se extiende a nuevos clientes o nuevas empresas que pudieran necesitar este servicio, lo que es una desventaja para la empresa.

La época en la que fue fundada la empresa no se compara a la época globalizada y competitiva en la que nos encontramos actualmente, debemos estar alerta de las exigencias y expectativas que tenga el mercado, para ello, se hace de vital importancia asegurar o predecir el éxito de las empresas mediante el uso de técnicas y herramientas útiles para lograr sus objetivos.

Bajo esta perspectiva cobra vida la importancia de un plan de marketing como herramienta vital para la toma de decisiones en el crecimiento y permanencia de un negocio en el mercado.

Por esta razón, el presente proyecto infiere la aplicación de los conceptos y herramientas del mercadeo, adecuados para lograr tomar decisiones que permitan la expansión de este servicio a otros posibles clientes potenciales.

El plan de marketing es realizado con la intención de ofrecer a la alta dirección de cualquier empresa que sienta la necesidad de sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado, un instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz que lo pueda conducir paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración de un plan de marketing.



El marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos individuos y grupos obtienen lo que desean y necesitan, creando, ofreciendo e intercambiando satisfacciones con valor para ellos. **Kotler, P. (2001, p38)**



1.01.05 TABLA 1 MATRIZ T.

Fuerzas impulsadoras.	La empresa no consta de un plan de marketing para obtener un reconocimiento.				Fuerzas bloqueadoras.
No existe el desarrollo de un plan por medio de estrategias.					Mejorar la satisfacción de los clientes para mejorar los ingresos.
	I	PC	I	PC	
Reconocimiento de la empresa.	1	4	4	1	Desconocimiento de la empresa.
Mayores ingresos en la empresa.	2	5	3	1	Falta de publicidad.
Apoyo al desarrollo de mayor conocimiento en el ámbito lingüístico.	1	4	5	1	Falta de ideología cultural.
Optimización de recursos.	1	3	3	2	Inadecuada distribución de recursos.
Mayor conocimiento del mercado objetivo.	2	5	4	2	Desconocimiento del mercado objetivo.

Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedi



Análisis.

La matriz T nos permite conocer cuál es problema central dentro de la empresa y cuáles son sus variables. Una de las fuerzas bloqueadoras es el desconocimiento de la empresa que es un factor muy importante para la rentabilidad de la empresa y para el fortalecimiento de la misma.

La falta de publicidad juega un papel muy importante dentro de la empresa lo que hace que la misma no tenga nuevos clientes, es decir posibles clientes potenciales. La publicidad podría llevar a la empresa a obtener mayor clientela ya que se dará a conocer.

Una de las fuerzas impulsadoras es el apoyo al desarrollo de mayor conocimiento lingüístico ya que no existe suficiente conocimiento de los idiomas que existen alrededor del mundo y muchos de ellos son muy importantes tanto en el ámbito laboral como en el ámbito social.

El conocimiento de un mercado objetivo nos llevara a la optimización de recursos y la distribución adecuada de los mismos.

CAPITULO II.

Análisis de Involucrados.

2.01.00 MAPEO DE INVOLUCRADOS.



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedia.



Análisis.

El mapeo de involucrados es un proceso muy importante para poder identificar a las personas que se involucran directa o indirectamente en el proceso de la realización de nuestro proyecto.

El problema se centra en que no existe un plan de marketing en la empresa para obtener un reconocimiento, por lo cual existen posibles beneficiarios y opositores.

Como involucrados directos tenemos a la Empresa, la empresa está directamente involucrada con nuestro proyecto ya que, es ahí donde lo llevaremos a cabo para su propio beneficio. En la empresa también encontramos al gerente que es el que aprobará estrategias y lineamientos para llenar falencias que tenga la empresa.

Los organismos de control también juegan un papel muy importante en la ejecución de nuestro proyecto. Los organismos de control de cierta manera podrían impedir que cualquiera de nuestras ideas no pueda ser efectuada, ya que para ello se requiere de algunos requisitos.

2.0.01 Matriz de involucrados.

Actores involucrados .	Intereses sobre el problema central.	Problemas percibidos.	Recursos mandatos y capacidades.	Intereses sobre el proyecto.	Conflictos potenciales.
Empresa.	Reconocimiento de la empresa Incremento de rentabilidad Posibles clientes potenciales.	No existe un reconocimiento. Falta de clientela.	Humanos . Tecnológicos.	Obtener un reconocimiento, para que así la empresa obtenga mayor rentabilidad.	Falta de aceptación de los clientes hacia la empresa.
Cliente Interno.	Incremento de clientela Mayor organización dentro de la empresa en el ámbito de clientela.	Clientela.	Recursos humanos.	Posible incremento de salario.	No aceptar las estrategias establecidas para mejorar.
Cliente Externo.	Satisfacer un deseo una necesidad que	Desconocimiento del lugar donde se	Recursos Financieros Humanos.	Tener un lugar disponible para traducción de	No poder cumplir con exigencias del cliente.

	tengan obtener nuestro servicio.	realice este tipo de servicio.		documentos y demás.	
Gobierno.	La empresa se encuentre bien establecida para el cobro de impuestos.	Tributos no tan elevados.	Recursos financieros.	Impuestos o tributos más elevados.	No contar con el monto económico que podría solicitar el gobierno.
Organismos de control.	Descoordinación en la empresa lo que incrementa su trabajo.	Incumplimiento de algunos lineamientos.	Recursos Financieros Humanos.	Obtener beneficio en el cobro de pagos y multas.	Lineamientos no cumplidos por la empresa.
Competencia.	Mayor fidelización de clientes.	La competencia puede tener mayores recursos para promocionarse.	Campaña publicitaria engañosa.	Conocimiento de nuevas estrategias competitivas.	Crecimiento en fidelización de clientes.
Instituto Tecnológico Superior Cordillera.	Desarrollar la capacidad del estudiante al hacer el plan de marketing.	Falta de control sobre el proyecto.	Lineamientos para la realización del proyecto.	Demostrar el conocimiento adquirido por el estudiante.	Que el proyecto no cuente con los lineamientos requeridos.



Proveedores.	Proporcionar material necesario para la empresa.	Falta de organización.	Ofrecer productos de calidad.	Generar mayor utilidad.	Mayor demanda por parte de la competencia.
Proyectista.	Demostrar los conocimientos adquiridos a través del plan de marketing.	La empresa no consta de un plan de marketing.	Cumplir con los parámetros establecidos por el instituto para realizar el proyecto.	Poder posicionar a la empresa de traducciones Cedia.	Incumplimiento de parámetros establecidos por el Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Elaborado por: Yessenia Dávalos

Fuente: Empresa Cedia



Análisis.

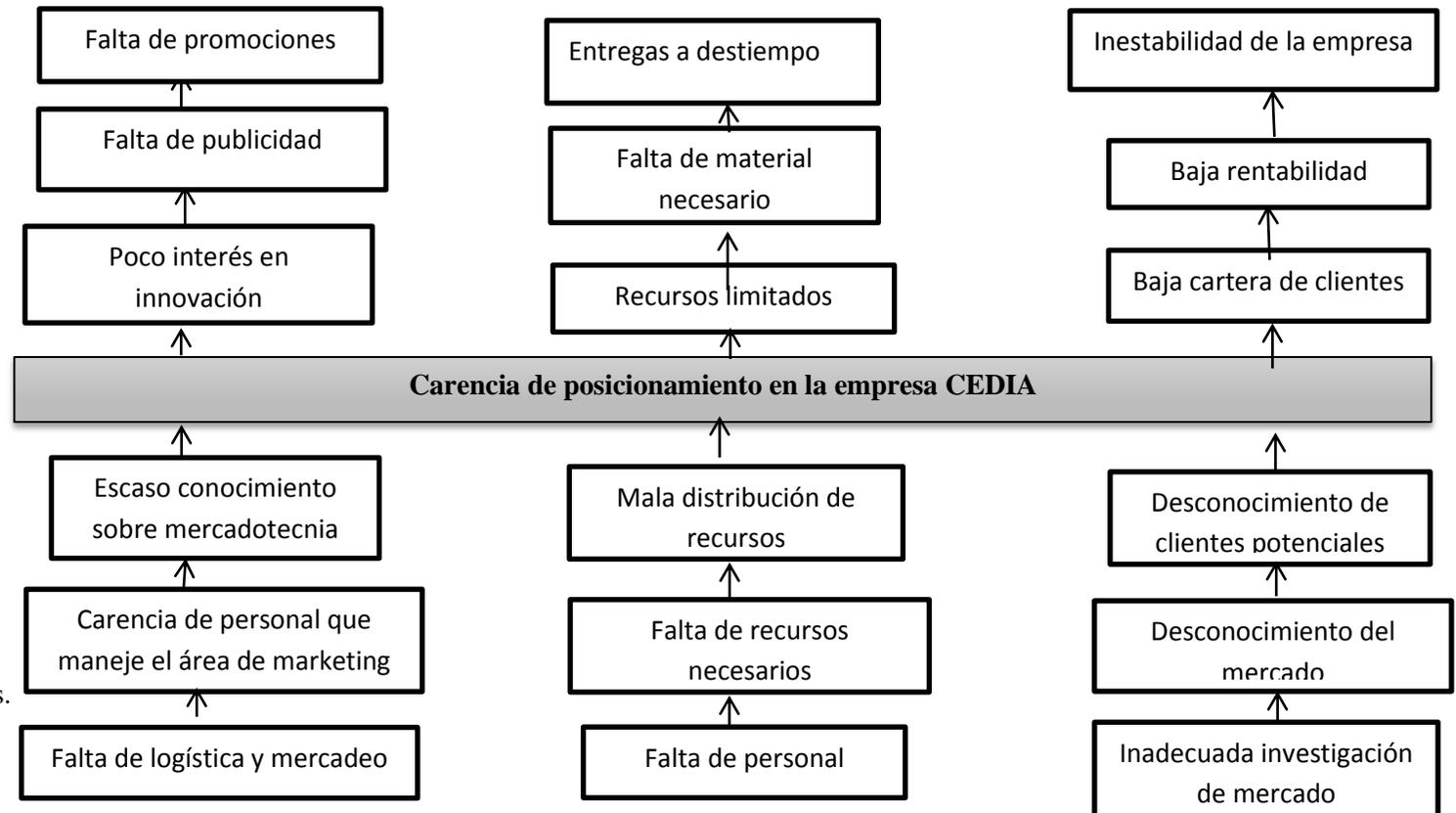
En la matriz de involucrados encontramos a cada uno de los organismos y entidades que pueden estar involucrados con el desarrollo de nuestro proyecto directa e indirectamente.

En cada una de estas entidades encontramos cierto grado de dificultad para la ejecución de nuestro proyecto.

La empresa necesita obtener un reconocimiento y obtener mayor rentabilidad, para ello se encuentra con muchas trabas, ya que por el mismo echo de obtener más clientela y rentabilidad deberá pagar más tributos al estado y a sus distintas entidades.

Por otro lado la empresa también deberá contar con recursos tanto humanos, financieros y tecnológicos para poder cumplir con un estatus de calidad y brindar un servicio de calidad a su clientela.

3.01.00 Árbol de problemas.



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedia.



Análisis.

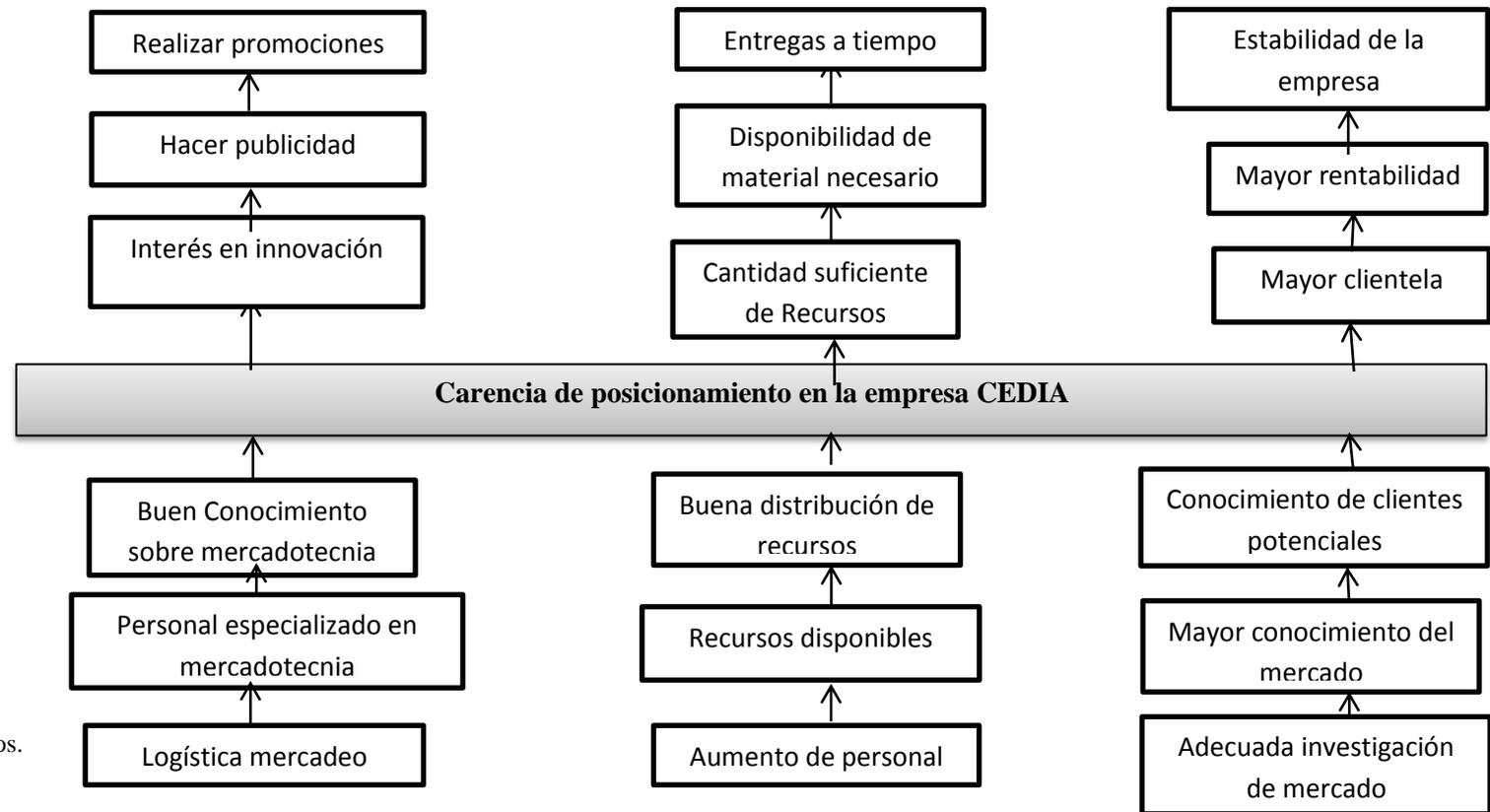
El árbol de problemas nos permite tener una visión más clara sobre las causas y efectos que provocan el problema central, analizando cada uno de ellos podemos darnos cuenta de lo que puede afectar directa o indirectamente a la empresa.

Existen algunos problemas como la inexistencia de un departamento de marketing, lo que conlleva a que no existan personas especializadas y con conocimientos en mercadotecnia lo que causa la carencia de estrategias competitivas y posiblemente clientes no fidelizados.

La carencia de capital es otra de las causas por las cuales la empresa no cuenta con un plan de marketing, esto lleva a una mala distribución de recursos a recursos limitados, a la falta de publicidad y a la pérdida de posibles clientes potenciales.

La inadecuada investigación de mercado es otra de las causas y esta lleva al desconocimiento de los clientes lo cual es muy importante para mantener una rentabilidad en la empresa y que la misma pueda mantenerse en pie.

3.01.01 Árbol de objetivos.



Elaborado por: Yessenia Dávalos.
Fuente: Empresa Cedia



Análisis.

El árbol de objetivos nos permite analizar los problemas ya tratados anteriormente pero tratando de solucionarlos y verlos de una forma positiva.

La empresa podrá tomar los mismos problemas como posibles soluciones y ponerlas a su favor y obtener mayor rentabilidad y reconocimiento.

4.01.00 Matriz de Análisis de Alternativas.

Objetivos.	Impacto sobre el propósito.	Factibilidad técnica.	Factibilidad financiera.	Factibilidad social.	Factibilidad política.	Total.	Categoría.
Adecuada investigación de mercado.	5	3	3	4	3	18	Medio alto.
Mayor conocimiento del mercado.	4	3	4	4	4	19	Medio alto.
Conocimiento de clientes potenciales.	5	2	3	4	3	17	Medio alto.
Mayor clientela.	5	4	3	3	3	18	Medio alto.
Mayor rentabilidad.	4	3	5	2	4	18	Medio alto.
Estabilidad de la empresa.	4	3	4	3	5	19	Medio alto.
Aumento de personal.	3	3	4	4	4	18	Medio alto.
Recursos disponibles.	3	3	4	4	4	18	Medio alto.



Buena distribución de recursos.	4	4	5	2	3	18	Medio alto.
Cantidad suficiente de recursos.	4	2	4	3	2	15	Medio alto.
Disponibilidad de material necesario.	5	3	4	4	2	18	Medio alto.
Entregas a tiempo.	4	3	4	3	2	16	Medio alto.
Logística y mercadeo.	4	3	3	2	3	15	Medio alto.
Personal especializado en mercadotecnia.	4	3	4	3	2	17	Medio alto.
Interés en innovación.	4	3	3	4	3	17	Medio alto.
Hacer publicidad.	4	3	3	4	3	17	Medio alto.
Realizar promociones.	3	3	4	3	3	16	Medio alto.



Buen conocimiento sobre mercadotecnia.	4	3	3	3	3	16	Medio alto.
--	---	---	---	---	---	----	-------------

Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedia



Análisis

La matriz de análisis de alternativas nos permite conocer cuáles son algunas de las opciones que tenemos para poder resolver el problema central.

Según el resultado que tenemos en el análisis de cada una de ellas veremos cuál es la solución más factible y la que le conviene a la empresa para lograr su objetivo.

4.01.01 Análisis de impacto de los objetivos.

Objetivos.	Factibilidad de lograrse.	Impacto de genero.	Impacto ambiental.	Relevancia.	Sostenibilidad.	Total.	Categorías.
Adecuada investigación de mercado.	La empresa tendrá mayor claridad de cuales son sus principales clientes. (4)	Incremento de lingüística en hombres y mujeres. (3)	Mejora el entorno social. (3)	Encontrar el público adecuado al cual dirigirse. (4)	Fortalece el servicio de la empresa. (4)	18	Medio alto.
Mayor conocimiento del mercado.	El conocer el mercado llevara a la empresa a obtener mayor ventaja. (4)	Conocimiento del mercado tanto masculino como femenino. (3)	Contribuye a conocer en qué condiciones se encuentra el mercado. (3)	Conocimiento del mercado al cual nos estamos enfrentando. (3)	La empresa prestara un servicio de calidad sin importar al público que se dirija pero tendrá mayor conocimiento de su mercado meta, lo que llevaría a que conozca a sus clientes potenciales. (4)	17	Medio alto.

Conocimiento de clientes potenciales.	La empresa sabrá con certeza a donde debe dirigirse. (4)	Los clientes podrán ser masculinos y femeninos. (3)	No se desperdiciaran tantos recursos al realizar publicidad. (3)	Atacar con publicidad directamente a esos clientes. (4)	Ya que la publicidad será dirigida directamente dirigida hacia ellos ,sabrán donde obtener este tipo de Servicio. (4)	18	Medio alto.
Mayor clientela.	La empresa obtendrá mayor rentabilidad. (4)	La clientela tanto hombres como mujeres obtendrán un buen servicio. (3)	Contribuye al entorno laboral. (3)	La clientela es un factor esencial para la estabilidad de la empresa. (4)	La empresa obtendrá mayor capital para obtener recursos de los que pueda carecer. (3)	17	Medio alto.
Mayor rentabilidad.	Es un factor importante para que la empresa pueda mantenerse estable. (4)	Posible incremento en los sueldos de los empleados. (2)	Protege los recursos monetarios. (4)	La rentabilidad ayuda a obtener recursos que le empresa pueda necesitar. (4)	La rentabilidad es un factor importante dentro de cualquier organización ayuda a que pueda mantenerse e incluso adquirir recursos que la misma pueda necesitar. (4)	18	Medio Alto.



Estabilidad de la empresa.	Podría generar empleo a personas que lo necesiten. (3)	Le empresa podría contratar personal masculino y femenino. (3)	Contribuye a la mejora del servicio. (4)	Beneficia a los miembros de la organización. (5)	Incremento de recursos que pueda necesitar la empresa. (3)	18	Medio alto.

Aumento de personal .	Mayor cantidad de personas que puedan ofrecer el servicio. (3)	El personal contratado puede ser de ambos sexos. (2)	Menos personas desempleadas. (2)	El personal será calificado para realizar el trabajo. (5)	El trabajo podrá realizarse en menor tiempo. (3)	15	Medio.
Recursos disponibles.	Los recursos disponibles ayudaran a que la empresa ofrezca un mejor servicio (3)	Mayor concentración del personal en su área de trabajo (3)	Buena utilización de los recursos sin desperdiciar (2)	Trabajo realizado con más rapidez (4)	El trabajo será realizado con mayor calidad sin demora (3)	15	Medio.
Buena distribución de recursos.	El capital de la empresa no será tan reducido. (2)	Los empleados realizaran su trabajo sin complicaciones. (3)	Se generara menor cantidad de desperdicios. (2)	La buena distribución de recursos podría ayudar a tener un fondo en la empresa. (3)	Distribuir correctamente los recursos es una forma de ahorrar dinero. (4)	14	Medio .
Cantidad suficiente de recursos.	Es de suma importancia para la	Se trabaja con mayor eficiencia.	Los recursos no son desperdiciados.	Mayor capacidad.	Los recursos son importantes para el desarrollo de los		Medio.

	empresa. (3)	(2)	(2)	(4)	pedidos. (3)	14	
Disponibilidad de material necesario.	Trabajo realizado con calidad. (2)	Aprovechamiento del tiempo. (3)	Contribuye al entorno laboral. (3)	Prioridad para los empleados de la empresa. (3)	Es un factor muy importante para realizar un trabajo en menor tiempo. (3)	14	Medio.
Entregas a tiempo.	Clientela satisfecha. (4)	Personal recompensado por realizar un buen trabajo. (2)	El tiempo de entrega será en un tiempo prudente. (4)	Beneficia a la empresa . (3)	Los clientes tendrán mayor confiabilidad. (5)	18	Medio alto.

Logística y mercadeo.	Mayor control sobre el servicio. (4)	Mejor organización en el lugar de trabajo. (3)	Aprovechamiento de los recursos. (3)	Organización dentro de la empresa. (4)	La organización en cualquier organización es un factor importante que no debe dejarse de lado ,permitirá tener un mayor control en la empresa. (4)	18	Medio alto.
Personal especializado en mercadotecnia.	Podrá plantear estrategias y campañas publicitarias. (5)	Capacitados en lograr reconocimiento de la empresa. (4)	Ambiente laboral con conocimientos acordes. (2)	Fortalecimiento del desempeño de funciones. (3)	Mejora continua para la empresa. (4)	18	Medio alto.
Interés en innovación.	Nuevas estrategias según las nuevas tendencias. (4)	ideas de acuerdo a las nuevas tendencias. (3)	Aprovechar recursos que pudieron ser considerados no útiles. (3)	El interés en innovación es un punto importante dentro de cualquier empresa. (4)	La innovación es un punto la innovación es un punto clave para mantener la atención del cliente. (4)	18	Medio alto.

					(4)		
Hacer publicidad.	Mayor conocimiento de los clientes hacia la empresa. (4)	Publicidad sin ningún tipo de mensajes ofensivos. (3)	Publicidad en redes sociales sin gasto de papel. (4)	Mayor interés de los clientes. (3)	La publicidad hará que el público en general sepa dónde acudir cuando necesite este tipo de servicio. (4)	18	Medio alto.
Realizar promociones.	Atraer mayor porcentaje de clientela. (4)	Promociones que beneficien al público en general. (3)	Mejorar la calidad del servicio aunque sea parte de la promoción. (4)	Mejorar promociones de la competencia. (3)	La promoción es una parte esencial de cualquier producto o servicio es lo que atrae a los clientes al momento de la compra o adquisición de un servicio. (4)	18	Medio alto.



Buen conocimiento sobre mercadotecnia.	Buenas estrategias competitivas. (4)	Aporte de ideas creativas. (4)	Optimización de recursos como papel. (2)	Fidelización de clientes. (4)	Entrada de nuevos clientes. (4)	18	Medio alto.
--	---	-----------------------------------	---	----------------------------------	------------------------------------	----	-------------

Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedia

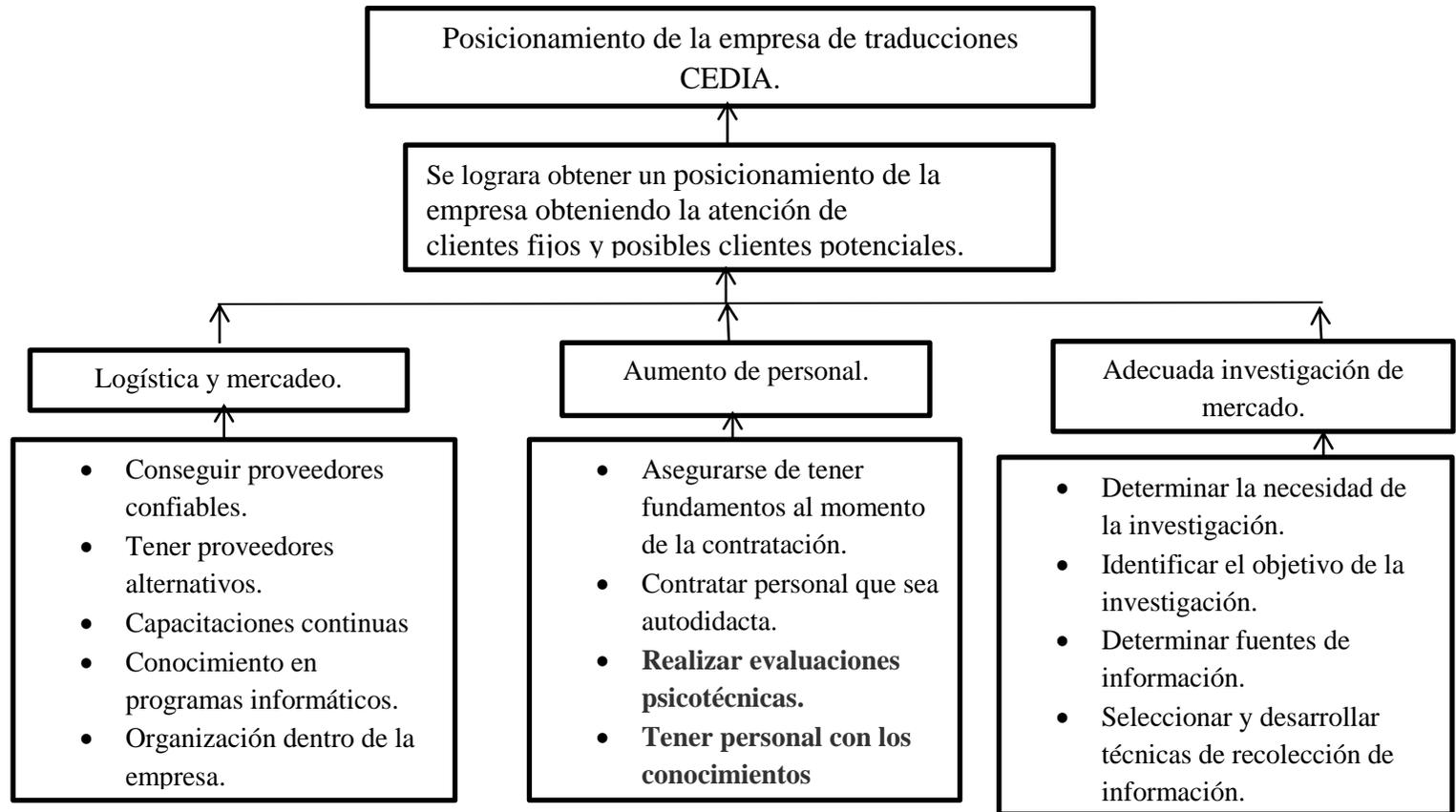


Análisis

El análisis del impacto de los objetivos nos permite examinar más a fondo ciertas observaciones que teníamos planteadas anteriormente en la matriz de análisis de alternativas.

Cada una de los objetivos debe ser analizado de acuerdo a algunos factores como son el aporte que brindaría nuestro proyecto a la empresa, como generaría un impacto a cada género, impacto a la sociedad y su sostenibilidad, factores que son muy importantes para en cierto modo comprobar si nuestro proyecto podrá tener un buen impacto e impulsar a la empresa o no.

4.01.02 Diagrama de estrategias.



Elaborado por: Yessenia Dávalos
Fuente: Empresa Cedia.



Análisis.

El diagrama de estrategias nos permite conocer cuáles serían las estrategias que utilizaremos para que se cumplan los objetivos planteados anteriormente.

Las estrategias nos guiarán a la obtención de buenos resultados para que la empresa sea rentable y no vaya a la quiebra.

4.01.03 Matriz de marco lógico.

Resumen narrativo.	Indicadores.	Medios de verificación.	Supuestos.
Se <i>logrará</i> obtener un posicionamiento de la empresa ,obteniendo la atención de clientes fijos y posibles clientes Potenciales.	El proyecto ayudara a incrementar la cartera de clientes, lo que se consideraría a mediano plazo.	Realización de encuestas.	Resistencia al cambio por parte de los empleados de la empresa.
Elaborar un plan de marketing para el posicionamiento de la empresa de Traducciones "Cedia".	El plan de marketing ayudara a que la empresa obtenga mayor Reconocimiento en el mercado.	Incremento en la rentabilidad de la empresa.	Posible rechazo de ciertas estrategias establecidas en el plan de marketing.
Conocimiento de clientes Potenciales.	Aumento de la cartera de clientes en la empresa.	Incremento en número de clientes con relación a años anteriores.	A los clientes talvez no les guste el servicio brindado por la empresa.
Personal especializado en Marketing.	Propuestas que ayuden a la empresa a ser competitiva en el mercado.	La empresa pueda ser competitiva frente a la competencia.	Contratación de personal sin verificar sus conocimientos.



Disponibilidad de material necesario.	Al tener que realizar un trabajo tener lo necesario para llevarlo a cabo.	Verificar la cantidad que se tenía con respecto a años anteriores al momento de realizar los trabajos solicitados.	Los proveedores podrían no llegar con los pedidos solicitados por parte de la empresa.
---------------------------------------	---	--	--

Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedia.



Análisis.

La matriz de marco lógico nos permite ver mediante el análisis de algunos de los objetivos y estrategias a donde queremos llegar con todo lo implementado, y ver cuál de ellos podría no ayudar tanto al crecimiento de la empresa y la estabilidad de la misma.

CAPITULO V: PROPUESTA.

5.01.00 Análisis histórico.

El arte de la traducción e interpretación nació hace mucho tiempo en la historia de la humanidad. Antiguamente la escritura fue considerada como un regalo de dios posteriormente con la aparición de la escritura nació la traducción.

La profesión del traductor es muy antigua por lo que hay que tener en cuenta que los arqueólogos descubrieron tabletas escritas en otros idiomas, de aproximadamente 4500 años de antigüedad.

La traducción es el arte de transferir mensajes escritos en cualquier lengua y la interpretación es transferir un mensaje de forma oral de una lengua a otra, existen muchos pueblos que tienen distintas lenguas que han debido comunicarse de forma oral con otros pueblos.



Existen muchas lenguas habladas en el planeta, y solamente pocas de ellas tienen tradición literaria. Los traductores e intérpretes a lo largo de la historia han ayudado a que las diferentes lenguas puedan ser comprendidas y entendidas por diferentes personas.

La empresa de Traducciones Cedia fue creada en el año de 1992 por la señora Olga Edith Camacho del Castillo quien es actualmente Gerente de la empresa.

Esta empresa fue creada a partir de una idea de su fundadora, anteriormente a la constitución de la empresa la señora Olga Camacho tenía el oficio de funcionaria del Banco Mundial lo que demandaba que pasara viajando la mayoría del tiempo.

Tiempo después por circunstancias personales debió elegir entre seguir siendo funcionaria internacional o trabajar desde su hogar, así que eligió trabajar desde su casa mientras cursaba una carrera la de derecho y es lo que le dio pie a extender sus servicios al ámbito legal lo que le permitía realizar traducciones e interpretaciones en el ámbito legal.

Años después a la consultoría especialmente en agroindustria que es un servicio que la empresa que actualmente la empresa ya no ofrece ,ya que el rubro que mayor ganancia le deja es el de traducción e interpretación.



La empresa se constituyó con poco capital y mucho conocimiento de parte de su fundadora. Como toda empresa recién constituida empezó con pocos recursos y materiales, en sus inicios las traducciones se realizaban a máquina de escribir eléctrica lo que era un poco más incómodo y demoroso.

Se empezó buscando clientes con amigos ,conocidos ,trabajos pequeños ,pero poco a poco y con el pasar del tiempo la empresa fue tomando fuerza gracias a su seriedad ,cumplimiento ,calidad , lo que hacía que fuera la mejor forma de ir multiplicando clientes

Le empresa de Traducciones Cedia es un ejemplo de perseverancia, empeño y mucho esfuerzo que ha logrado salir adelante gracias a algunos factores que ayudaron a que sea hoy en día sea una empresa la cual es solicitada por su excelente calidad de trabajo.

Visión.

Ser una empresa de traducción e interpretación reconocida por su gran calidad, profesionalismo y puntualidad.

Misión.

Nuestro compromiso es ofrecer servicios de traducción a un precio razonable, sin comprometer la calidad.



El plan de marketing es un documento escrito en el que se recogen los objetivos, las estrategias, los planes de acción relativos a los elementos de Marketing-Mix, que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia dictada en el ambiente corporativo, año tras año, paso a paso”. **(Kotler, P.)**

5.01.02 Análisis Causal.

Para que cualquier empresa pueda subsistir y lograr alcanzar objetivos en un mercado competitivo como en el que nos encontramos necesitamos establecer algunas estrategias de que nos ayudaran a mantenernos, crecer, e incluso ayudarnos a obtener mayor rentabilidad.

Una de las estrategias validad para cualquier empresa es la atención al cliente.

¿Qué persona no se siente feliz y confiada con una buena atención al cliente?, pues bien emplearemos una atención especial en los clientes además de ofrecerles el excelente servicio que se merecen, llevaremos una base de datos para estar pendientes de ellos y preguntarles acerca de nuestra atención y que les gustaría que se mejore en la empresa.

Nuestra empresa tiene una ventaja competitiva frente a otras empresas, ya que la mayoría de empresas que se dedican a este servicio, es decir el servicio de traducciones no cuenta con traductores legales; pero por nuestro lado nuestros



traductores son legales y el cliente que lo sepa se sentirá más tranquilo y confiado si su trabajo es realizado por personas calificadas.

Ofrecer promociones es algo esencial, a las personas les gusta que siempre existan descuento y promociones así que ofreceremos descuentos por cantidad, es decir el número de palabras que deseen traducir.

Personas.

Los clientes se sentirán en cierta forma parte de la empresa no solo como un medio más para ganar dinero, sentirán confianza y no tendrán miedo de que la empresa no cumpla con parámetros de calidad.

Proceso.

Todos utilizamos las redes sociales, al tener una página en Facebook aremos que los clientes tengan la comodidad de interactuar, y conocer de nuevas promociones o noticias de la empresa.

Producto.

Un producto de calidad hace que los clientes se sientan satisfechos, más aun sabiendo que ofrecemos garantías por nuestro producto.



Punto de distribución.

No habrá confusión por parte del cliente, nunca se ha modificado nuestro punto de distribución y para los clientes nuevos que no conocen la empresa se encontrará la dirección exacta, nuestra ubicación es en un lugar accesible. Y generar comodidad clientes que no pueda acercarse físicamente a la empresa utilizando programas como Wetranfer y Dropbox .

Wetranfer es un programa que permite compartir archivos pesados, cosa que es muy difícil hacer en otro tipo de programas, y no se necesita que el usuario que envía ni el que recibe el archivo cree ninguna cuenta.

Promoción.

Gracias al material publicitario que tendremos los clientes tendrán presente a nuestra empresa, los clientes tendrán información exacta de la empresa.

Precio.

El precio es accesible, los clientes verán que nuestros costos no son tan elevados, y verán que no nos basamos en la calidad según el precio.



5.01.02 Análisis FODA.

<u>Fortalezas.</u>	<u>Debilidades.</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contamos con traductores legales lo que es una ventaja competitiva. 2. Instalaciones amplias y cómodas. 3. Contamos con el sistema informático de traducciones TRADOS. 4. Costos accesibles. 5. Traducciones certificadas y legales. 6. Ubicación de la empresa en un lugar de fácil acceso al público en general. 7. Cuenta con mensajería para una entrega más rápida de documentos solicitados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa no tiene un reconocimiento suficiente. 2. Falta de publicidad. 3. No existe suficiente recurso financiero. 4. Desinterés en innovación.



<u>Oportunidades.</u>	<u>Amenazas.</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar la participación en el mercado. 2. Capacitaciones a los traductores. 3. empleados en nuestra empresa. 4. Mejoramiento del servicio. 5. Existencia de un mercado seguro. 6. Publicidad boca a boca. 7. Vemos a la competencia en cierto punto como una oportunidad ya que nos ayuda a superar metas propuestas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado competitivo. 2. Nuevas normas impuestas por el Estado Ecuatoriano en el ámbito laboral. 3. Clientes demasiado exigentes .

Elaborado por: Yessenia Dávalos.



El posicionamiento no es lo que se realiza con un producto, el posicionamiento es lo que se construye en la mente de las personas, es decir se posiciona el producto en la mente de las personas. **(Philip, 2008)**

5.01.03 Análisis Situacional.

En la empresa de traducciones Cedia como en cualquier empresa han existido cambios sobre todo hablando de herramientas tecnológicas y volumen y nivel de clientela.

Antiguamente la empresa contaba con trabajos pequeños que no tenían mayor importancia pero de igual forma generaban un ingreso a la empresa.

Actualmente la empresa es requerida en el ámbito legal de empresas como La Fiscalía, y varias empresas privadas, y gracias al buen servicio y calidad que ofrece la empresa los mismos clientes se encargan de recomendarla y existe un efecto multiplicador.

La empresa se encuentra registrada en el INCOP (Instituto Nacional de Contratación Pública) como proveedora del Estado, el INCOP hace un



llamamiento previo donde la empresa licita para obtener traducciones que normalmente son altas.

Aún se encuentra anuncios de la empresa en las páginas amarillas donde se encuentra ubicación exacta y número telefónico de contacto.

Tecnológicamente hablando actualmente la empresa cuenta con sistemas más actuales como el sistema informático TRADOS que es una de las herramientas más actuales para realizar traducciones con precisión lo que ahorra mucho tiempo y costos.

Para comodidad de los clientes hoy en día la empresa se maneja también con Wetransfer y Dropbox que son plataformas que permiten cargar y descargar archivos de gran tamaño, lo que permite que para el cliente sea una forma más fácil, rápida y cómoda de obtener sus traducciones sin complicaciones.

Se encuentra ubicada en la avenida el Inca, donde se ha mantenido desde su fundación, y es un lugar de fácil acceso para los clientes.

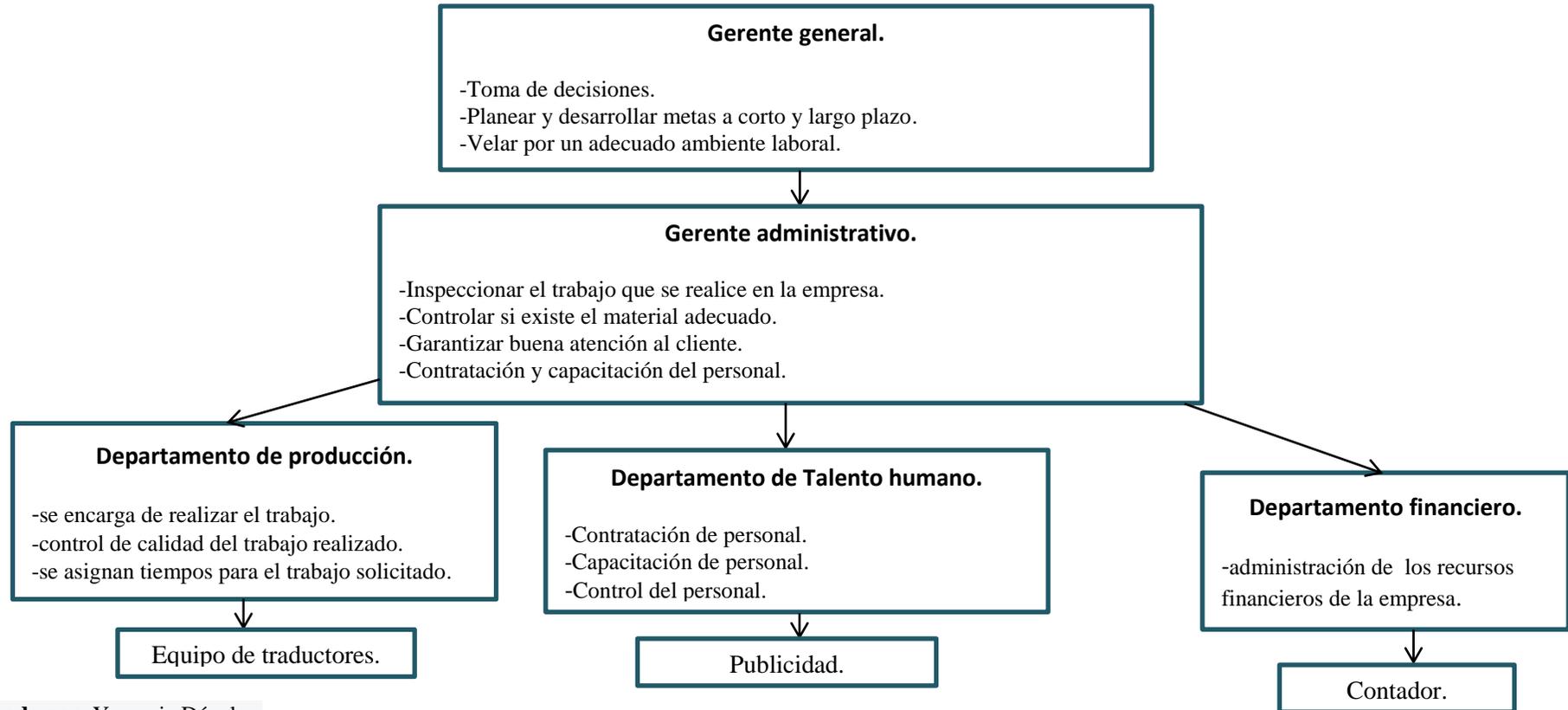
Con esfuerzo y perseverancia la empresa ha logrado salir adelante, sin olvidar el servicio de calidad que brinda y es por eso que sus clientes han ido creciendo y algunos casos fidelizándose con el paso del tiempo.



La empresa actualmente no cuenta con un plan de marketing que la ayudaría a posicionarse en el mercado, que el público en general conozca acerca de los servicios que la misma ofrece.

Los servicios que la empresa CEDIA ofrece son de traducción en doce lenguas e interpretación en dos lenguas, se realiza en todo tipo de documentos con garantía y calidad.

Organigrama funcional.



Elabrado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedia



5.01.04 Análisis estadístico.

El análisis estadístico nos permitirá conocer como se encuentra la competencia, nos permitirá conocer si tenemos algún tipo de ventaja frente a nuestros principales competidores, a continuación una lista de los mismos.

Utilidad anual de la empresa: \$25.000

Ganancia mensual gerente: \$ 2.000

Empresa.	Costo.	
	Pagina	Palabra
Cambridge school of lenguajes.	\$ 38	\$ 0.24
W. E. A. Education Access.	\$15.68	\$0.21
Bridge traducciones.	\$27.50	\$0.22
Teampullas.	\$40	\$0.15
Pizarrones visual.	\$27.99	\$0.25
Centro Cultural Italiano.	\$35	\$0.25
Iku Matemáticas.	\$27.99	\$0.32
Globacom Traslations	\$40	\$0.20
Passport	\$28	\$0.32
A. B. C. Traducciones	\$38.99	\$0.31
Top Notch Traducciones	\$33	\$0.18
Ochoa Rizzoli	\$45	\$0.25
Traducciones		

Elaboado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Consulta de costos de la competencia.

Según McCarthy y Perrault, el plan de mercadotecnia (marketing), es la formulación escrita de una estrategia de mercadotecnia y de los detalles relativos al tiempo necesario para ponerla en práctica.

Este artículo fue extraído del siguiente enlace:

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/plan-mercadotecnia.html>

5.01.05 Descripción.

La elaboración de un plan de marketing para la Empresa CEDIA traerá muchos beneficios ya que por medio de este plan se podrá obtener un posicionamiento que ayudara a la empresa a conocer mejor a sus clientes, a atraer posibles clientes potenciales, obtener más clientela y mayor rentabilidad.

Con algunos de los parámetros y estrategias planteados en el plan de marketing se llegara a obtener una cartera de clientes mayor de la forma más conveniente e incluso optimizando recursos.

Debemos tomar en cuenta que el plan de marketing no es algo que ara que la empresa obtenga mayor ganancia de la noche a la mañana, este es un proceso que lleva cierto tiempo y es el fruto de una planificación de día a día de acuerdo a las exigencias y necesidades que sé que se presentan en el mercado.



El plan de marketing es un instrumento esencial para el manejo de cualquier empresa ya que ayuda a comercializar un bien o servicio de una manera mucho más eficaz, destacando

que el plan de marketing debe ser realizado de acuerdo a las necesidades y al tipo de empresa al que este vaya dirigido.

El plan de marketing permite conocer cómo se encuentra actualmente la empresa, lo que permitirá tener noción de que estrategias necesitamos implementar para que la empresa crezca y pueda obtener el reconocimiento.

5.01.06 Proceso de formulación de la propuesta.

No todas las empresas prestan el mismo servicio u ofrecen el mismo producto, es por esto que no se puede estandarizar o facilitar un programa o matriz para que las empresas realicen el plan de marketing, cada una lo hará de acuerdo a sus necesidades y exigencias.

El plan de marketing requiere un trabajo algo laborioso para que pueda ser relatado de forma concreta sin tantas complicaciones innecesarias. Las etapas del plan de marketing pueden ser diversas dependiendo del criterio de cada autor.

Para cualquier empresa es de vital importancia evaluar constantemente los resultados obtenidos gracias a las estrategias que se hayan establecido, ya que el mercado va cambiando constantemente.



Nuestro plan de marketing será realizado basándonos en la matriz RMG ya que es una herramienta fácil, efectiva y analiza los aspectos más importantes para tener éxito en el mercado.

La matriz RMG es una herramienta de análisis en marketing, netamente española, que ha sido desarrollada con éxito por la empresa consultora que le da nombre.

La creación de la matriz RMG no ha sido casual sino que ha sido el fruto de más de 30 años de investigación y experiencia en marketing. Lejos de ser una mera ilusión teórica, la matriz se ha venido aplicando en casos concretos de empresas y productos a los que se le han realizado auditorías de marketing, siendo un elemento vital para valorar su situación o la de sus productos en el mercado.

A grandes rasgos, la matriz RMG analiza los factores internos y externos de la empresa que pueden ser determinantes para conocer su grado de competitividad, así como la aceptación o rechazo que un determinado producto o servicio recibe del mercado.

Este artículo fue extraído del siguiente enlace: <http://www.marketing-xxi.com/la-matriz-rmg-i-21.htm>

A título de resumen cabe resaltar de la matriz:

- Primera y única realizada por una empresa española, ya que las existentes nos han venido principalmente de EE. UU. [BCG (Boston Consulting Group), McKinsey...).
- Inscrita favorablemente el 4 de noviembre de 1998 en el Registro General de la Propiedad Intelectual del Ministerio de Educación y Cultura en España.
- Estudia un aspecto poco analizado en otras matrices: el grado de competitividad de la empresa frente al mercado.
- Eminentemente práctica.
- Será preciso que el equipo directivo y la alta dirección estén dispuestos a aceptar la posible crítica de los resultados obtenidos.

Este artículo fue extraído del siguiente enlace: <http://www.marketing-xxi.com/la-matriz-rmg-i-21.htm>

5.01.06 Nivel de innovación en la compañía.

La innovación es un punto muy importante dentro de cualquier empresa sin importar a que se dedique la misma. La empresa que no innova se quedara estancada ya que vivimos en un mundo globalizado donde todo va cambiando



constantemente, y debemos adaptarnos a las nuevas tendencias y exigencias de los consumidores ya que son ellos quienes nos mantienen en pie en el mercado.

La innovación no solo nos permite adquirir nuevos espacios de mercado o ganar mayor cantidad de dinero, también nos permite centrarnos en ofrecer un mejor producto o servicio.

A pesar de que la empresa de Traducciones Cedia se encuentra mucho tiempo en el mercado, no ha tenido una innovación considerable, así que se han planteado nuevas ideas de innovación como:

- Explorar y captar nuevos clientes que no se hayan considerado anteriormente.
- Analizar nuestra cadena adquisitiva, es decir ¿Quién adquiere más nuestro servicio?, ¿Que influencia su adquisición? , ¿Porque lo adquiere?.
- Innovar en el aspecto de costos, costos que los consumidores acepten y les parezcan razonables.
- Se podría contar con un experto en marketing para que asesore a nuestros clientes y que ellos tengan certeza de que tendrán éxito en su misión.
- Tendremos una página interactiva en facebook, y twitter ya que son redes sociales masivas y tienen miles de usuarios, para ellos será fácil encontrar un servicio de traducción con solo ingresar a su red social.

- Hablando de internet además también de constar en las páginas amarillas, contaremos con una página web que se encuentra con toda la información que los clientes requieran, incluso el número telefónico y correo electrónico al que pueden contactarnos.
- Un pequeño baúl donde se depositarán todas las quejas, críticas, sugerencias, etcétera que ara que la empresa mejore tanto su atención al cliente como su servicio si hubiera que hacerlo.

5.01.08 Atención al cliente.

Otro punto de vital importancia dentro de cualquier compañía sin importar que producto o servicio ofrezca es el servicio al cliente .Los clientes deben ser tratados de una manera que los deje satisfechos y con intención de regresar al lugar ya que han recibido la atención que merecían y por supuesto un trabajo bien realizado.

Actualmente la empresa ofrece un buen trato a sus clientes, ellos quedan satisfechos por el trato y satisfechos por el trabajo bien realizado de la empresa.

Un requisito importante y con el que la empresa no cuenta hablando de atención al cliente, es tener un lugar a la vista donde los clientes puedan depositar papelitos con su opinión acerca de la empresa, sugerencias, comentarios y quejas,



que ayudara a la empresa a ofrecer un mejor servicio y q tener a sus clientes contentos y satisfechos.

5.01.09 Política de comunicación de la compañía (externa e interna).

La empresa que pretenda obtener un buen posicionamiento debe ser reconocida tanto por los clientes internos, como por los clientes externos y por todos los grupos sociales sin importar el tamaño de la empresa.

La empresa es conocida por personas del medio empresarial, pero está abierta a explorar en un mercado al que no había entrado antes ya que pueden existir otros nichos de mercado que pueden favorecer a la empresa y lograr obtenga mayor posicionamiento y se más conocida.

Objetivos a cumplirse con esta política:

Notoriedad espontanea.

En este punto nos referimos a que nuestra empresa esté presente en la mente del consumidor sin necesidad de ningún estímulo provocado por nosotros.



Top of mind.

Este objetivo nos permitirá estar en la mente del consumidor, no es una tarea fácil pero podemos lograrlo gracias a la calidad de nuestro servicio.

Imagen de la marca.

Nuestra empresa deberá definir la imagen que quiere que sus clientes tengan de ella para poderla transmitir a sus consumidores, y de esta manera obtener clientes fidelizados y potenciales.

5.02.00 Presencia en internet y redes sociales.

Todas las compañías deben contar con servicio de internet, ya que es una de las herramientas que más se usan actualmente incluso para el cierre de negocios a largas distancias.

El internet es una herramienta de mucha ayuda al momento de posicionar una empresa, ya que nos encontramos en una época en la que todos utilizamos esta herramienta y sobre todo redes sociales.

Es por eso que nos encontraremos presentes en algunas de las redes sociales que más visitadas y que más acogida tienen por parte de los usuarios.

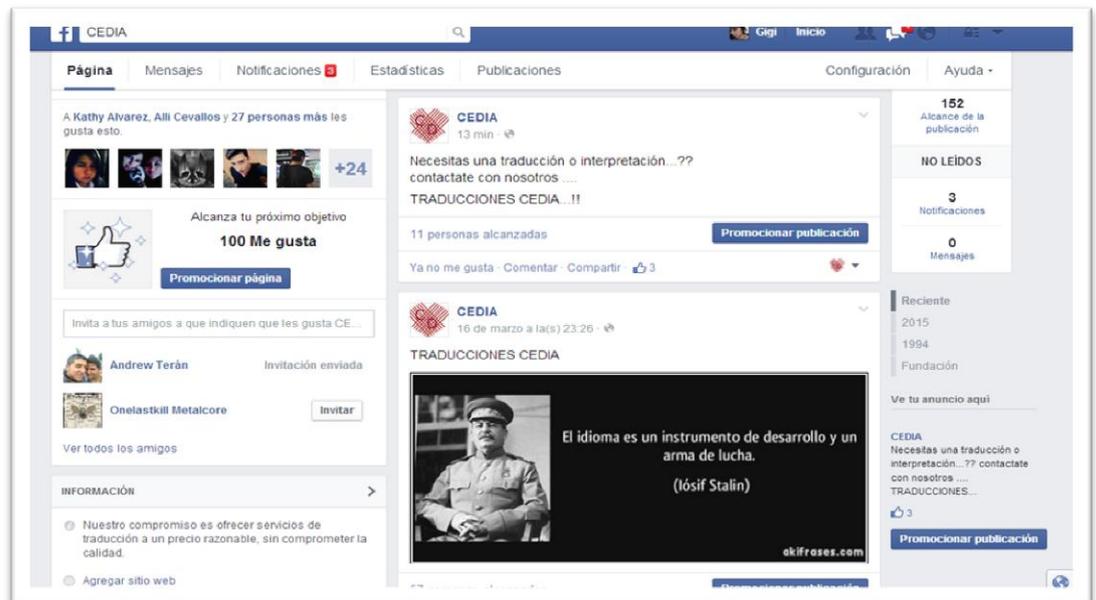


Contaremos con las siguientes:

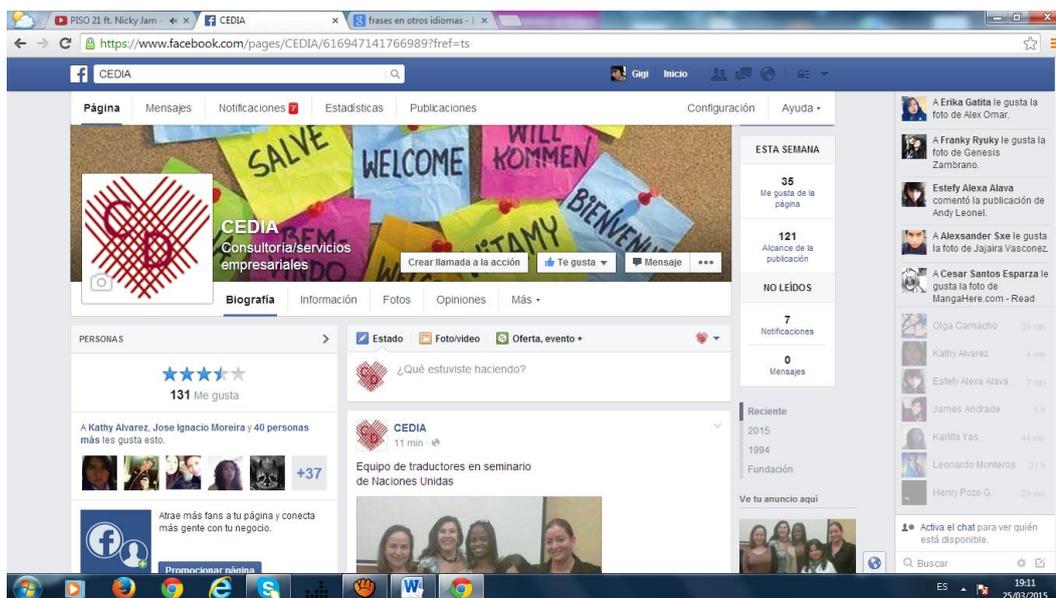
Facebook .

Hemos creado una página en Facebook donde las personas pueden conocer a que se dedica la empresa, su dirección exacta, e incluso su número telefónico para que puedan encontrarla fácilmente sin necesidad de buscar tanto.

A través de esta página las personas también pueden interactuar y dar a conocer sus puntos de vista acerca de la empresa.



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

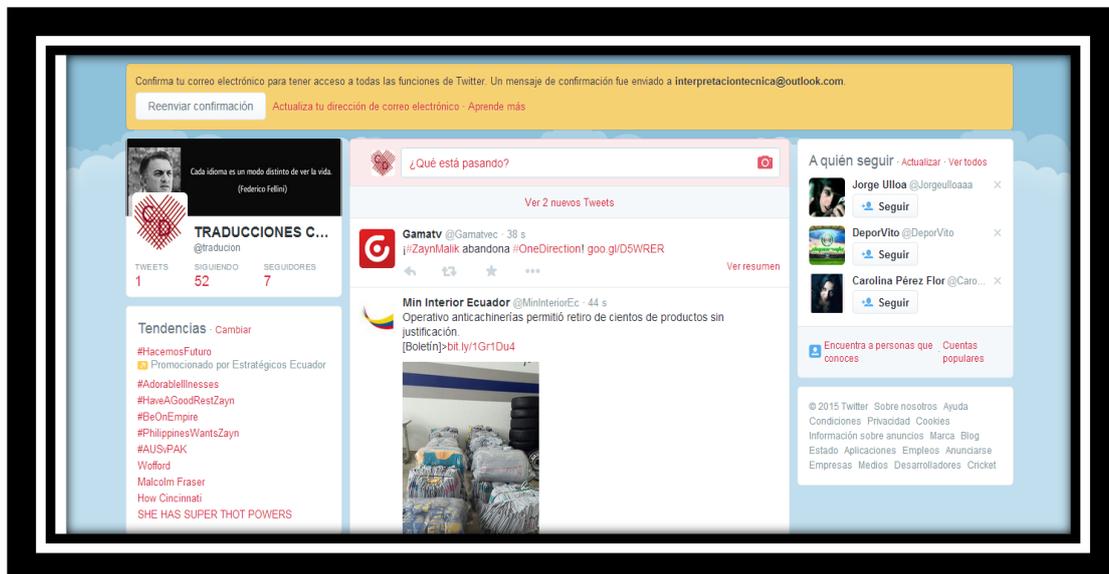


Twitter .

Twitter es una de las redes sociales más utilizadas actualmente, es un medio muy bueno para promocionar a nuestra empresa, en esta página los usuarios también podrán conocer todo acerca de nuestra empresa y poder interactuar con la misma.



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Página web.

También contamos con una página web que permite conocer todo sobre la empresa, la página web es un medio para conocer los pasos que da la empresa y diferentes promociones que la misma ofrece.



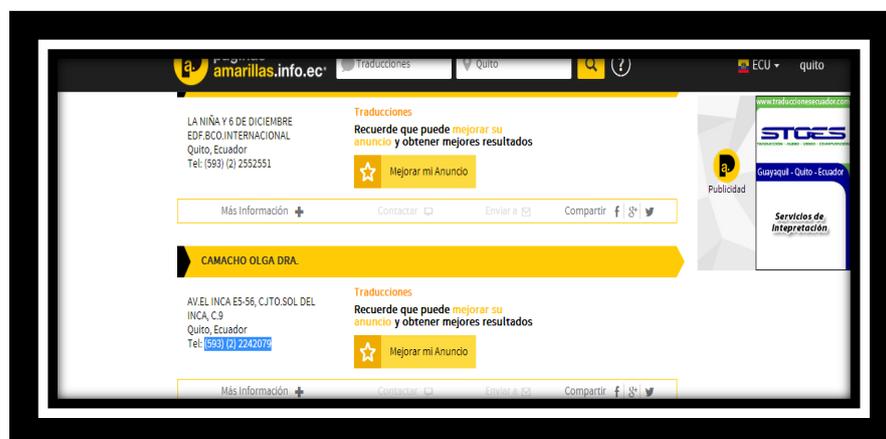
Blog .

También contaremos con un blog, donde constara información de la empresa toda la información de la empresa y alguna información adicional como eventos a los que asista la empresa y algunos trabajos que haya realizado la misma.



Páginas Amarillas.

También nos encontramos en páginas amarillas, con ubicación exacta y teléfonos de la empresa.



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

UNLIMITED HD MOVIES
Get your movie fix...anytime, anywhere!



Ubicación
AV. EL INCA 1813, CJTO. SOL DEL INCA, C.9 | **Quito,**
Pichincha, Ecuador

Email ➤ Envía un mensaje

Teléfono(s)
(593) (2) 2242079



El comercio Camacho Olga Dra. situado en la ciudad de Quito, Ecuador, es especialista en traducciones. Si desea conocer mas, encuéntrenos por teléfono. Será un gusto aclararle cualquier duda!

Un tip para un vientre pequeño:



Reduce tu vientre cada día usando este viejo y raro tip.

▶ punta



5.02.01 Infraestructura inadecuada.

Las empresas siempre deben estar preparadas para una demanda mayor, tanto en nivel de clientes como en nivel de producción.

Este es un aspecto importante ya que si los clientes ven que la empresa no es suficientemente competente para cumplir con sus expectativas lógicamente buscaran otra empresa que lo haga e incluso perderemos clientes que considerábamos ya eran nuestros.

Nuestra empresa cuenta con una infraestructura bastante amplia y cómoda, los clientes se sienten a gusto con ella. Contamos con una sala de espera para los clientes mientras procedemos a atenderlos.

En cuanto al servicio brindado, los clientes se encuentran satisfechos al saber que la empresa tiene personal calificado para realizar el trabajo solicitado.

Por otro lado gracias a la publicidad que ya nos encontramos realizando se podrá obtener mayor cantidad de clientela y la empresa debe estar preparada para ello, y tendrá que contratar nuevos traductores pero sin olvidar que deben ser calificados para el trabajo que deben realizar.

6.02.02 Desconocimiento del cliente.

El desconocimiento del cliente es muy común, si preguntamos a cualquier empresa cual es su cliente objetivo o su target específico muchas de ellas no podrán responder.

Es importante conocer al público al que nos vamos a dirigir específicamente, así ahorraremos tiempo, dinero, entre otros recursos, sin gastar los mismos en un público que no es el nuestro y talvez ni siquiera le interese nuestro producto.

La empresa de Traducciones Cedia se dirige a un target empresarial, legal y judicial .Este es el ámbito en el que la empresa tiene mayor cantidad de trabajo, lo cual es bueno porque es un medio que puede pagar costos algo elevados y de igual forma es un ámbito en el que se necesita seriedad y profesionalismo por lo que hay menor riesgo de que existan clientes morosos que representen un gasto para la empresa.

5.02.03 Política de fijación de precios.

Cada empresa maneja una estrategia de fijación de precios, los precios no deben ser de ningún modo a costa de la calidad del bien o servicio que estemos prestando; siempre se debe ofrecer buenos productos y servicios.

Una buena estrategia para un producto que es lanzado recientemente al mercado o atraer consumidores es salir al mercado con costos accesibles y que llamen la atención a los consumidores. El precio es un factor importante ya que si la competencia ofrece precios más bajos definitivamente los clientes tendrán preferencia por la competencia.

Por otra parte el costo de nuestro producto o servicio podría justificarse gracias a la calidad de la atención al cliente, calidad del producto o servicio, beneficios que se obtendrán al preferir a nuestra empresa, entre otros factores.

En el caso de nuestra empresa contamos con costos accesibles para nuestros clientes, ellos reciben un trato cordial y buena atención.

Hablando específicamente del servicio de traducción e interpretación se sienten satisfechos con nuestro trabajo, ya que con el equipo de traductores con los que contamos es especializado cada uno de los diferentes idiomas.

Además utilizamos el programa especializado en traducciones TRADOS que brinda al cliente mayor confiabilidad.

Los precios que ofrecemos son accesibles.

Cliente	Costo
Personas particulares.	\$25.00 dólares por <i>página</i> .
Cualquier persona.	\$0.17 por palabra.
Fiscalía.	\$ 20.00 – 22 .00 dólares por <i>página</i> .

5.02.04 Fidelidad de la clientela.

Fidelizar a los clientes es uno de los objetivos de la empresa, fidelizar clientes consiste en que un cliente que ya haya adquirido nuestro producto, servicio o marca se vuelva fiel al mismo aunque existan muchos parecidos o iguales siempre elija el nuestro.

Además un cliente fidelizado es en cierta manera significa una forma de hacer marketing gratuitamente ya que realiza una publicidad boca a boca comunicando a otras personas sobre el buen o mal servicio recibido en cualquier lugar.



La empresa de Traducciones CEDIA cuenta con algunos clientes fijos mas no ha necesitado de algún tipo de recompensa o promoción más que su trabajo realizado con profesionalismo y calidad, pero se pueden implementar algunas estrategias para mantenerlos y no perder su confianza puesta en nuestra empresa.

Modelo de encuesta.

ENCUESTA

1. Le gustaría conocer otros idiomas?.

SI..... NO.....

2. Si llegara a necesitar un servicio de traducción o interpretación, conoce de algun lugar que preste servicio?.

SI..... NO.....



3. Se atrevería a solicitar servicios en una compañía que no conoce si llegara a necesitar alguno de los servicios indicados anteriormente?.

SI..... NO.....

4. Considera que la empresa que no conoce debería tener algo de publicidad que la de a conocer?.

SI..... NO.....

5. La compañía que utilizaría debería tener garantías?.

SI..... NO.....

6. Debe tener costos razonables?.

SI..... NO.....



7. Para usted la calidad del servicio tiene que ver con el precio?.

SI..... NO.....

8. El personal que realice las traducciones e interpretaciones debe ser calificado?.

SI..... NO.....

9. Le gustaría que la compañía ofrezca promociones?.

SI..... NO.....

¡Gracias por su tiempo!

Muestra

Fórmula para calcular la muestra.

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + p * q * z^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población.

E = Error máximo admisible (5%).

p = Probabilidad de éxito (50%).

q = Probabilidad de fracaso (50%).

z = Distribución normal en estadística cuando el NC=95%.

Población: Avenida Granados a Avenida El Inca .

1'647515

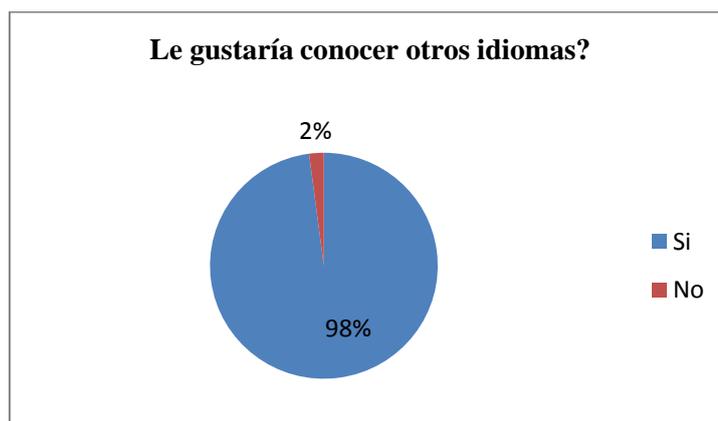
$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + p * q * z^2}$$

$$n = \frac{1'647.515 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(1'647.515 - 1) * (0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2} n = 385$$

Tabulación.

Pregunta 1: Le gustaría conocer otros idiomas?.

Si	No
377	8



Elaborado por: Yessenia Dávalos
Fuente: realización de encuestas

Análisis.

En el gráfico podemos observar que solo un 2% de los encuestados no está interesado en aprender o conocer otros idiomas, por otro lado el 98%, que es la mayoría de los encuestados tiene interés en conocer otros idiomas.

Pregunta 2: Si llegara a necesitar un servicio de traducción o interpretación, conoce de algún lugar que preste servicio?.

Si	No
255	130



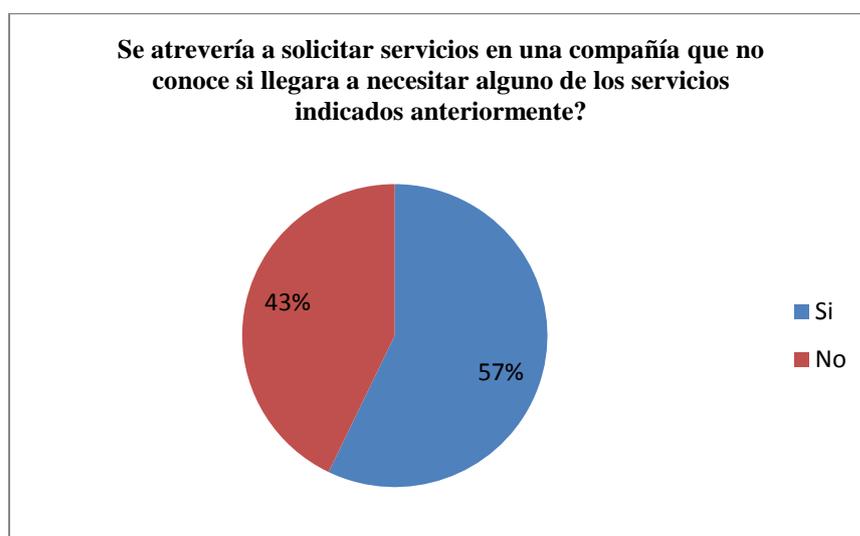
Elaborado por: Yessenia Dávalos
Fuente: realización de encuestas

Análisis.

El 34% de los encuestados no conoce de lugares en donde presten servicios de interpretación o traducción, mientras que el 66% restante conoce de algún lugar que preste este tipo de servicios.

Pregunta 3: Se atrevería a solicitar servicios en una compañía que no conoce si llegara a necesitar alguno de los servicios indicados anteriormente?.

Si	No
220	165



Elaborado por: Yessenia Dávalos
Fuente: realización de encuestas

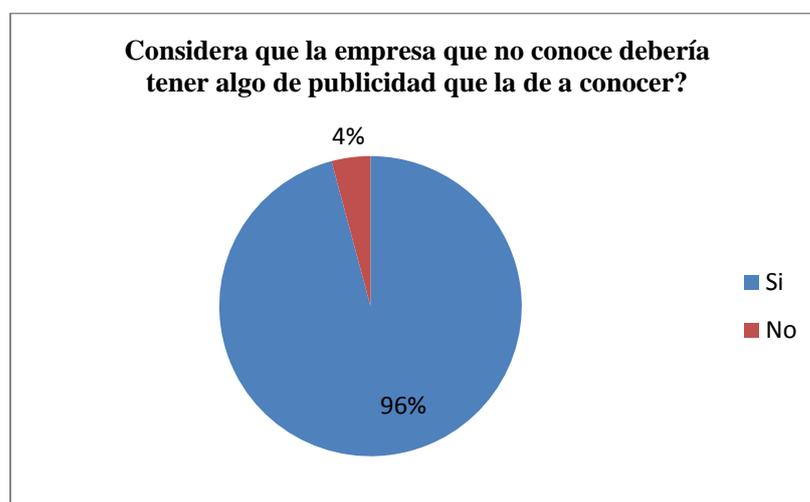
Análisis.

El 57% de las personas encuestadas estaría de acuerdo en contratar servicios de una empresa que no conocen ya que podrán juzgarla después de haber tenido experiencia del servicio prestado de la misma.

El 43% de los encuestados no está de acuerdo en solicitar servicios de una compañía que no conocen, al momento de ser encuestados indicaban que existe un porcentaje de desconfianza por como pueda resultar el trabajo encomendado y es una de las razones principales por las cuales no lo harían.

Pregunta 4: Considera que la empresa que no conoce debería tener algo de publicidad que la de a conocer?.

Si	No
369	16



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: realización de encuestas.

Análisis.

Solo el 4% de las personas encuestadas consideran que la publicidad no es un punto importante para la empresa, mientras q el 96 % restante consideran que la empresa debería contar con publicidad que la de a conocer.

Pregunta 5: La compañía que utilizaría debería tener garantías?.

Si	No
377	8



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

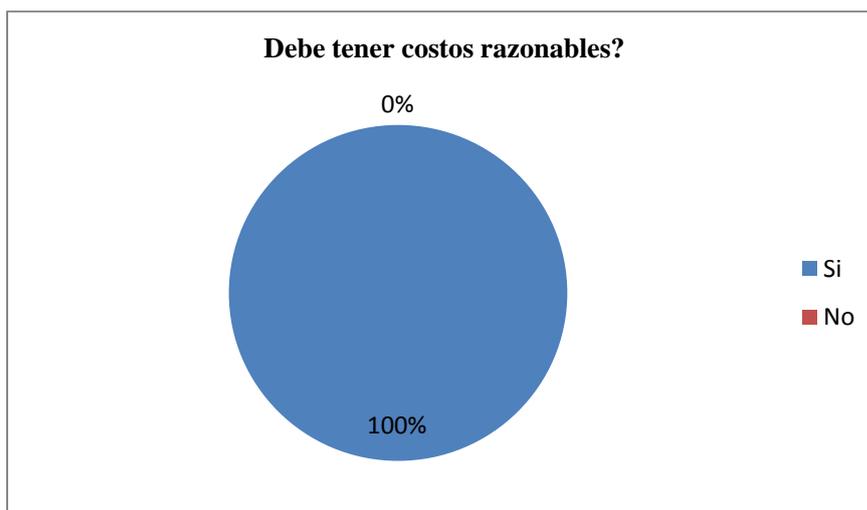
Fuente: realización de encuestas.

Análisis.

Solo un pequeño porcentaje de los encuestados es decir el 2% no le da importancia a que la compañía ofrezca garantías de su servicio, mientras que el 98% restante considera que es necesario que la empresa ofrezca garantías de su trabajo y más aún cisque la empresa no es muy conocida.

Pregunta 6: Debe tener costos razonables?.

Si	No
385	0



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

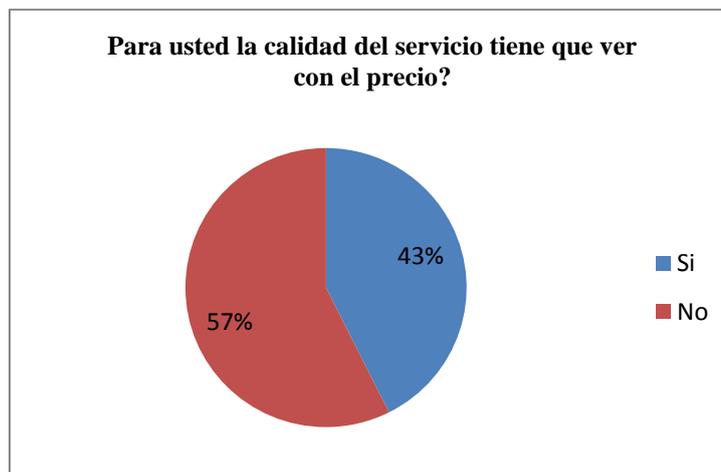
Fuente: realización de encuestas.

Análisis.

El 100% de los encuestados está de acuerdo con que la empresa debería a la que vayan a solicitar servicios de traducción o interpretación debería tener costos razonables.

Pregunta 7: Para usted la calidad del servicio tiene que ver con el precio?.

Si	No
164	221



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

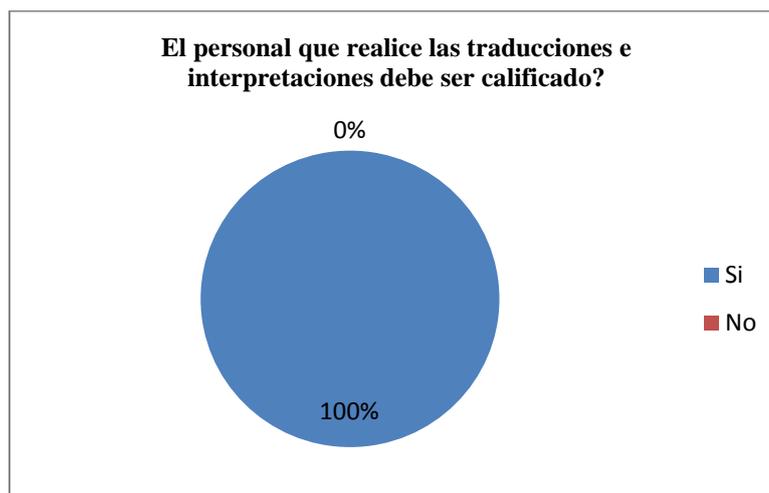
Fuente: realización de encuestas.

Análisis.

El 57% de los encuestados que es la mayoría considera que la calidad del servicio que se ofrece en la empresa no tiene nada que ver con el costo que se fije, mientras que el 43% restante considera que el costo si tiene que ver con el servicio ya que si si ofrece un buen servicio podría fijar un costo más alto.

Pregunta 8: El personal que realice las traducciones e interpretaciones debe ser calificado?.

Si	No
385	0



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

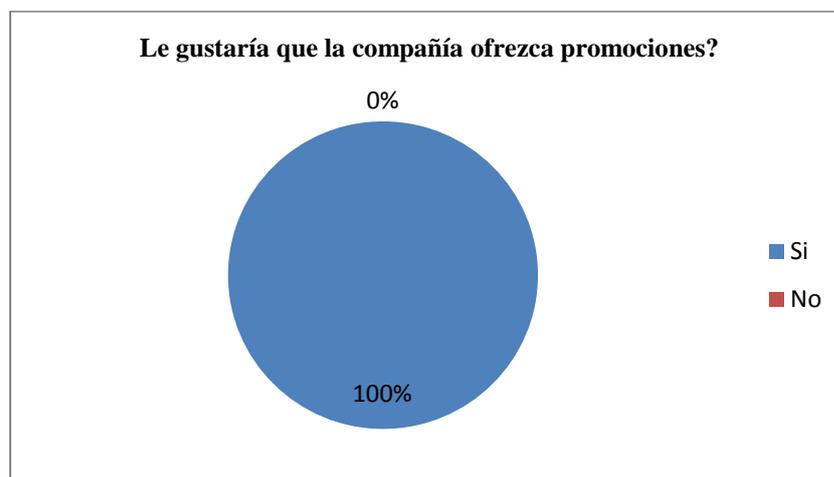
Fuente: realización de encuestas.

Análisis.

Lógicamente el 100% de las personas concuerda con que el personal que realice las traducciones e interpretaciones debe ser calificado para que realice un buen trabajo.

Pregunta 9: Le gustaría que la compañía ofrezca promociones?.

Si	No
385	0



Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: realización de encuestas.



Análisis.

Todos los encuestados, es decir el 100% concuerdan con la idea de que la empresa debería ofrecer promociones para el público.

Análisis tabulación encuesta.

Con la realización de esta encuesta llegamos a la conclusión de que la empresa de traducciones Cedia tiene clientes potenciales, pero necesita darse a conocer, es decir realizar publicidad.

Por otro lado a las personas o posibles clientes les gustaría que la empresa ofrezca garantías del trabajo realizado, y promociones y precios razonables.

5.02.05 Estrategias de fidelización.

Un cliente fidelizado se logra a través de estrategias, las mismas que debemos cumplir si queremos llegar a nuestro objetivo propuesto. En el caso de nuestra empresa aplicaremos las siguientes:

- Una de las formas de fidelización consiste en poner una cajita en la recepción a vista de todas las personas que entren y salgan de la empresa, en esta podrán depositar sus críticas, quejas, sugerencias, e incluso mejoras que ellos considerarían adecuadas.

Esto hará que ellos se sientan cómodos y confiados al tener de cierta forma una participación dentro de la empresa.

- Se harán promociones y regalos de acuerdo al servicio que hayan requerido, eso para que su consumo de alguna forma valga la pena.



- Seguir ofreciendo un servicio de calidad y garantizado.
- Una buena estrategia es separar a los clientes, es decir segmentarlos entre los que pagan y los que no lo hacen a tiempo. Los clientes que pagan puntualmente tendrán beneficios que los demás no.
 - Mantenernos en contacto con el cliente, haciendo llamadas a su casa preguntándole si el servicio que recibió es de su agrado o que es lo que piensa de él, haciendo que el sienta que la empresa se preocupa por el u no solo por hacer dinero.

5.02.06 Nivel de posicionamiento.

Cuando hablamos de posicionamiento nos estamos refiriendo a qué lugar ocupamos en la mente del consumidor, que tanto nos conocen en el mercado, que tanto nos elegirían antes que a la competencia.

Hay que tener en cuenta que imagen y posicionamiento no es lo mismo, tienen un concepto totalmente diferente y no debemos confundirlo.

La imagen de la empresa tiene que ver con que percepción tienen los consumidores acerca de nosotros, mientras que el posicionamiento se refiere a como nos perciben los consumidores frente a la competencia.

Como mercado objetivo de la empresa tenemos a las personas del ámbito empresarial, ministerial, y legal que es a donde mayormente se dirige la empresa.

5.02.07 Usabilidad de la web.

El internet es una de las herramientas que más se usan actualmente, así que uno de los medios más importantes e influyentes para posicionar una empresa es la web.

Por eso es que hemos creado una página web para que sea una forma más fácil y rápida de encontrarnos e incluso contactarse con nosotros de una forma efectiva, ya que muchos clientes sobre todo en el segmento al que nos estamos dirigiendo no tienen el tiempo suficiente para poder acercarse a nuestra oficina.

En esta página pueden encontrar toda la información que necesitan acerca de nuestra empresa y los servicios que brinda.

5.02.08 Posicionamiento en buscadores.

El posicionamiento en buscadores es fundamental, esto se basa en que al momento que un usuario solicita información de cualquier tipo nuestra empresa sea la que salga como primera opción y así más usuarios conozcan a que se dedica la empresa y empiecen a solicitar nuestros servicios

5.02.09 Determinación de objetivos.

Los objetivos son una parte importante del plan de marketing, ya que nos estamos refiriendo a lo que la empresa desea conseguir, obtener o alcanzar a largo plazo.

Los objetivos deben ser planteados de manera que la empresa tenga claro lo que quiere alcanzar, y a la vez darán solución al problema o explotación de una oportunidad.

Los objetivos deben tener algunas características importantes:

Deben ser viables, es decir deben tener una perspectiva realista, deben ser establecidos a un tiempo determinado, y motivadores es decir que deben convertirse en un reto que motive tanto a los empleados de la empresa como a sus propietarios.

Objetivo de posicionamiento.

El principal objetivo de posicionamiento que tiene nuestra empresa es ser reconocidos por un público más extenso gracias al excelente trabajo de que realizamos, ya que solo nos conoce un pequeño porcentaje del público.

Objetivo de ventas.

Llragando a una cantidad mayor de público, lograr superar el volumen de ventas registrado en años anteriores en la empresa de

Traducciones Cedia con precios accesibles, sin comprometer la calidad del servicio.

Objetivo de viabilidad.

Llegaremos a nuestros consumidores brindándoles confianza, responsabilidad y calidad. Aremos que el cliente se sienta como un

miembro más de la organización aceptando sus comentarios y sugerencias, lo que además nos permitirá mejorar nuestro servicio.

5.03.00 Elaboración y selección de estrategias.

Ya que hemos establecido algunos objetivos anteriormente, necesitamos establecer estrategias que nos ayuden a que podamos cumplir con lo planeado.

Las estrategias nos ayudaran a encontrar el camino más viable para alcanzar metas

propuestas las que se logaran a largo plazo.

Estrategia de segmentación .

Como ya lo hemos mencionado anteriormente, la empresa se encuentra dirigida a un target empresarial, legal y financiero, la estrategia en si sería mantenernos en el mismo target ya que genera un buen rubro económico a la empresa y tratar de darnos a conocer más pero sin desviarnos de nuestro público objetivo .

Estrategia de posicionamiento.

Nuestra estrategia de posicionamiento será destacar que todos los traductores con los que contamos en la empresa son totalmente confiables y son legales, lo que muchas de las compañías no tienen.

Será importante también destacar que nuestro trabajo es garantizado y de excelente calidad y confiabilidad.

Nos encontraremos en redes sociales y contaremos con una página web para que usuarios de internet puedan conocer el servicio que tipo de servicio brindamos y sea más fácil encontrar a personas que estén buscando un servicio de traducción o interpretación.

Mix 7 P's

Tradicionalmente, el Marketing venía definido por las 4 P's, algo que, actualmente, se ha visto complementado por otras tres palabras, dando lugar al conocido como Marketing Mix. Por cierto, se les dice las 7 P, porque son 7 palabras que comienzan, en su idioma natal de invención, por la letra P. Las P's, al fin y al cabo vienen a representar unos puntos sobre los que fijarse para realizar y llevar a cabo un buen plan o estrategia de marketing.

Este artículo fue extraído del siguiente enlace:

<http://www.ticrevolution.com/blog/index.php/2013/04/08/las-7-p-del-marketing-y-tu-proyecto-o-negocio/>

Personas .

El trato al cliente es esencial para retener a las personas, la estrategia será tratar a las personas no como simples consumidores y que piensen que la empresa solo quiere ganar dinero, sino darles la oportunidad de que opinen acerca de la empresa, cada cierto tiempo realizaremos llamadas para preguntar que les pareció nuestro servicio y en podríamos mejorar.

Proceso.

Hablando de internet, lo que se encuentra en auge en estos momentos son las redes sociales así que contaremos con una página en Facebook y otras redes sociales como twitter, para que los clientes o seguidores de nuestras páginas puedan interactuar de cierta forma con la empresa y puedan llegar de una forma efectiva al producto.

Producto.

Es muy importante que el producto cumpla con todas las exigencias que requiere el cliente, ofrecemos un producto de calidad ya que nuestras traducciones son realizadas por expertos, es decir personal calificado además el producto ofrece garantías.

Presencia física.

Un producto o servicio que se ofrece de forma atractiva tiene más posibilidades de ser solicitado o vendido, y no solo en tiendas físicas sino en otro tipo de lugares como la web.

Usaremos una página web, para que la empresa tenga un lugar fijo donde poder encontrarnos, la ubicación exacta para personas que tal vez no conozcan donde se encuentra nuestra empresa.

Punto de distribución.

Ya que la empresa nunca ha cambiado de ubicación, nuestro punto de distribución será el mismo que ya teníamos establecido, y será bueno



para los clientes porque es un lugar accesible y fácil de llegar, además la dirección exacta estará publicada en todas nuestras páginas interactivas mencionadas anteriormente.

Y para los clientes que no pueden acercarse por cualquier razón a nuestra empresa, contamos con Wetranfer y Dropbox que son archivos que permiten almacenar y sincronizar archivos con otras computadoras de una forma fácil y efectiva.

Promoción.

Además de la promoción boca a boca que tenemos gracias a nuestros clientes satisfechos con nuestro servicio, para promocionar tanto nuestra empresa como nuestro servicio, tendremos tarjetas de presentación, flyers, roll ups ,entre algunos otros artículos que nos sirvan de material publicitario.

Precio.

La estrategia de precio será mantenernos con los costos que nos encontramos ya que nuestros costos son accesibles. Proporcionando promociones según sea el caso. Por otro lado según la ATIEC (Asociación de traductores e Intérpretes del Ecuador) no permite que las tarifas se suban o bajen demasiado.

5.03.01 Establecimiento de presupuesto.

Una vez que se conoce las acciones y estrategias que servirán para el posicionamiento de la empresa, se debe establecer el presupuesto con el que se llevara a cabo todo lo planeado anteriormente.

El establecimiento del presupuesto es importante ya sin el factor económico no se podrá realizar nada, por mejor armado que se encuentre nuestro plan de marketing.

Basándonos en algunas cotizaciones elegiremos la más adecuada para nuestra empresa.

Se presentan los siguientes costos a continuación:

Material	Cantidad	Costo Total
Carpetas	500	\$320.00
Copias encuestas	400	\$8.00
Tarjetas de presentación	2000	\$100.00
Roll ups	6	\$350.00
Flyers	3.000	\$270.00
Hojas membretadas	2000	\$240.00
Subtotal		\$1288.00
IVA 12%		\$154.56
TOTAL		\$1442.56

Medio .	Cantidad.	Total.
Menciones radiales.	6 menciones por dos días (3 diarias).	\$20
Promocionar página en Facebook (ONL).	73-293 likes por día (2 días).	\$20
Activación de la campaña (BTL).	4 horas diarias por 2 días.	\$60
Subtotal.		\$100.00
IVA 12%.		\$12.00
TOTAL.		\$112.00

Material.	\$1442.56
Medios (radio online,web,activación campaña).	\$112.00
TOTAL.	\$1554.56

Para recuperar la inversión la empresa realizará los siguientes trabajos o traducciones en dos meses y medio.

Servicio	Páginas	Palabras	V.unitario	Costo total
Traducción a persona particular	25		\$25.00	\$625.00
Traducción a Fiscalía	10		\$22.00	\$220.00
Traducción a persona particular		1.500	\$0.17	\$255.00
Traducción a persona particular	15		\$25.00	\$375.00
Traducción a la Fiscalía		700	\$0.17	\$119.00
TOTAL				\$1594,00

Análisis.

La empresa de traducciones Cedia realizará una inversión con un total de \$1554.56 dólares para el plan de marketing, lo que podrá ser recuperado en un tiempo de dos meses.

Para lograr la recuperación de esta inversión la empresa deberá realizar un traducción a un a una persona particular de 25 páginas con un costo de \$25.00 dólares por *página*, con un total de \$625.00 dólares.

Una traducción a la Fiscalía de diez páginas con un costo unitario de \$22.00, dándonos un costo total de \$220.00 dólares.

Una traducción a una persona particular de 1.550 palabras, con un costo unitario de \$0.17 centavos por palabra, con un costo total de \$2.55.00.

Una traducción a un a persona particular de 15 páginas a un costo unitario de \$25.00 dólares por páginas, con un costo total de \$ 375.00 dólares.



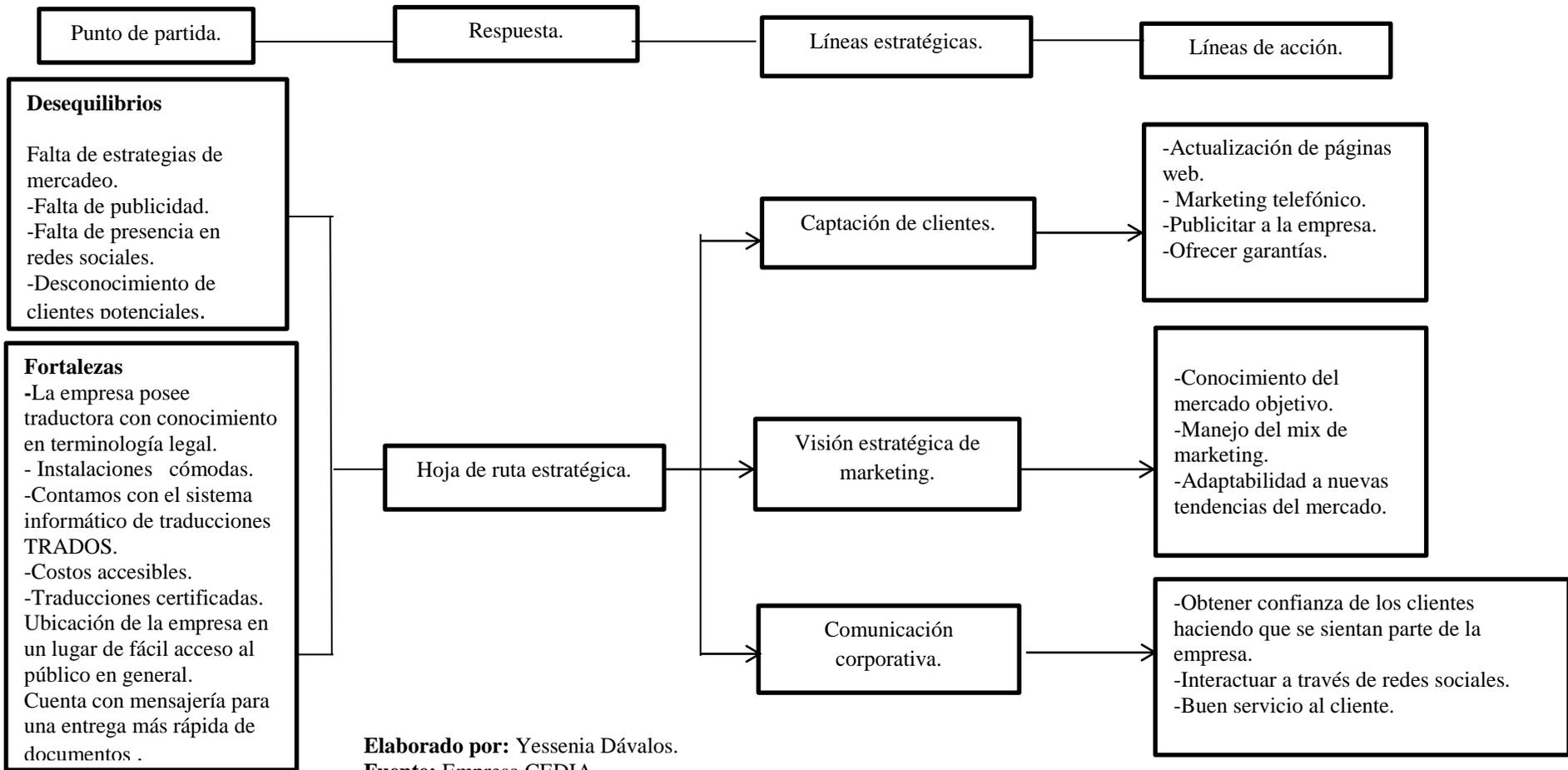
Por ultimo para recuperar la inversión en su totalidad se deberá realizar una traducción de 700 palabras a la Fiscalía con un valor unitario de \$0.17 centavos, obteniendo un valor total de \$119.00, lo que sumaría \$1594.00, valor con el cual la empresa cubre la inversión que *realizó en el plan de marketing*.

5.03.02 Hoja de ruta.

En la hoja de ruta detallaremos gráfica y esquemáticamente la secuencia que la empresa llevara para alcanzar los objetivos especificando los plazos y recursos necesarios que la ayudaran a hacerlo.

La hoja de ruta tiene una finalidad y es dar a conocer a la empresa donde se encuentra y que debe hacer para llegar a donde quiere llegar .Para que la hoja de ruta sea efectiva debemos darle el tiempo que la misma requiere elaborándola cuidadosamente.

El mercado evoluciona constantemente y la empresa no puede quedarse atrás, ya que el cliente olvidara fácilmente a la empresa, la hoja de ruta nos permitirá establecer el camino correcto para llegar al éxito.





5.03.03 El business plan.

El business plan o plan de negocios es un documento que agrupa todas las claves y estrategias que nos permitirán llevar nuestro proyecto de una forma eficaz.

El contenido del business plan debe ser detallado de forma clara y precisa, con información clave que nos permita a primera vista conocer de qué se trata el proyecto en sí.

Principales variables de business plan

<p>RESUMEN EJECUTIVO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El plan de marketing es viable porque ayuda a la empresa a que pueda obtener mayor reconocimiento de sus clientes gracias a las estrategias fijadas en el mismo. • La empresa será la responsable de financiar el plan de marketing. • Nos dirigimos a un mercado objetivo empresarial. • La empresa espera obtener un posicionamiento y fidelizar clientes. • El factor diferenciador que tenemos es que contamos con traductores legales lo que es difícil de encontrar en otras empresas. 	<p>VALOR AÑADIDO AL CLIENTE.</p> <p>El valor añadido que ofrece nuestra empresa es que nuestra traductora conoce terminología legal, es decir los traductores pueden ser muy preparados pero la mayoría de ellos no conocen nada sobre términos legales, lo que no es fácil que otras empresas tengan y es una ventaja competitiva.</p> <p>Además contamos con programas informáticos como Wetranfer y Dropbox, para mayor comodidad de nuestros clientes.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DE SITUACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipo de traductores legales. • Para analizar a la empresa utilizaremos la matriz FODA. • Para realizar nuestro plan de marketing nos basaremos en la Matriz RMG. 	<p>ENTORNO COMPETITIVO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuestro país de origen será Ecuador, específicamente al Noroccidente de Quito Av. El Inca. • Para que la empresa tenga éxito se deberá estar atenta a los cambios que puedan existir en su entorno para no quedarse atrás, lo que ariá que innove y los clientes se interesen en ella. • Existe mucha competencia, por lo que se puede analizarla, observar lo que ellos ofrecen a los clientes y mejorarlo. <p>MODELO FINANCIERO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener un posicionamiento en el mercado hará que la empresa genere mayores ingresos. • Los ingresos vendrán de parte del número de traducciones que realicemos. • Los flujos de caja dependerán de los gastos que genere la empresa. • El costo del plan de marketing que está financiando por la empresa es de \$1554.56 lo que se puede recuperar en un periodo corto de tiempo. • Valoración de la empresa en el tiempo. • La ventaja que tiene la empresa al invertir en el plan de marketing es que su inversión es recuperable y podrá obtener mayor cantidad de clientes y por ende mayor ingresos en la misma.

<p>POLÍTICA DE MARKETING.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nos mantendremos con los costos ya establecidos los costos son accesibles y no pueden ser aumentados ni disminuidos demasiado por acuerdo de la ATIEC. • Ofrecemos un producto de calidad, gracias a ello la empresa es recomendada por sus propios clientes. • La distribución se hace de acuerdo a la necesidad del cliente, si el mismo puede acercarse a la oficina lo hace y si no se lo envía. • El plan de comunicación de la empresa se basa en que nos conozcan tanto clientes internos como externos ya que ambos pueden dar referencias acerca de nuestra empresa. 	<p>POLÍTICA DE ORGANIZACIÓN Y RR. HH.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besándonos en la comodidad de nuestros traductores permitimos que realicen el trabajo desde sus respectivos domicilios, pero esto no quiere decir que no realicen un buen trabajo ya que este es revisado después por la gerente de la empresa. • El proceso de selección debe ser estricto para que nuestro personal sea calificado para el trabajo a realizar. • Capacaciones continuas al equipo de traductores. • Incentivos a los traductores por su buen desenvolvimiento.
---	--

Elaborado por: Yessenia Dávalos.

Fuente: Empresa Cedia.

Capítulo VI

6.01.00 Conclusiones.

- En la realización del presente proyecto nos damos cuenta que el principal problema de la empresa es que no ha obtenido un reconocimiento por parte de los clientes, lo que es una desventaja para la empresa ya que si la empresa no se conoce su cartera de clientes no podrá crecer.
- La innovación de la empresa no ha sido muy tomada en cuenta y es un punto muy importante, el mercado va cambiando constantemente y debemos acoplarnos a ese cambio no quedarnos estancados, esto nos podría llevar incluso a la pérdida de clientes que considerábamos que ya eran fijos.
- Para obtener un posicionamiento la empresa debe darse a conocer a través de cualquier medio, el darse a conocer le servirá enormemente para obtener tanto mayor rentabilidad como mayor clientela, e incluso expandirse a un mercado el cual no había explorado antes.

6.01.01 Recomendaciones.

- Se necesita un poco más de interés en innovación, el mercado cambia constantemente y la empresa no puede quedarse estancada .La innovación es importante para cualquier empresa que quiera mantenerse en pie en el mercado competitivo en el que nos encontramos.
- La empresa tiene un nivel alto de competencia, así que deberá estar atenta a los cambios que realice la misma para no quedarse atrás y no nos lleve ventaja o pueda llevarse a nuestros clientes, y así mismo estar atenta a las necesidades que puedan tener los clientes.
- El plan de marketing debe ser actualizado de acuerdo a las necesidades y nuevas tendencias del mercado.

NETGRARFIA

- <http://comohacerpara.com>
- <http://www.marketing-xxi.com>
- <http://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>
- <http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-estrategias-de-posicionamiento-de-marca-8633.html>

Bibliografía

- Los 10 pecados capitales del marketing ,Philip Kotler
- Dirección de Marketing, Philip Kotler
- Marketing, Kerin Hartley.
- Fundamentos del marketing, Mario Mesa Olguín



Anexos

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Marsegr

*¡SUS SOLUCIONES GRÁFICAS ¡PLASMA
SUS IDEAS EN EL PAPEL*

IMPRESIÓN EN OFSET-IMPESION BLANCO Y

NEGRO-FULL

RUC: 0401571112001

**ULLOA S,N (entre Ramírez Dávalos y Carrión) Teléfono :29060718 , Celular
:0969049-666**

e-mail:marsegraf.266@hotmail.es

PROFORMA

FECHA: Quito 19 de maro del 2015

CLIENTE: Yessenia Dávalos

VALIDEZ: 20 días laborables

e-mail : marsegraf.266@hotmail.es

CANTIDAD	DESCRIPCION	V,UNIT.	V.TOTAL
2000	Flyers full color los dos lados	\$0.09	\$180.00
2000	Tarjetas de presentación	\$0.05	\$100.00
1	Roll up		\$70.00
1000	Hojas membretadas a color	\$0.12	\$120.00
500	Carpetas a full color		\$320.00
400	Copias	\$0.02	\$8.00
		SUBTOTAL	\$790.00
		IVA 12%	\$94.80
		TOTAL	884.80

Soluciones graficas

Srta :

Yessenia Dávalos

Presente

Es grato para usted cotizarle lo siguiente:

Detalle	Cantidad	V. unitario	V. total.
Impresiones			
Flyers	2000		150.00
Tarjetas de presentación	2000		76.00
Hojas membretadas	1000		110.00
Carpetas	1000		520.00
Roll ups	1		50.00
Con base			
		Subtotal	906.00
		IVA	108.72
		TOTAL	1014.72

Atentamente

Sr. Óscar Arias

Ruc: 1708031909001 Dirección Ramírez Dávalos OE3-100 Y Ulloa Teléfono:
115-141-095226577

e.mail.oa_solucionesdigitales@hotmail.com

Los servicios de diseño gráfico e instalación son rubros extras previa solicitud del cliente.



SOMOS TU MEJOR OPCIÓN EN PUBLICIDAD EXTERIOR PARA TU
EMPRESA

2595120-2297112/084576955

www.makroprint.com

PROFORMA

CANTIDAD	DESCRIPCION	V.UNIT.	V.TOTAL
2000	Tarjetas de presentación		\$180.00
1000	Hojas membretadas a color		\$150.00
1	Roll up		\$55.00
2000	Flyers full color los dos lados		\$135.00
400	Copias		\$120.00
500	Carpetas a full color		\$285.00
		SUBTOTAL	\$925.00
		IVA 12%	\$111.00
		TOTAL	\$1030.80

AV DIEGO DE VASQUEZ 64-04 Y NAZACOTA PUENTO ESQUINA dos cuadras al norte de MI
COMISARIATO, LA OFELIA
QUITO (EC170103) - Pichincha
Ecuador

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



COTIZACION RADIO

Quito Ecuador

Señor(a)

De nuestra consideración



Me permito poner en su conocimiento los servicios que estamos brindando a través de nuestra RADIO VIRTUAL BE FULL RADIO, la misma que está al aire desde el mes de octubre de 2011 alcanzando a la fecha un rating aproximado de 1000 oyentes diarios y más de 5000 visitas en nuestra página Web hasta la fecha.

El proyecto que lleva adelante BE FULL RADIO, es llegar a un segmento de población que busca variedad de música y entretenimiento con sus cuatro diferentes programas desde Quito - Ecuador y Bogotá Colombia, que operan actualmente en especial jóvenes entre 15 y 35 años, pero también con un público de otras edades que tienen conexión permanente de internet, ya sea por medio de computadoras o telefonía celular.



Hemos implementado en el menú de la radio dos modalidades de salida, estos son programas en vivo y con música para todos los gustos que se transmiten de acuerdo a las exigencias de nuestra audiencia, por la que invitamos cordialmente a que se integre como auspiciante de uno de los segmentos.

Espero sea de su agrado y poder ayudarle para darle a conocer a su empresa, negocio institución, etc., no solo aquí en Colombia y en Ecuador sino también en latino américa y el mundo entero con precios sumamente cómodos y asequibles.

A continuación le damos a conocer los de talles para que usted realice su aporte de acuerdo con su presupuesto

BE FULL RADIO:

Con tres menciones en el horario a convenir en el transcurso de un día en programa en vivo o en servidor rotativo el valor es de \$ 10 dólares Con seis menciones en el horario a convenir en el transcurso de dos días en programa en vivo o en servidor rotativo el valor es de \$ 20 dólares.

Si el cliente desea que se realice las menciones por 8 días, 15 días o un mes, se realizaría el respectivo cálculo para determinar el aporte que se le daría a la radio para poder realizar las menciones que se van a realizar.

Todas las menciones se realizaran en los diferentes programas de Befullradio.com según su elección como son: Latitud Cero (7pm), El Descontrol



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

(6pm), desde Quito Ecuador o Bogotá - Colombia de lunes a sábado o domingo



si lo desea.

Todo contrato realizado será facturado con su respectivo recibo.

Una vez que haya decidido hacer la inversión en beneficio para su empresa, negocio, institución etc, dicho costo se tiene que asignar a la persona encargada de la visita.

Le informamos también que:

Usted podrá escuchar las menciones cuando guste y pertenecer a la familia de Befullradio visitando nuestra página y a través de nuestras redes sociales, una vez que sea parte de la radio podrá contar con el Dj y el Animador para enviar saludos, pedir canciones, organizar eventos y mucho más.

Esperando sea de interés nuestro servicio me despido de usted y recordándole que, "Si no escuchas radio ON-LINE simplemente no estás en nada".

Atentamente

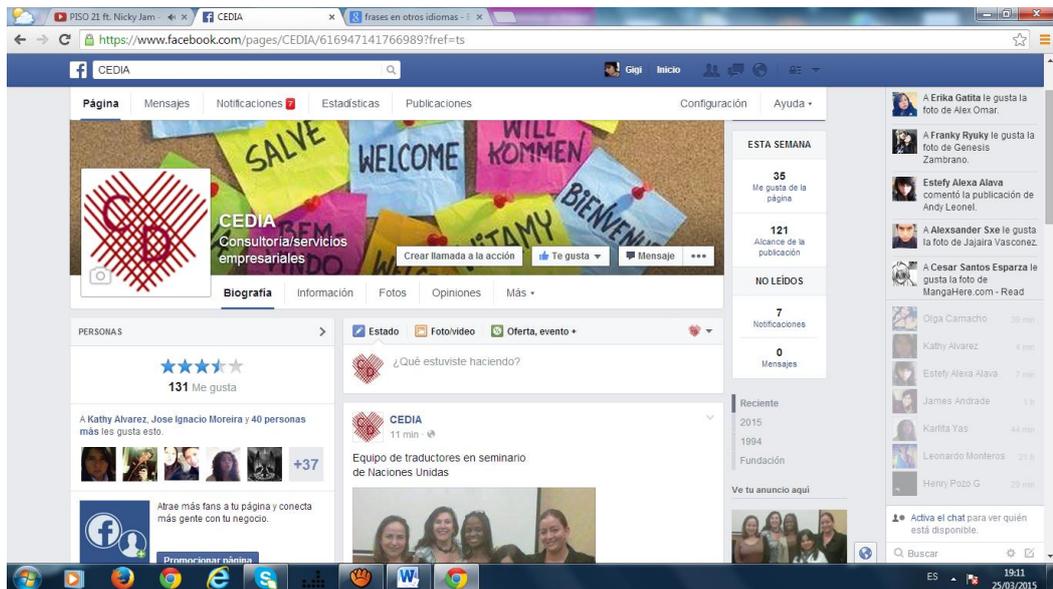
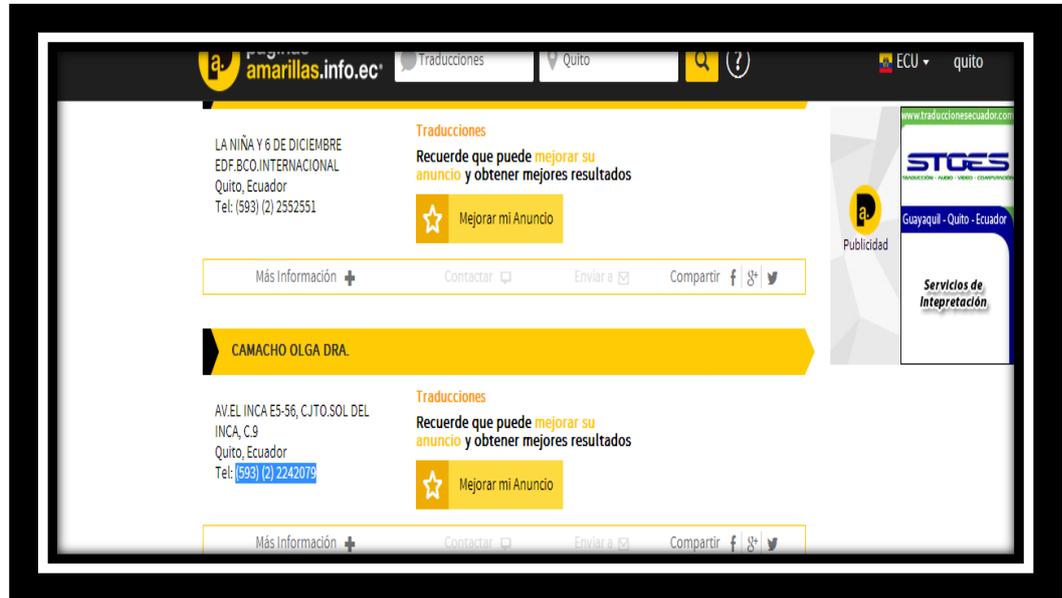
Luis Hernando Segura López
Gerente Propietario/Dj, Locutor
0987966403 – 02203354

Be Full Radio

REDES SOCIALES Y WEB



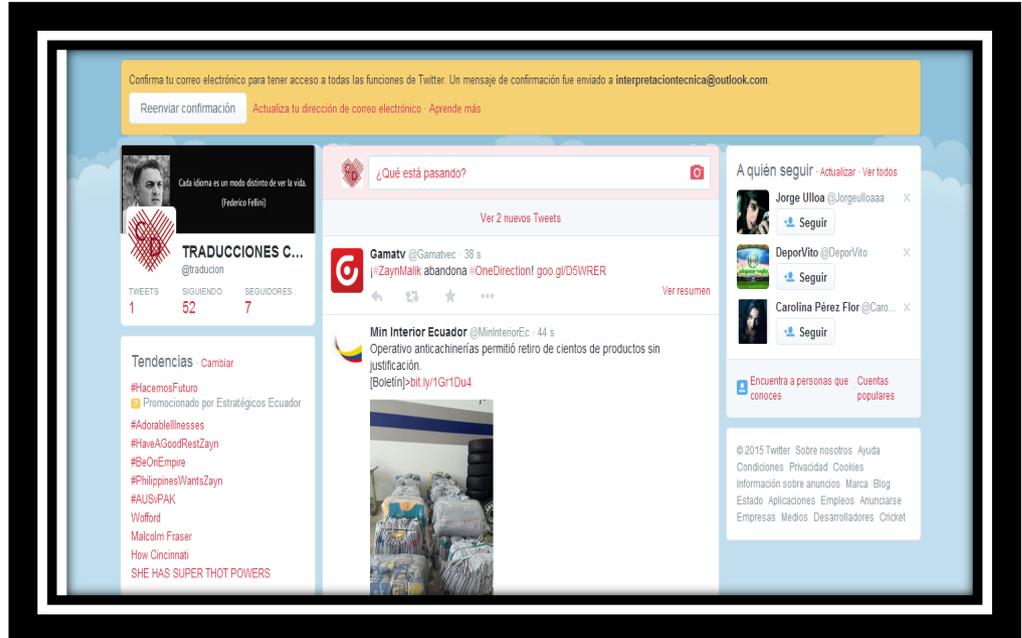
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



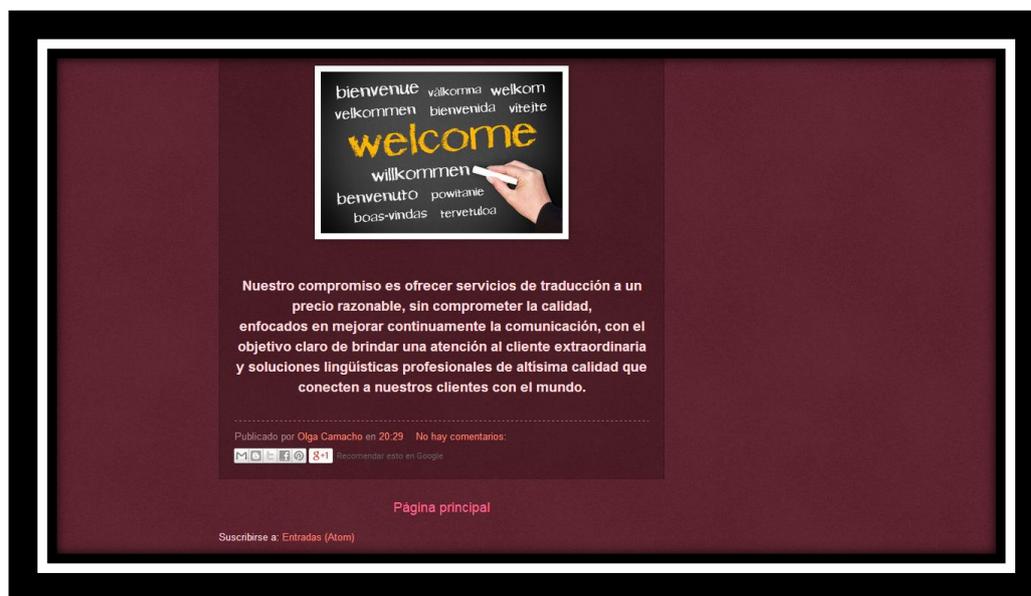
ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
01/04/2015 18:36	 TRADUCCIONES CEDIA (ALEMAN) Ich Anbefehle Heut Dein Herz.Dem			17	0 4	
25/03/2015 23:08	 Para mayor información visita nuestro blog...!!!			37	0 3	
25/03/2015 18:09	 Equipo de traductores en seminario de Naciones Unidas			38	1 4	
18/03/2015 18:17	 Necesitas una traducción o interpretación...?? contactate con			127	0 4	
16/03/2015 23:26	 TRADUCCIONES CEDIA			164	1 7	

Ver todas las publicaciones

Páginas en observación
Compara el rendimiento de tu página y tus publicaciones con el de otras páginas similares de Facebook.



Ver todas las publicaciones

Páginas en observación
Compara el rendimiento de tu página y tus publicaciones con el de otras páginas similares de Facebook.

Las páginas en observación te ayudan a comparar el rendimiento de tu página y tus publicaciones con el de otras páginas similares de Facebook. **Agrega páginas** para empezar.

[Agregar páginas](#) Me gusta, comentarios y veces que se compartió

Página	Total de Me gusta	Nuevos Me gusta	Publicaciones de es	Interacción de esta semana
1  CEDIA	135	▲2,3% desde la semana pasada	3	11

Información Crear anuncio Crear página Desarrolladores Empleo Privacidad Cookies Condiciones Ayuda

Facebook © 2015 Español 87%

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRADUCCIONES "CEDIA" UBICADA AL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

