



CARRERA DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO

**CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE
MARKETING PARA ALCANZAR EL POSESIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN
LA CIUDAD DE PELILEO 2015**

Proyecto de Investigación, Desarrollo e Innovación previo a la obtención del título en
Tecnología en Marketing Interno y Externo

Autor: Patricia Elizabeth Almeida Mita

Tutor: Ing. Fernando Buitrón

Quito D.M, Septiembre 2015

DECLARATORIA

Declaro que la presente investigación es absolutamente legítima, original y personal, de responsabilidad absoluta del autor Patricia Elizabeth Almeida Mita, se han citado las fuentes correspondientes recopiladas de sitios web, reconozco que es de propiedad intelectual de los autores y para su elaboración se procedió de acuerdo a las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Quito, Octubre 2015

Patricia Elizabeth Almeida Mita
C.I. 1722044599

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **PATRICIA ELIZABETH ALMEIDA MITA** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1722044599** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA	_____
NOMBRE	Patricia Elizabeth Almeida Mita
CEDULA	1722044599

Quito, a los 26 días de Noviembre del 2015

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por brindarme las fuerzas, ánimo, energía y su bendición en el lapso de estos años de estudio en los cuales me ha permitido cumplir con uno de mis sueños más anhelados, el culminar mi carrera. A mi hermana Katherine por ser mi ejemplo de esfuerzo, dedicación y alegría.

A mis Padres por su cariño, su comprensión, sus consejos y sobre todo su apoyo incondicional al confiar en mí.

Al Ing. Fernando Buitrón, por su muy grato aporte profesional, técnico y humano manifestado en el transcurso de este semestre lo cual ha aportado favorablemente para la culminación de esta desafiante carrera.

DEDICATORIA

Con mucho amor y cariño a mis Padres por su bendición, por ser mi pilar, mi motor, mi guía, por motivarme y darme su mano y no una... Las dos.

Mi familia, Mi tesoro más valioso.

RESUMEN EJECUTIVO

El principal objetivo del presente proyecto es el contribuir al desarrollo del sector textil con el diseño de un plan de marketing para alcanzar el posicionamiento de la empresa PL ETIQUETAS, es una oportunidad el elaborar este proyecto para: mejorar los procesos, implementar políticas, identificar los problemas actuales, crear estrategias de mercado, estrategias de producto, estrategias promocionales e implementar publicidad en general para conseguir la fidelización de los clientes y ser más competitiva en el mercado.

Capítulo i, se menciona la trayectoria de la empresa tales como los antecedentes más relevantes, actividades, además del justificativo del porque es necesaria la aplicación del plan de marketing en la empresa PL ETIQUETAS.

Se realizó la aplicación de la matriz T en la cual se identificó a las fuerzas impulsadoras, ciertas actividades que son mencionadas para la aplicación del plan de marketing, además se mencionó a las fuerzas bloqueadoras determinantes de las falencias de la empresa tales como: desconocimiento de los procesos internos, falta de políticas administrativas, falta de publicidad entre otros.

Capítulo ii, se ejecutó el mapeo de involucrados en la cual se determinó quienes intervienen para la realización del proyecto, además de la aplicación de la matriz de análisis de involucrados detallando uno a uno cuál es su intervención de qué manera afectan o benefician tanto al problema central como a la ejecución del proyecto, sin embargo también se pudo determinar los falencias de la empresa como son la falta de compromiso por parte de los empleados, políticas administrativas y publicidad deficiente.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Capítulo iii, se efectuó la matriz del árbol de problemas determinando las falencias de la empresa cuyo proceso o actividad afectan al buen desempeño cuya información es de gran importancia para la aplicación del plan de marketing.

Una vez realizado el árbol de problemas lo cual permitió la identificación de las falencias de la empresa, se procedió a ejecutar el árbol de objetivos es decir la aplicación de estrategias que ayuden a que el impacto de los problemas percibidos sea en menos intensidad, se determinó que problemas como falta de publicidad, bajo interés de parte de los empleados, falta de conocimiento de los procesos y demás lo que ayudo para la determinación de estrategias de publicidad (página web, Twitter, Facebook, flyers, comerciales en las principales radios de Pelileo, publicidad móvil) dentro del árbol de objetivos.

Capítulo iv, se realizó la matriz de análisis de alternativas lo cual permitió identificar la factibilidad de las actividades mencionadas en la matriz de análisis de objetivos, tomando en cuenta varios aspectos tales como la aplicación de estrategias de mercado, publicidad, actividades y procesos a mejorar.

Posterior se procedió con la matriz de análisis de impacto de los objetivos obteniendo como resultado que el proyecto es factible debido a que es necesaria la aplicación de un plan de marketing para que la empresa obtenga mejores resultados, luego se ejecutó el diagrama de estrategias el cual fue realizado en base a los objetivos planteados.

Capítulo v, Se realizó la presentación de la propuesta el desarrollo del plan del marketing y finalmente el Capítulo 6 determinado por la conclusión y recomendación de todo el proyecto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

ABSTRACT

The main objective of this project is to contribute to the development of the textile sector with the design of a marketing plan to achieve the positioning of the company PL LABELS, is an opportunity for the developing this project: improving processes, implement policies, identify current problems, create market strategies, product strategies, promotional strategies and implement advertising in general to achieve customer loyalty and become more competitive in the market.

Chapter i, the trajectory of the company such as the most relevant history, activities mentioned, in addition to supporting the implementation of the plan for marketing the company PL labels is necessary.

the application of the matrix T in which he identified the driving forces, certain activities that are mentioned in the implementation of the marketing plan, plus the determinants blockading forces of the shortcomings of the company mentioned such as performed internal processes, lack of administrative policies, lack of publicity among others.

Chapter II, mapping of stakeholders in which it was determined those involved in the project, besides the application of the matrix of stakeholder analysis detailing ran one to one what their intervention in what way affect or benefit both the problem Central as project implementation, however it could also determine the shortcomings of the company such as lack of commitment on the part of employees, administrative policies and poor publicity.

Chapter III, the matrix of the problem tree was made by determining the shortcomings of the company whose process or activity which affect the good performance information is of great importance for the implementation of the marketing plan.

Once the problem tree which allowed the identification of the shortcomings of the business done, we proceeded to implement the objectives tree that is implementing strategies to the impact of the perceived problems on less intensity it was determined Problems such as lack of publicity, low interest on the part of employees, lack of knowledge of processes and others what helped to determine advertising strategies (website, twitter, Facebook, flyers, business in major radios Pelileo , mobile advertising) within the objectives tree.

Chapter IV, matrix analysis of alternatives which identified the feasibility of the activities mentioned in the analysis matrix of objectives was made, taking into account various aspects such as the implementation of marketing strategies, advertising, activities and processes to improve.

Later proceeded with the analysis matrix impact of the objectives result being that the project is feasible because the implementation of a marketing plan for the company to achieve better results is needed, then the diagram which strategies are executed It was made based on the objectives.

Chapter v, presentation of the proposed development and marketing plan Chapter 6 finally determined by the conclusion and recommendation of the entire project was conducted.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto propone implementar un plan de marketing que beneficie a la empresa PL ETIQUETAS para obtener mejores resultados en el mercado tomando en consideración los recursos que actualmente dispone, a través de estrategias que han sido planteadas en el actual trabajo de investigación, lo cual le brindará beneficios tales como: mejoras en sus políticas administrativas y de producción, incremento de ventas, posicionamiento de la marca en la ciudad de Pelileo y estrategias de publicidad en general, permitiendo la competitividad y el mejoramiento continuo de la empresa.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA.....	V
RESUMEN EJECUTIVO	VI
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN	X
CAPITULO 1: ANTECEDENTES	16
1.01 Contexto	16
1.01.01. Planificación estratégica	18
1.01.02. Misión.....	19
1.01.03. Visión.....	19
1.01.04. Valores.....	19
1.01.05. Objetivos.....	19
1.01.06. Organigrama	20
1.02. Justificación	21
1.03. Definición del Problema Central (MATRIZ T).....	23
CAPITULO 2: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	25
2.01. Mapeo de Involucrados.....	25
2.02. Matriz de Análisis de Involucrados	26
CAPITULO 3 PROBLEMAS Y OBJETIVOS	27
3.01. Árbol de Problemas.....	27
3.02. Árbol de Objetivos	28
CAPITULO 4: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	29
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas	29
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos	32
4.03. Diagrama de Estrategias.....	33
4.04. Matriz de Marco Lógico	34
CAPÍTULO 5: PROPUESTA.....	35

5.01. Antecedentes	35
5.01.01. Propuesta:	35
5.01.02. Antecedentes de la Propuesta:	35
5.02. Descripción.....	37
5.02.01. Marco Teórico	37
5.02.02. Plan de Marketing.....	45
5.02.03. La Elaboración del Plan de Marketing	49
5.02.04. Diagnóstico de la Situación	52
5.02.05. Redacción del Plan	54
5.02.06. Variables Generales Relevantes para el Análisis Estratégico.	55
5.02.07. El Mercado Objetivo	62
5.02.08. Problemas y Oportunidades	63
5.02.09. Diseño Publicitario	63
5.02.10. Estrategia de Producto	64
5.02.11. Estrategia de Distribución	65
5.02.12. Estrategia de Precios.....	65
5.02.13. Estrategia de Promoción.....	67
5.02.14. Publicidad	68
5.02.15. Canales de Distribución.....	69
5.02.16. La Recolección de Datos	69
5.02.17. El Diagrama de Flujo.....	69
5.02.18. Políticas Empresariales.....	71
5.02.19. Políticas Administrativas.....	72
5.02.20. Políticas Comerciales	72
5.03. Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta.....	73
5.03.01. Propuesta	73
5.03.02. Misión.....	73
5.03.03. Visión.....	73
5.03.04. General.....	74
5.03.05. Específicos.....	74

5.03.06. General.....	74
5.03.07. Encuesta Cliente Interno.....	75
5.03.08. Análisis de la Encuesta del Cliente Interno	77
5.03.09. Lineamiento de Políticas	101
5.03.10. Información y Registro de Procesos	106
5.03.11. Proceso de Producción.-	110
5.03.12. Plan de Marketing.-	111
5.03.13. Plan Publicitario (Gestión Comercial).....	139
5.03.14. Logotipo.....	140
5.03.15. Slogan.-	141
5.03.16. Producto.-	142
5.03.17. Plaza.-	148
5.03.18. Mapa de Ubicación de la Empresa PLETIQUETAS.....	148
5.03.19. Publicidad	149
CAPITULO 6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	159
6.01. Recursos	159
6.02. Presupuesto.-.....	160
6.02.01. Gastos para Aplicar el Plan de Marketing	161
6.03. Cronograma.....	162
CAPITULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	163
7.01. Conclusiones	163
7.02. Recomendaciones	164
Bibliografía.....	165

INDICES DE TABLAS

Tabla 1 Definición del Problema	23
Tabla 2 Matriz de Análisis Involucrados	26
Tabla 3 Matriz de Análisis de Alternativas.....	29
Tabla 4 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos	32
Tabla 5 Matriz de Marco Lógico	34
Tabla 6 Resultados de la Pregunta # 01	77
Tabla 7 Resultado de la Pregunta # 02	78

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Tabla 8 Resultados de la pregunta # 03	80
Tabla 9 Resultados de la pregunta # 04	82
Tabla 10 Resultados de la pregunta # 05	83
Tabla 11 Resultados de la pregunta # 06	85
Tabla 12 Resultados de la pregunta # 07	86
Tabla 13 Resultados de la pregunta # 08	88
Tabla 14 Resultados de la pregunta # 09	89
Tabla 15 Resultados de la pregunta # 10	91
Tabla 16 Resultados de la pregunta # 11	92
Tabla 17 Resultados de la pregunta # 12	94
Tabla 18 Resultados de la pregunta # 13	96
Tabla 19 Resultados de la pregunta # 14	97
Tabla 20 Resultados de la pregunta # 15	99
Tabla 21 Proceso de Producción.....	110
Tabla 22 Resultados de la pregunta # 01	116
Tabla 23 Resultados de la pregunta # 02	117
Tabla 24 Resultados de la pregunta # 03	119
Tabla 25 Resultados de la pregunta # 04	120
Tabla 26 Resultados de la pregunta # 05	122
Tabla 27 Resultados de la pregunta # 06	124
Tabla 28 Resultados de la pregunta # 07	126
Tabla 29 Resultados de la pregunta # 08	127
Tabla 30 Resultados de la pregunta # 09	129
Tabla 31 Resultados de la pregunta # 10	130
Tabla 32 Resultados de la pregunta # 11	132
Tabla 33 Resultados de la pregunta # 12	133
Tabla 34 Resultados de la pregunta # 13	135
Tabla 35 Resultados de la pregunta # 14	136
Tabla 36 Resultados de la pregunta # 15	138
Tabla 37 Recursos.....	159
Tabla 38 Presupuesto	160
Tabla 39 Gastos plan de marketing.....	161
Tabla 40 Cronograma	162

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.Organigrama	20
Ilustración 2 Mapeo Involucrados	25
Ilustración 3 Árbol de Problemas	27
Ilustración 4 Árbol de Objetivos.....	28
Ilustración 5 Diagrama de Estrategias	33

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Ilustración 6 Representación de resultados de la pregunta # 01	77
Ilustración 7 Representación de resultados de la pregunta # 02	79
Ilustración 8 Representación de resultados de la pregunta # 03	80
Ilustración 9 Representación de resultados de la pregunta # 04	82
Ilustración 10 Representación de resultados pregunta # 05.....	84
Ilustración 11 Representación de resultados de la pregunta # 06	85
Ilustración 12 Representación de resultados de la pregunta # 07	87
Ilustración 13 Representación de resultados de la pregunta # 08	88
Ilustración 14 Representación de resultados de la pregunta # 09	90
Ilustración 15 Representación de resultados de la pregunta # 10	91
Ilustración 16 Representación de resultados de la pregunta # 11	93
Ilustración 17 Representación de resultados de la pregunta # 12	94
Ilustración 18 Representación de resultados de la pregunta # 13	96
Ilustración 19 Representación de resultados de la pregunta # 14	98
Ilustración 20 Representación de resultados de la pregunta # 15	99
Ilustración 21 Diagrama de flujo	108
Ilustración 22 Representación de resultados de la pregunta # 01	116
Ilustración 23 Representación de resultados de la pregunta # 02	118
Ilustración 24 Representación de resultados de la pregunta # 03	119
Ilustración 25 Representación de resultados de la pregunta # 04	121
Ilustración 26 Representación de resultados de la pregunta # 05	123
Ilustración 27 Representación de resultados de la pregunta # 06	124
Ilustración 28 Representación de resultados de la pregunta # 07	126
Ilustración 29 Representación de resultados de la pregunta # 08	128
Ilustración 30 Representación de resultados de la pregunta # 09	129
Ilustración 31 Representación de resultados de la pregunta # 10	131
Ilustración 32 Representación de resultados de la pregunta # 11	132
Ilustración 33 Representación de resultados de la pregunta # 12	134
Ilustración 34 Representación de resultados de la pregunta # 13	135
Ilustración 35 Representación de resultados de la pregunta # 14	137
Ilustración 36 Representación de resultados de la pregunta # 15	138

CAPITULO 1: ANTECEDENTES

1.01 Contexto

En nuestro medio la sociedad socioeconómica textil ha enfrentado una creciente demanda en el mercado, la economía ecuatoriana tuvo un crecimiento anual del 4.5% en el 2013, esto ha motivado a las empresas dedicadas a la elaboración de etiquetas a poner más énfasis en lo que respecto a una atención adecuada a los clientes ofreciendo cada vez más alternativas.

La elaboración de etiquetas de cartón cada vez es más solicitado ya que con este producto el cliente puede identificar sus prendas de vestir con una marca e incluso personalizar sus productos, la necesidad de innovar el producto que se ofrece, dar más alternativas de uso, la manera como se elabora.

Dentro de las empresas pequeñas y medianas surgen varias incógnitas cuando al momento de analizar y descubrir que es lo que está ocurriendo en su empresa suelen descubrir que no se ha aplicado una estrategia correcta de negocios y simplemente el hecho de no tener conocimiento de la misma.

El plan de marketing entre otras varios aspectos nos ayuda a determinar las necesidades reales del mercado, establecer a través de que canales se distribuirá nuestro producto e identificar la mejor manera de comunicar nuestra marca, producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

En el Ecuador las empresas pequeñas y medianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada, Esto nos indica que los negocios ecuatorianos cada vez realizan varias actividades de las cuales les permitan aumentar las ventas alcanzando objetivos y siendo más eficientes.

En la provincia de Tungurahua, cantón Pelileo, existe un amplio mercado de empresas que se desenvuelven en la misma área de producción siendo Pelileo uno de los lugares más reconocidos en la elaboración de jeans entre otros productos, nuestro enfoque es el ser reconocidos y que exista una fidelización del cliente hacia nuestro producto.

La empresa "PL ETIQUETAS" es una de las empresas dedicada a la elaboración de etiquetas de cartón, la cual mediante el diseño de un plan de marketing permitirá que alcance entre otros propósitos el posicionamiento de la empresa en la ciudad de Pelileo, además facilitara el conocimiento de los hechos, análisis de la situación, asegurará la toma de decisiones comerciales, descripción clara del posicionamiento y la competencia, permitirá el control y evaluación de los resultados en función de los objetivos marcados.

"PL ETIQUETAS" se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, Av. Carlos Mantilla Barrio San José, legalmente constituida, además de contar con la maquinaria necesaria para la producción.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

En nuestro medio existe un alto porcentaje de competitividad de las empresas dedicadas a elaborar etiquetas de cartón es por ello que se debe optar por varias estrategias que nos permitan ser la diferencia y obtener mejores resultados.

Entre las ventajas de un plan de marketing es el cumplir con nuestro objetivo planteado aplicando varias herramientas que nos permitan ser aún más competitivos.

1.01.01. Planificación estratégica

PL ETIQUETAS es una empresa dedicada a la elaboración de etiquetas de cartón, de la cual ayudara a la diferenciación de la marca en una prenda de vestir.

Todos los componentes del etiquetado son personalizables al gusto del consumidor, y como mejor encajen con la imagen de marca que quiere dar.

PL ETIQUETAS se originó desde hace 3 años, al implementar una pequeña máquina de troquelado la cual daría el inicio del nuevo reto, el ser una empresa dedicada a la creación de etiquetas de cartón diferenciada en diseño, color, tamaño y sobre todo en marca.

Con el propósito de brindar el mejor servicio al cliente se ha implementado varias máquinas para la pronta producción del trabajo solicitado, continuamente la innovación se encuentra presente de tal manera, el brindar siempre un plus en el producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

1.01.02. Misión

Brindar el mejor servicio al cliente a través del valor agregado es decir comprometidos a la diferenciación en cuanto a las marcas representativas de cada uno de nuestros clientes en sus productos,

1.01.03. Visión

Ser la primera empresa en brindar el servicio de impresión de etiquetas, innovar al cliente cada vez más con un producto cada vez más sofisticado con detalles extras dando una mejor calidad en el diseño e impresión.

1.01.04. Valores

- Lealtad
- Puntualidad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Agilidad

1.01.05. Objetivos

- Generar un mayor consumo de las etiquetas de cartón.
- Brindar un buen servicio al cliente con la creación de marcas.
- Innovar en calidad y diseño del producto.
- Crear productos para elección del cliente.
- Comercializar nuestro producto de manera ágil y responsable.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

1.01.06. Organigrama

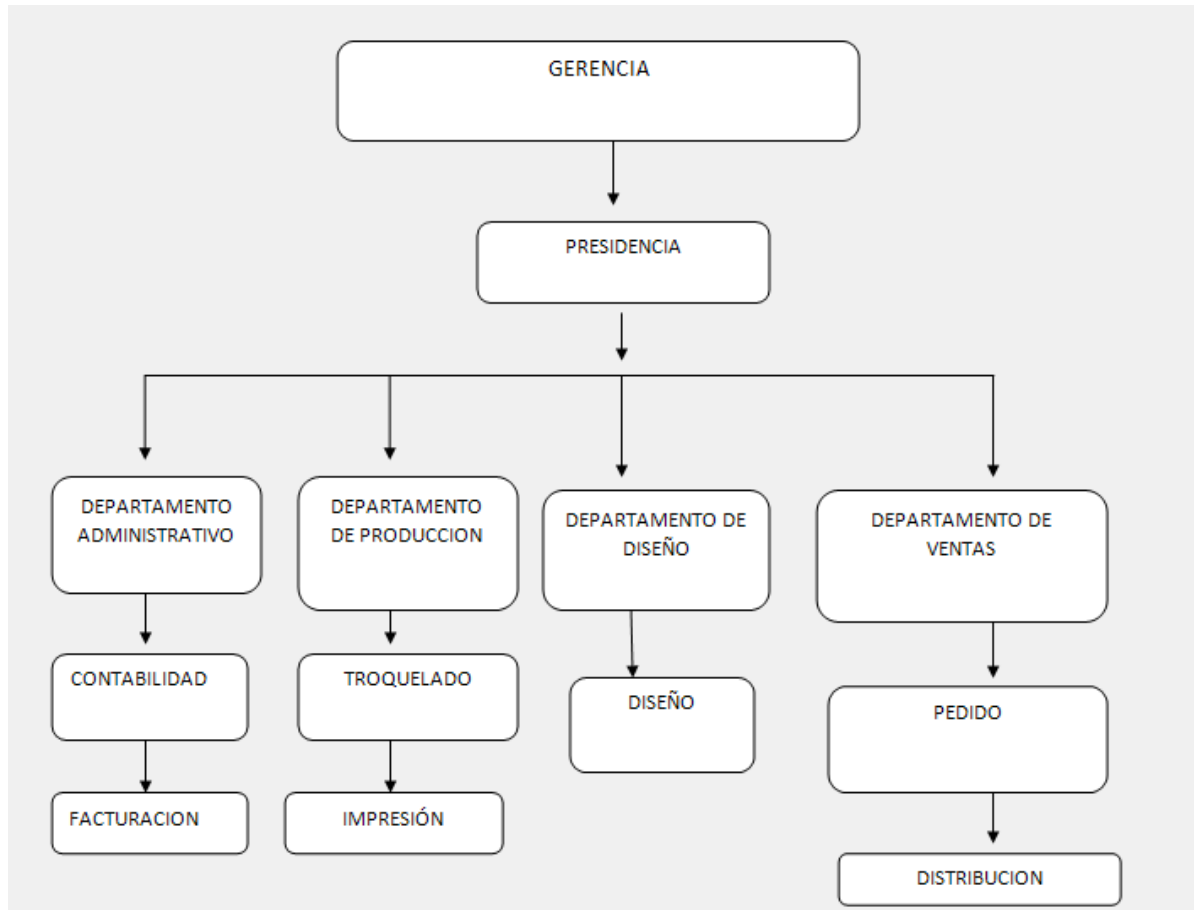


Ilustración 1. Organigrama

Fuente: Patricia Almeida

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

1.02. Justificación

El proyecto se basa en brindar a la empresa "PL ETIQUETAS" información que le permita ser más competitiva en el medio además de obtener herramientas administrativas que serán de gran utilidad para no trabajar empíricamente.

La implementación de un plan de marketing permitirá que la empresa logre obtener una visión clara del objetivo, detalle de la situación y posicionamiento en el que nos encontramos, marcando las etapas que se han de cubrir para su ejecución, recopilación y elaboración de datos necesarios, brindando así una idea clara del tiempo y recursos económicos que debe disponer.

La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país.

Mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados diferentes, incentivar la producción y por lo tanto generar importantes plazas de empleo.

Aunque pueda parecer inverosímil, lo cierto es que la presentación de un producto es importante. Y precisamente cuando hablamos de fabricación de etiquetas de cartón para

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

moda, nos referimos hasta cierto punto a la presentación de nuestro producto, hablamos de la presentación de nuestra marca, de lo que el cliente ve, además de la calidad de la ropa que tiene delante de sus ojos. Evidentemente, todos los componentes del etiquetado son personalizables al gusto del consumidor, y como mejor encajen con la imagen de marca que quiere dar.

Apostar por la fabricación de etiquetas de cartón para moda significa que usted utilizará este soporte para crear una imagen de marca propia a la que integrará a sus productos, o para hacer corresponder su imagen de marca con el producto que está vendiendo; es decir, en todos los casos le aporta un valor extra a los productos que forman parte de su marca.

La fabricación de etiquetas de cartón para moda es una práctica que permite al vendedor darle a sus productos un toque especial además de un extra de calidad y confianza en la marca, al tiempo que resultan mucho más económicas que las demás etiquetas. Y todo ello, sin renunciar a la creatividad si se opta por la personalización de este tipo de etiquetas

1.03. Definición del Problema Central (MATRIZ T)

Tabla 1 Definición del Problema

3. ANALISIS DE FUERZAS T					
SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
Desconocimiento de la empresa PL ETIQUETAS en la ciudad de Pelileo por falta de creación de estrategias de un plan de marketing.	Carencia de un diseño de plan de marketing lo cual encauza una inadecuada aplicación de procesos en la empresa.				Estrategias debidamente aplicadas generando direccionamiento a los procesos, guía de acciones a ejecutar y alto nivel de aceptación.
Fuerzas Impulsoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Diseño de un plan publicitario utilizando la planificación de medios o también estrategias publicitarias (desarrollo de un tema creativo, posicionamiento en la mente del consumidor).	4	4	5	2	Desconocimiento de la empresa por inexistentes estrategias de desarrollo de marketing.
Elaborar un manual de procesos	4	4	5	2	Inadecuada administración de procesos,
Implementación de canales de distribución para hacer llegar el producto a su mercado meta dando prioridad a los clientes	2	4	5	2	Demora excesiva en el tiempo de entrega del producto.
Mejorar el manual de políticas contribuyendo al cumplimiento de los objetivos estratégicos	2	4	5	1	Bajo cumplimiento al manual de políticas establecido.
Programa de capacitación para el área de ventas utilizando la tolerancia a la frustración, capacidad de organización, creatividad y liderazgo	4	4	5	2	Bajo interés en las capacitaciones por parte del personal de ventas.

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Fuerzas Impulsoras

2: Falta de compromiso por parte del personal para contribuir con las fuerzas impulsadoras

4: Las propuestas son positivas y realizables.

Fuerzas Bloqueadoras:

1: bajo nivel de calificación decisiones a tomar

5: fuerzas bloqueadoras se pretende

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

CAPITULO 2: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01. Mapeo de Involucrados

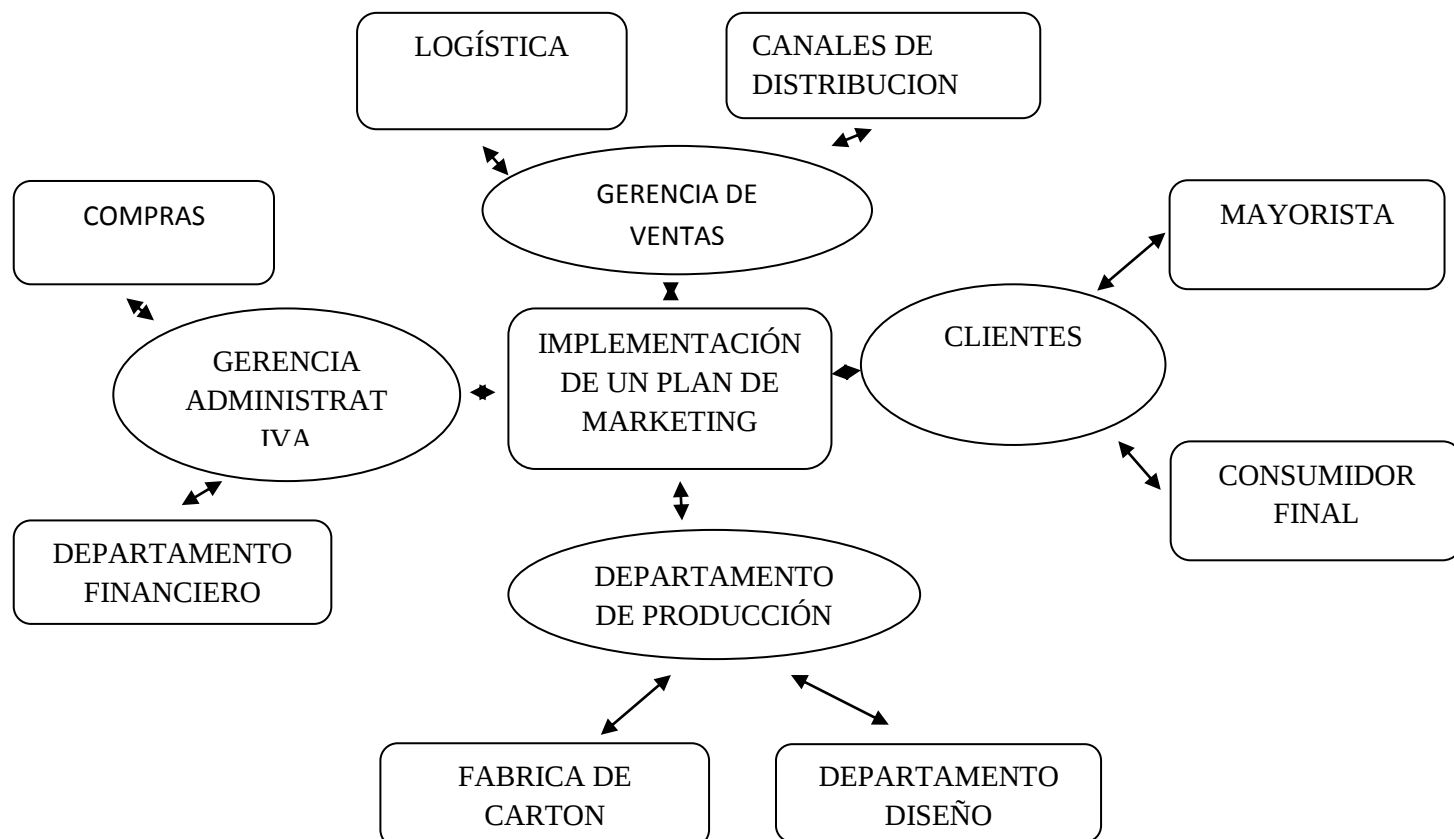


Ilustración 2 Mapeo Involucrados

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

2.02. Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2 Matriz de Análisis Involucrados

Actores Involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos, Mandatos y Capacidades	Intereses sobre el Proyecto	Conflictos Potenciales
Gerencia de Ventas	Determinación del tamaño y fuerzas de ventas. Evaluación del desempeño, planeación de ventas.	Bajo interés en las capacitaciones por parte del personal de ventas	Elaboración de estrategias de mercado, seleccionar estrategias, análisis de la situación, personal previamente capacitado. Políticas y reglamentos	Programa de capacitación para el área de ventas utilizando la tolerancia a la frustración, capacidad de organización, creatividad y liderazgo	Asistencia adecuada del área de ventas
Clientes	Mejora en la atención, alcance de metas propuestas de servicio, y satisfacción al consumidor.	Demora excesiva en el tiempo de entrega del producto	Segmentación de clientes, Análisis del servicio al cliente, planificación de estrategias, estructuración de presupuestos para cumplimiento de metas.	Implementación de canales de distribución para hacer llegar el producto a su mercado meta dando prioridad a los clientes	Apoyo por parte de la gerencia de ventas para la aplicación de estrategias
Departamento de producción	Análisis y control del producto, aplicación de seguridad industrial, control del material con el que se trabaja, planificación de inspección y control de las herramientas	Inadecuada administración de procesos	Personal calificado para el área de producción, control de calidad del producto, maquinaria con tecnología avanzada, optimización en tiempo de diseño. Manual de procesos	Elaborar un manual de procesos	Asistencia y colaboración por parte del área de ventas para el cumplimiento de metas, falta de materia prima adecuada.
Gerencia Administrativa	Ejecución de políticas administrativas que conduzcan al fortalecimiento de los procesos. Control del suministro del material	.Desconocimiento de la empresa por inexistentes estrategias de desarrollo del marketing	Manual de procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades, formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual,	Diseño de un plan publicitario utilizando la planificación de medios o también estrategias publicitarias. (Desarrollo de un tema creativo, posicionamiento en la mente.	Ineficiente desempeño del área administrativa, falta de comunicación.

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

CAPITULO 3 PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01. Árbol de Problemas

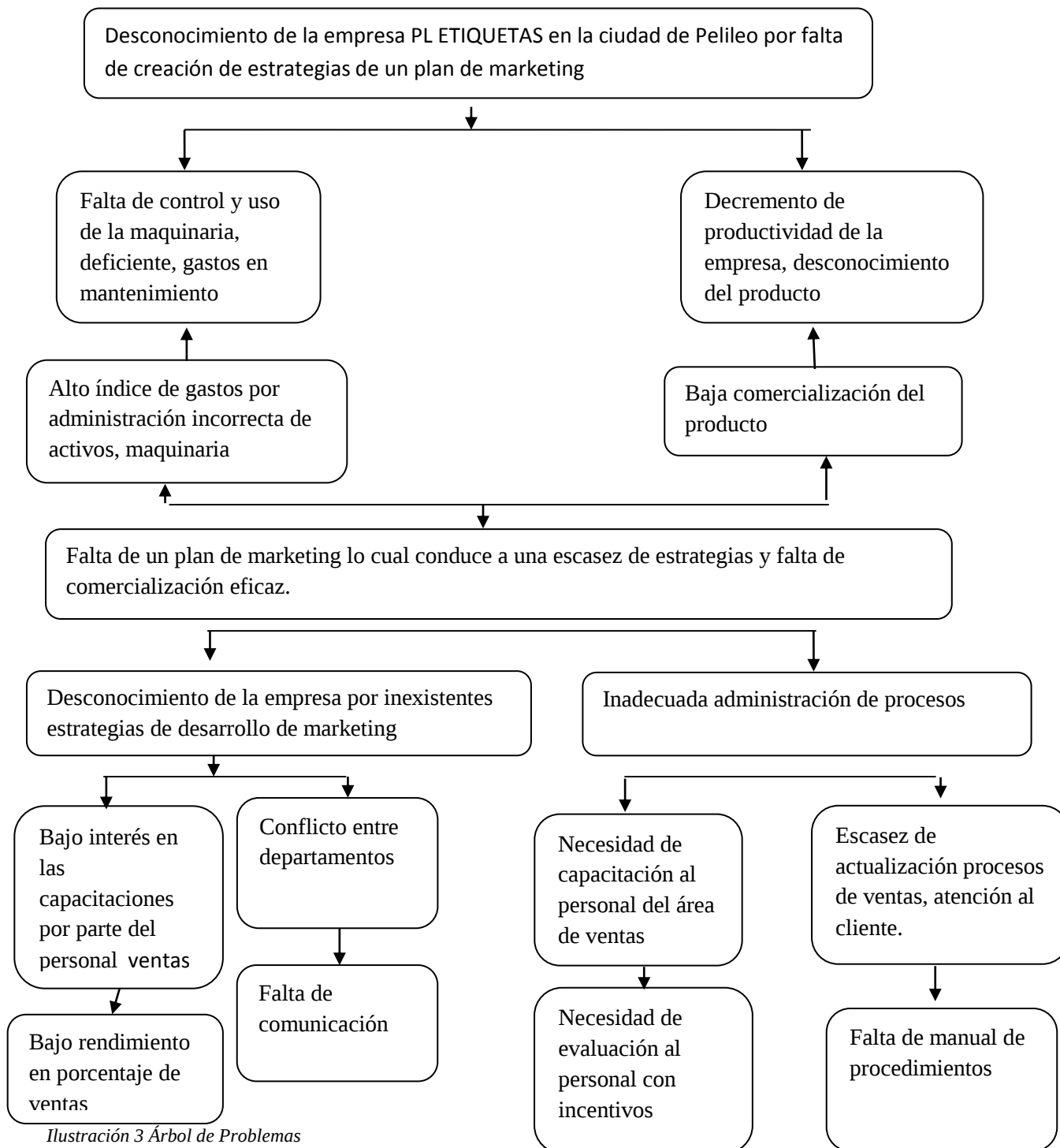


Ilustración 3 Árbol de Problemas

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

3.02. Árbol de Objetivos

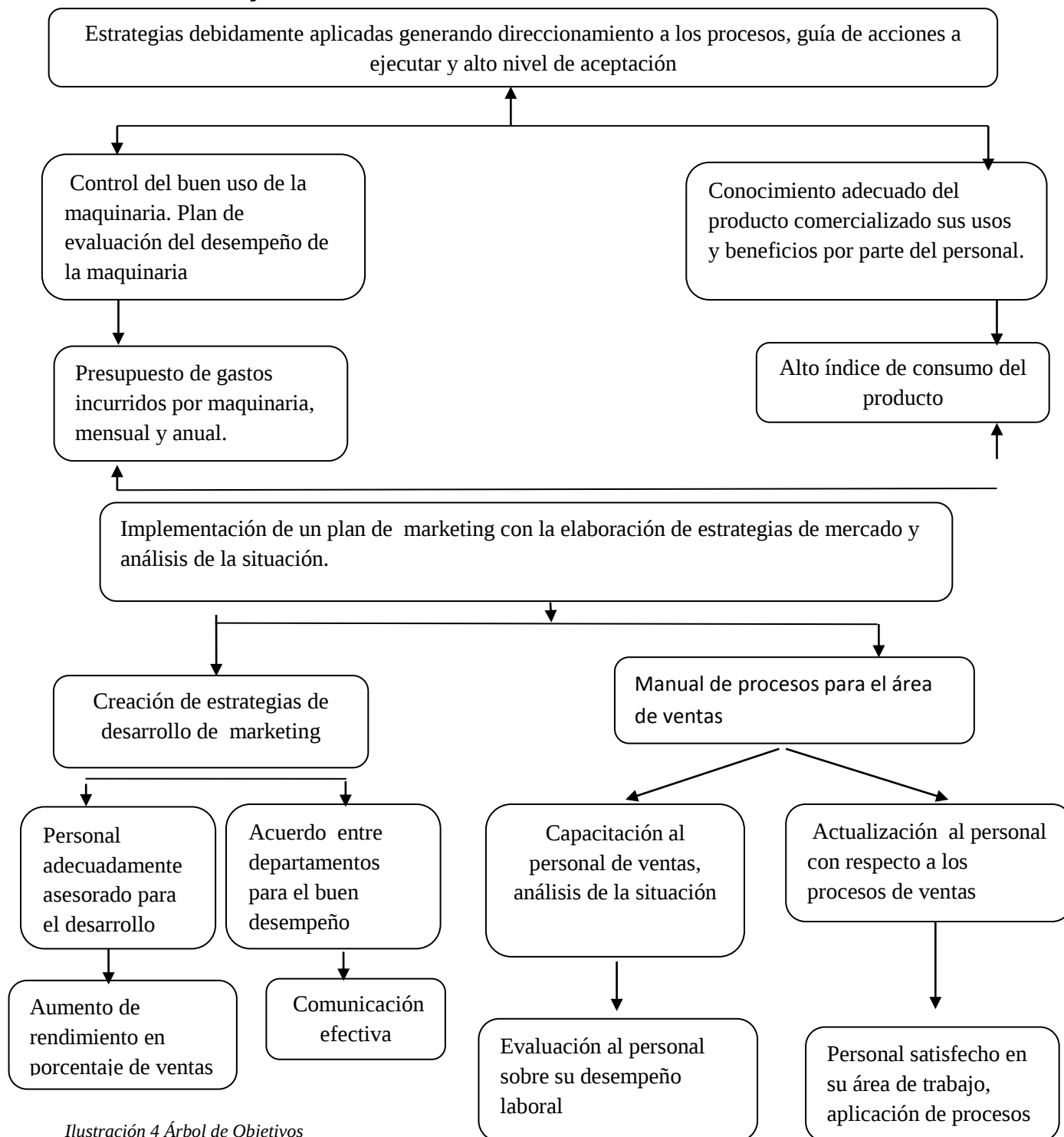


Ilustración 4 Árbol de Objetivos

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

CAPITULO 4: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas

Tabla 3 Matriz de Análisis de Alternativas

MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS							
OBJETIVOS	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categorías
Diseñar un plan publicitario utilizando la planificación de medios y estrategias publicitarias	4	4	3	3	4	18	ALTA
Elaborar fichas de procesos	4	3	3	3	3	16	MEDIA ALTA
Implementar canales de distribución para que el producto llegue al mercado meta.	4	4	4	3	3	18	MEDIA ALTA
Mejorar el manual de políticas contribuyendo al cumplimiento de los objetivos	5	4	3	3	3	18	MEDIA ALTA
Capacitar al personal de ventas utilizando la tolerancia a la frustración, capacidad de organización,	4	4	3	4	3	18	MEDIA ALTA
TOTAL	21	19	16	16	16	88	

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Explicación de Prioridad.-

1.- La estrategia de mercado es el primer paso del cual la empresa debe conocer como lo va a realizar y que es lo que necesita, sin embargo podemos mencionar que para realizar esta estrategia se requiere del análisis al consumidor, desarrollo del producto, fijación de precios, branding (definir y establecer un concepto de marca relevante) ventas y distribución.

2.- Acuerdo entre compañeros para el buen desempeño, el laboral en armonía permitirá que cada área se desempeñe de la mejor manera por el flujo de comunicación, todo el personal tendrá la capacidad de dar su punto de vista el cual se podrá tomar en consideración para que los procesos fluyan cada vez mejor.

3.- Capacitación al personal adecuada: explicar y demostrar la forma correcta de realizar la tarea, ayudar al personal a desempeñarse en su puesto de trabajo, evaluación del desempeño laboral, evaluar su nivel de comprensión.

4.-Manual de procesos para el área de ventas permitirá llevar un mejor control con respecto al desempeño laboral y adecuado uso del tiempo.

5.- La creación de un plan estratégico permitirá aplicar varias normativas de las cuales se podrá evaluar a las diferentes áreas y de esta manera planificar que es lo que se puede mejorar.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

6.-La elaboración de presupuesto de gastos permitirá tener un control adecuado de los gastos incurridos por la empresa, desarrollar estrategias y minimizar gastos innecesarios.

7.-Se requiere una correcta administración de gastos pues nos afectaría de gran manera para posteriores compras, los gastos deberían ser previamente analizados para no incurrir a gastos que puedan afectar a la productividad de la empresa.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 4 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

MATRIZ DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS							
Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto en genero	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categorías
Diseñar un plan publicitario utilizando la planificación de medios y estrategias publicitarias	El diseño de un plan publicitario es un tema complicado puesto que requiere de inversión sin embargo al mismo tiempo nos genera rentabilidad (4)	La persona que está encargada del diseño del plan publicitario debe ser una persona muy creativa y emprendedora. (4)	El impacto que genera al medio ambiente deberá ser positivo es decir que se tomara muy en cuenta el ayudar a su buen uso (5)	Es muy importante (4)	Depende de una planificación adecuada de medios publicitarios (4)	21	Alta
Elaborar un manual de procesos	El elaborar un manual de estrategias es bastante efectivo puesto que se podrá contar con un mejor control (4)	La creación de un manual de procesos ayudara que el personal pueda trabajar de manera adecuada en su área de trabajo (5)	Tendrá un buen impacto ambiental sobre todo el manejo eficiente de los procesos. (4)	Esta estrategia tendrá un impacto positivo sobre la producción (5)	La elaboración adecuada de un manual de procesos depende de la aplicación adecuada de estrategias. (4)	23	Alta
Implementar canales de distribución para que el producto llegue al mercado meta.	Los canales de distribución permitirán un manejo adecuado de entrega permitiendo así un tiempo de entrega adecuado (4)	El personal en general tendrá un mayor control de entrega gracias a la implementación de los canales de distribución (4)	Obtendrá un impacto positivo para el ambiente pues se aplicara adecuados canales de distribución (4)	Es muy importante (4)	Es un proceso muy necesario y de responsabilidad para todos (4)	20	Alta
Mejorar el manual de políticas contribuyendo al cumplimiento de los objetivos	La revisión del manual del políticas permitirá que los objetivos sean cumplidos (4)	El manual de políticas deberá ser aplicado de la mejor manera por parte del personal (4)	Su impacto se verá gracias al buen manejo de los procesos (4)	Es de bastante relevancia (4)	Es un proceso necesario para cumplir con los objetivos propuestos (4)	20	Alta
Capacitar al personal de ventas utilizando la tolerancia a la frustración, capacidad de organización.	El capacitar al personal nos ayudara de gran manera a obtener mejores resultados. (4)	La capacitación al personal es en general en realidad se requiere de la predisposición del personal (4)	Al estar el personal adecuadamente capacitado permitirá que este se preocupe por el impacto que causa(4)	Es necesariamente importante (4)	Al capacitar al personal se requieren de varios recursos (4)	20	Alta

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

4.03. Diagrama de Estrategias

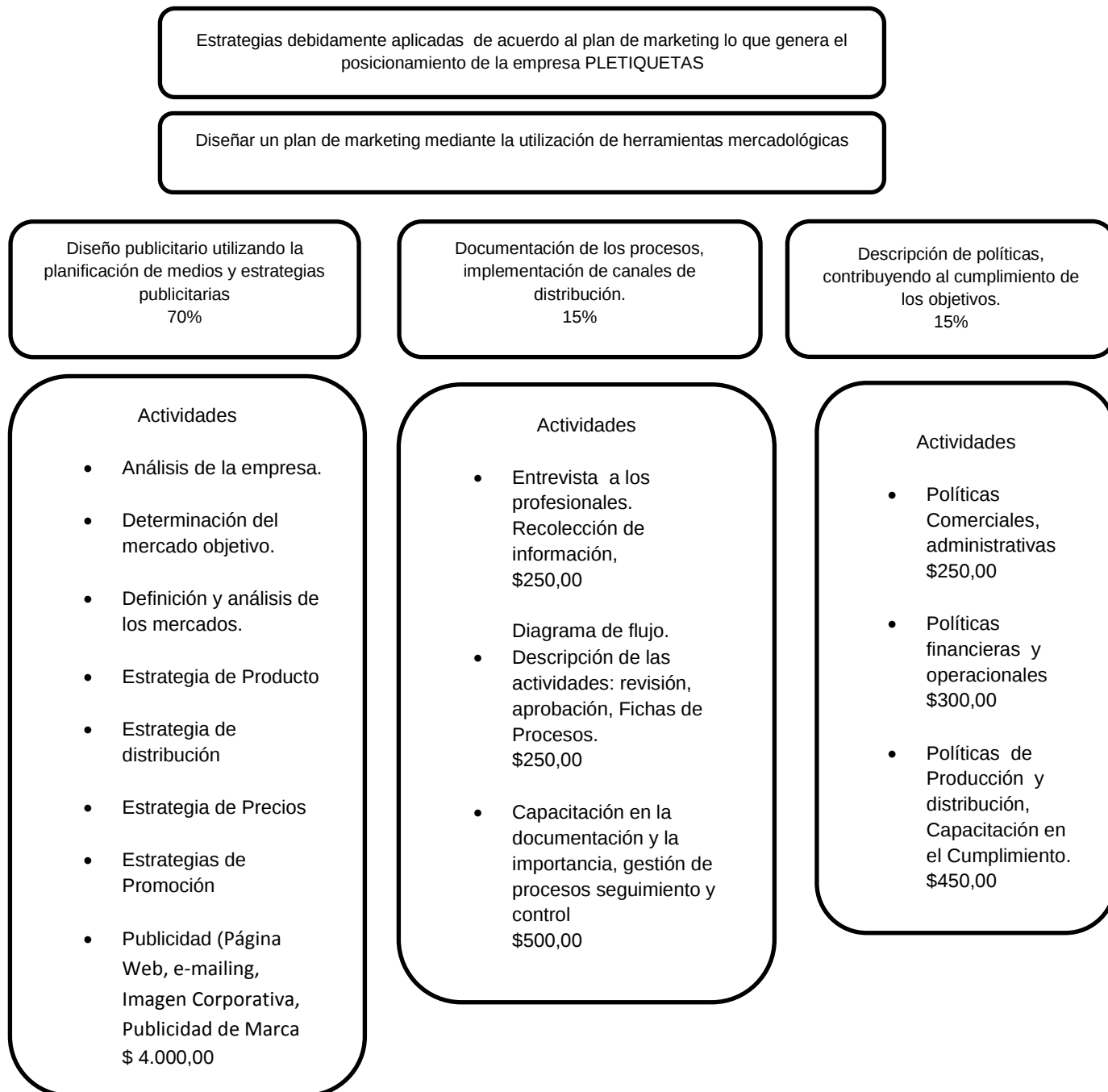


Ilustración 5 Diagrama de Estrategias

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

4.04. Matriz de Marco Lógico

Tabla 5 Matriz de Marco Lógico

Descripción	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Fin: Aumento de Utilidad para la Empresa	15% de Incrementación en Ventas	Proyecto	Falta de Información eficiente y comprobada de una mejora en la empresa.
Propósito: Procesos Debidamente Identificados , Aumento en la Productividad, Reducción de Costos y Cumplimiento de Objetivos	Quien: Proyectista Cuanto: Recursos Financieros Donde: Sector Norte de Quito	Establecer Fichas de Procesos, Diagrama de Flujo, Políticas Administrativas y Comerciales	Falta de Colaboración por Parte de los Trabajadores y todos los Miembros de la Empresa
Componentes			
Descripción de políticas, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos.	Inversión para el desarrollo de Políticas Empresariales.	Desarrollo de Políticas	Cooperación del área administrativa y Gerencia.
Documentación de los procesos, implementación de canales de distribución	Análisis de costo de Inversión para la implementación de canales de distribución.	Implementación de canales de Distribución	Costo de Inversión Elevado
Diseñar un plan publicitario utilizando la planificación de medios y estrategias publicitarias	Análisis Costo/Beneficio del Plan Publicitario	Página Web, e-mailing, Margen Corporativa, Publicidad de Marca	Necesidad de Apoyo y Aprobación por parte de la Gerencia
Actividades			
Diseño de un plan publicitario	Análisis de la empresa, determinación del mercado objetivos, definición y análisis de los mercados, estrategia de producto, distribución, precio, promoción publicidad página web, e. Mailing	\$ 4.000,00	Existe factibilidad técnica y financiera para la ejecución del proyecto
Documentación de los procesos, implementación de los canales de distribución	Recolección de información, diagrama de flujo, descripción de las actividades, fichas de procesos, capacitación en la documentación y sus procesos	\$ 1.000,00	
Descripción de políticas para el cumplimiento de los objetivos	Políticas comerciales, administrativas, financieras, operacionales, de producción y distribución.	1.000,00	

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

CAPÍTULO 5: PROPUESTA

5.01. Antecedentes

5.01.01. Propuesta: Contribuir al desarrollo del sector textil con el diseño de un plan de marketing para alcanzar el posicionamiento de la empresa PL ETIQUETAS en la ciudad de Pelileo.

5.01.02. Antecedentes de la Propuesta: un plan de marketing dentro del proceso de planificación de una empresa es muy importante, está vinculado a un entorno cambiante que va ofreciendo continuamente nuevos retos a las empresas, obliga a que tanto las tareas a desempeñar por la comercialización como la importancia que se da a cada una de ellas, en un proceso de adaptación continua, el recopilar información histórica más relevante.

Analiza la situación actual de la empresa en relación a los competidores y en los distintos mercados, descripción de la empresa en el macro entorno y micro entorno, análisis las estrategias que serán necesarias ejecutar para el mejor desempeño de la empresa revisando los recursos disponibles.

En cualquier proyecto es fundamental el factor tiempo, casi siempre existe una fecha de finalización que debe ser respetada, es por ello, importante programar las actividades de manera que puedan aprovecharse todas las actividades para llevar a cabo el plan dentro de los plazos fijados.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Determinar los problemas en los cuales no se habían pensado al inicio del proyecto y que puedan ser superados con estrategias, buscar soluciones, descubrir oportunidades favorables que aporten de manera efectiva al proyecto dentro de su ejecución.

Establecer las necesidades reales de los clientes a través de la investigación de mercados cuya finalidad es centrarse en los intereses de los clientes para ofrecer el producto que más se adecue a su gusto o deseo.

PL ETIQUETAS es una empresa dedicada a la elaboración de etiquetas de cartón, las mismas que son utilizadas en las prendas de vestir para una mejor presentación, cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector de la etiqueta, desde entonces la empresa ha experimentado cambios administrativos y tecnológicos.

Si bien es cierto, con el pasar de los días, hay cambios de los cuales como empresa debe estar preparada, socializar y sobre todo innovar, el día a día hace que cada vez el cliente se aún más exigente y el cubrir sus necesidades sea todo un reto, a cumplir con la mayor expectativa,

Obteniendo como recompensa a un cliente satisfecho lo cual con lleva a que pronto se aplique el marketing boca a boca o quizá la fidelización del cliente.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Pese a que la empresa cuente con la maquinaria oportuna para proceder con el trabajo, existen ciertos procesos que deben ser revisados para ser mejorados con lo que se conseguirá optimizar costos y tiempo.

La productividad de la empresa se ha mantenido estable pero existen ciertas falencias tales como: falta de publicidad, buen trato al cliente, mejoras al producto entre otras, por tal motivo el aplicar ciertas estrategias, es necesario.

PL ETIQUETAS se ve en la necesidad de la implementación de un plan de marketing para el posicionamiento de la empresa a través de la ejecución de estrategias tales como estrategias de producto, distribución, precio, promoción y publicidad.

5.02. Descripción

5.02.01. Marco Teórico

Según Kotler en 2001, menciona que el marketing es la función comercial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, determina que mercados meta puede atender mejor la organización, y diseña productos, servicios y programas apropiados para atender a esos mercados. La meta del marketing es crear satisfacción de los clientes de forma rentable.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

El marketing se practica en todo el mundo, la mayor parte de los países de Norte y sudamericana, Europa Occidental y Asia tienen sistemas de marketing bien desarrollados.

Incluso en Europa Oriental y en otras partes del mundo en las que por mucho tiempo el marketing fue considerado como algo malo, drásticos cambios políticos y sociales han creado nuevas oportunidades de marketing.

Es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo y obtener así una utilidad. El marketing identifica las necesidades y los deseos insatisfechos, define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y la potencial utilidad, determina con precisión cuáles segmentos pueden atender mejor la compañía, diseña y promueve los productos y servicios apropiados (Kotler, 2005).

El objetivo del marketing es, en cierta manera, influir en el modo de pensar y de actuar de los consumidores respecto a la empresa y sus ofertas de marketing. Para poder influir en el qué (qué compran los consumidores), el cuándo (cuándo compran) y el cómo (dónde, cuánto y cómo compran) del comportamiento de compra de los consumidores tendremos que entender primero él porque...Kotler y otros (2004, p187).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Por su parte John A. Howard, quien trabaja en la Universidad de Columbia, asegura que está convencido de que el marketing consiste en un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas. Y Al Ries y Jack Trout, opinan que marketing es sinónimo de “guerra” donde cada competidor debe analizar a cada “participante” del mercado, comprendiendo sus fuerzas y debilidades y trazar un plan a fin de explotarlas y defenderse.

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el marketing es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto “para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones” y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

Stanton, Etzel y Walker, proponen la siguiente definición de marketing: "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización".

En la administración de una empresa, el marketing es un conjunto de actividades que envuelven una serie de pasos como la creación, planeamiento y desenvolvimiento de productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores y, estrategias de ventas y consumidores que superan la competencia. (<http://www.promonegocios.net>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

La importancia de un plan de marketing que ayude a identificar la forma de una empresa para maximizar los puntos fuertes y los puntos débiles, observar las posibles amenazas y oportunidades, ayuda a trazar las estrategias para conseguir los objetivos pretendidos y controla el nivel de implementación de las diferentes fases.

El marketing se caracteriza en planificar el futuro de la empresa utilizando principalmente herramientas mercadológicas los cuales permitan experimentar el cambio en buenos resultados.

Las variaciones que se dan día a día con respecto a la tecnología hacen que el marketing vaya adaptándose a estos cambios y de esta manera el aportar positivamente ya no sea un reto sino más sea una cadena es decir la tecnología trabaja de la mano con el marketing y viceversa, que sus aportes sean aún más beneficiosos de los esperados (<http://www.todomktblog.com>).

Según Rafael González en su libro Marketing Presente y Futuro 5ª Edición, menciona que el marketing cada vez se va innovando más, contribuye de mejor manera e incluso su aporte en la actualidad es necesario.

Neuromarketing: es un nuevo método científico que nos permite percibir los procesos mentales del consumidor los cuales conscientemente no los definimos.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

La decisión de compra definida por estímulos subconscientes recibidos gracias al Neuromarketing permitirá que el marketing tradicional puede ser aplicado de mejor manera y sus estrategias sean aún más fructíferas. (<http://neuromarca.com>).

Coaching: se menciona siempre que el cliente es muy importante y es cierto sin embargo es necesario decir que tanto el cliente externo como el cliente interno son necesarios dentro de la empresa para que la misma pueda obtener mejores resultados.

El Coaching es una herramienta, la cual permitirá que la persona reconozca todo su potencial y permita que se desarrolle tanto personal como profesionalmente de mejor manera, reconocer sus habilidades, destrezas, defectos y aptitudes. Este proceso de reflexión se puede aplicar tanto al cliente interno como al externo y servirá para mejoras, cambios o alternativas si es necesario. (<http://aprendamos.aprenderapensar.net>).

Redes Sociales: Hoy en día si un medio nos puede ayudar a difundir nuestro producto en magnitud, son las redes sociales los cuales últimamente son utilizados más que nunca por su gran aporte, el intercambio dinámico, interactivo entre personas, grupos, compañías ha hecho que las empresas utilicen medio como: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google para que su producto tenga mayor acogida.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Y si se habla de innovación, de cambios, de nuevas formas de llegar al cliente, pues bien se puede mencionar a:

Mobile Marketing: la forma de aplicar estrategias de marketing a través del móvil, los teléfonos inteligentes son los que están en auge más que nunca, por lo que ahora, un computador de escritorio o una laptop no es un impedimento para proceder con un negocio, presentar un producto o cerrar una negociación.

Al contar con aplicaciones o simplemente con whatsapp sencillamente se puede observar, determinar o incluso aprobar una venta o compra, la tecnología es una gran ayuda y el marketing se ve beneficiado de gran manera.

Otra de las nuevas tendencias en ventas es el E-Commerce: que básicamente se trata de una venta y/o compra mediante páginas web en el internet, ahora ya nada es impedimento en realidad, ni la distancia pues todo depende de la empresa y las facilidades que brinde a su cliente para cerrar una negociación como la entrega, forma de pago, la envío (<http://taygon.com>).

Community Manager: otro de los grandes avances de la tecnología se identifica con esta tendencia en donde se puede llevar una comunicación efectiva con grandes comunidades donde se puede difundir el producto, que la marca cada vez se aún más conocida, este medio debe ser monitoreado e innovador, contener temas de gran interés, muy competitivos y así lograr captar totalmente la atención de los miles de usuarios (<http://www.maestrosdelweb.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Elevator Pitch: una negociación siempre es importante en cualquier momento y el tiempo el mayor tesoro, entonces los dos van de la mano y al tener la oportunidad de cerrar un negocio en un minuto es decir y no precisamente dentro de una oficina esto es una estrategia del marketing el poder realizar una negociación con estrategias, saber vender un producto conocer y sobre todo creer en sí mismo (<http://www.elmundo.e>).

Renart Lluís (2004) menciona que CRM: es la fidelización del cliente se obtiene gracias a esta herramienta, el poder utilizar de forma asertiva la información proporcionada por el cliente tales como sus preferencias, sus disgustos y demás que facilitaran el trato con el cliente además de saber utilizar esta información en función a las necesidades del cliente, una buena organización, información, desarrollar adecuadas estrategias para un buen marketing (p.11).

Outsourcing: es una forma de gestión que ayuda a una efectiva negociación muy rentable y competitiva, la externalización de los servicios o funciones de la empresa lo cual ayuda a que la empresa sea más competitiva y conocida, concurrir a una agencia externa para solicitar cierto servicio sin tener responsabilidad con respecto a la administración de la misma (<http://www.gestiopolis.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

E mail marketing: es una herramienta la cual nos permite dar a conocer nuestro producto de una forma más didáctica dar a conocer sus características, ser más explícitos por este medio incluso se puede incluir información adicional que puede ser de mayor utilidad para el cliente para tomar su decisión de compra (<http://www.benchmarkemail.com>).

Otra de las grandes ventajas, es el mantener informado al cliente con respecto a precios e innovación del producto de preferencia del cliente y así brindar un mejor servicio, conocer las necesidades del cliente o a su vez poder informar acerca de garantías ofertas o próximos días de descuento, la información debe ser muy clara puesto a que incluso se puede cerrar una negociación por este medio (<http://www.marketing-xxi.com>).

El marketing en síntesis busca estar al tanto de cuáles son las necesidades vigentes de los clientes, conocer nuevos nichos de mercado, identificar el mercado potencial, indagar segmentos de mercado de gran importancia para la empresa, implementar estrategias para ser parte de un mercado altamente competitivo.

El éxito se presenta en el momento en el que obtenemos un balance asertivo entre el éxito y el fracaso, el prestigio se consigue por los aciertos y por las decisiones correctas tomadas en situaciones críticas, en el cual el marketing inteligente actúa de gran manera en los retos más complicados. (Gonzales, 2010).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

El marketing tiene como objetivo principal el planificar el éxito de la empresa aplicando ciertas estrategias enfocadas a la demanda del mercado, tener la capacidad de saber en qué medida afectará los cambios futuros de los mercados (Instituto de Formación y Estudios Sociales, 2014).

Es indispensable no solo para darse a conocer en el mercado sino más bien crear impacto en el mercado y quedarse en la mente del consumidor.

Tanto la innovación como el valor añadido al producto deben ser tomados en cuenta al ejecutar las estrategias dentro del marketing puesto a que van de la mano y así lograr mejores resultados.

5.02.02. Plan de Marketing

El plan de marketing es de vital importancia para el funcionamiento de una empresa lo que permite una excelente comercialización rentable.

El creer que un proyecto sin la ayuda de un plan de marketing, es como tratar de navegar en un mar sin destino claro, y bajo el ataque de los enemigos.

Al elaborar un plan de marketing se requiere de invertir mucho tiempo sin embargo es un tiempo que es invertido satisfactoriamente, los objetivos son claros se obtienen resultados y se ejecutan estrategias (William A. Cohen, 2015).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Gracias al plan de marketing se determina la situación y posicionamiento de la empresa, planificar estrategias que aporten para el cumplimiento de los objetivos, el posicionamiento del producto, la fidelización del cliente, todo esto se conseguirá al identificar el mercado meta al cual se encuentra enfocada nuestra empresa.

Elaborar un plan de marketing es una tarea compleja que requiere de planificación, estrategias y medios para su ejecución, con su elaboración se pretende obtener resultados positivos que sean de acuerdo a el mercado es decir enfocarse a las necesidades del mercado con un enfoque bastante positivo al cambio a la mejora a la innovación.

De acuerdo a estudios realizados menciona que el 50% de las pymes no cuentan con un plan de marketing para desarrollar estrategias puesto a que de acuerdo a su modo de pensar no es necesaria la creación del mismo, sin embargo se puede mencionar que la creación de plan de marketing es necesario e importante para conocer el nivel de satisfacción de los clientes acerca del producto comercializado, el nicho de mercado al cual enfocarse, el tipo de publicidad, clientes, precio, plaza, promoción. (<http://www.gestiopolis.com>).

El plan de marketing se define como la elaboración de un documento escrito en el cual previo se realiza una investigación análisis, planificación de estrategias y se determina el plan de acción para el cumplimiento de los objetivos planteados (www.marketing-free.co).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PEILILEO.

Como constancia que existe una secuencia para realizar el plan de marketing se debe ejecutar un procedimiento de seguimiento para un mejor control y cumplimiento, incluso la toma de medidas correctoras en el caso de que tome como necesario, la empresa deberá evaluar periódicamente los resultados obtenidos para saber si se cumplimiento con la meta adicional de evaluar tanto al cliente interno como externo.

El plan de marketing es un gran instrumento que brinda información importante a las personas que se encuentran vinculadas a las actividades que se desarrollan con respecto al marketing debido a que nos ayuda a identificar la aceptación del producto, el cumplimiento de objetivos, los recursos que serán necesarios, el cronograma establecido para la aplicación oportuna de las estrategias planteadas y el control de las actividades que se ejecutaran durante la elaboración del plan de marketing (Fischer, L. (2006).

Actualmente nos encontramos en un ambiente altamente competitivo lo cual hace que la empresa tenga que estar a la vanguardia, innovar, buscar estrategias que le permite ser reconocida dentro del mercado y poder enfrentar nuevos retos, plantear objetivos que sean de acuerdo a las exigencias del mercado, sobre identificar cual será el plan de acción a ser ejecutado.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Permite conocer la situación actual de la empresa; costos, beneficios, competidores, distribución el macro y micro entorno al cual está enfocada, analizar las oportunidades, identificar las amenazas, debilidades y fortalezas así como también estar al tanto de la situación del producto, al conocer toda esta información se puede comenzar con el análisis financiero acerca del costo/beneficio de la aplicación del plan de marketing (www.bicgalicia.es).

Directamente las estrategias planteadas serán las que permiten el cumplimiento de los objetivos sin embargo para poder dar a conocer las estrategias que serán necesarias implementar se requiere de la colaboración de los departamentos implicados y de esta manera obtener información adecuada (www.cenfotur.edu.pe).

Además de las estrategias para el cumplimiento de los objetivos planteados es necesario el implementar programas de acción que permitan que las estrategias tengan mayor aceptación y de esta manera obtener mejores resultados una vez aplicado el plan de marketing.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.02.03. La Elaboración del Plan de Marketing

La primera parte para la elaboración de un plan de marketing consiste en la recolección de información, la definición del producto, en que consiste, de que está compuesto, su presentación sus ventajas y desventajas y sus características, además de un estudio previo para la reflexión y toma de decisiones adecuadas, el crear un plan de marketing demanda de tiempo, dedicación y constancia, recolectar información valiosa que será de gran ayuda antes durante y después de la implementación del mismo (<http://www.bicgalicia.es>).

La planificación adecuada de las actividades que se llevaran a cabo durante la ejecución del plan de marketing será de gran ayuda para que el mismo se ejecute de manera adecuada y de esta manera se vean mejores resultados al dar respuestas satisfactorias a los problemas que presenta la empresa.

Cohen. William (2005) menciona que gracias al plan de marketing se puede definir claramente la meta a la que está enfocada la empresa, es decir el cumplimiento de los objetivos, brinda una visión más concreta de cuáles son los problemas, los cambios que hay que realizar, los procesos que mejorar, estrategias que implementar y finalmente los objetivos cumplidos (p.9).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Dentro de la empresa es de gran utilidad la implementación de un plan de marketing, sin embargo esta es una de las herramientas que ayudará a la empresa a conseguir que sus objetivos se cumplan y ver resultados para ser competitivos en el mercado (Cohen. William, 2015, p 10).

Análisis de la Situación

Determinar la situación actual mediante encuestas, las cuales nos permitirán conocer la aceptación del producto.

El plan de marketing debe iniciar a partir de una investigación minuciosa de cómo se encuentra actualmente con respecto a los aspectos internos (análisis interno) y aspectos externos (análisis externo) esto permitirá conocer el efecto de los mismos hacia la empresa, estos pueden ser positivos como negativos, de los cuales se deberá realizar un análisis, aplicar estrategias, e incluso pensar en planes de contingencia o mejora.

Determinación de las variables necesarias para el desarrollo del plan de marketing, es decir verificar la información relevante durante los últimos años, para conocer el estado actual, identificar inicialmente las variables permitirá que se proceda con veracidad e incluso con exactitud.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

La aplicación de una investigación de mercados para conocer el estado de aceptación del producto, permitirá tener un punto de inicio, recolectar información, un análisis de la situación actual y cuáles serán los procesos de aplicación.

Las fuentes de información dentro del plan de marketing deberán ser al inicio del mismo y son necesarios para continuar con la investigación de mercado, en este caso se procede con las encuestas tanto internas como externas, las cuales identificarán información relevante para proceder con la propuesta, además de las encuestas es necesario proceder con las fuentes secundarias las cuales proporcionan información recogida en estadísticas y base de datos realizados con anterioridad.

Una vez aplicadas las encuestas se procederá con la tabulación para conocer los resultados obtenidos, y puede ser a través de sistemas informáticos los cuales permitirán el resultado, es decir que permitirá saber cuáles son los aparentes problemas que presenta actualmente la empresa.

El análisis externo es de gran utilidad si bien es cierto el país últimamente ha pasado por algunos cambios con respecto a leyes y esto puede afectar a la empresa y gracias a este análisis se puede buscar estrategias que ayuden a que el impacto hacia la empresa sea en menos magnitud.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Los medios de comunicación su difusión, sus cambios, la empresa se verá afectada o a su vez beneficiada, además de la aplicación de las nuevas tendencias para la difusión del producto, entorno interno, externo, análisis de sus efectos hacia la empresa tanto positiva como negativa.

Las condiciones de la competencia, dentro del plan de marketing se determinarán el valor agregado del producto, se aplicará estrategias para que el impacto sea bajo todas estas etapas deben aplicarse dentro de un orden lógico, con un cronograma para continuar adecuadamente con el desarrollo del plan de marketing, es necesario recalcar que el tiempo de duración de cada una de estas etapas solo lo definirá el investigador de acuerdo a su criterio.

5.02.04. Diagnóstico de la Situación

Una vez realizada la tabulación de las encuestas se deberá proceder con el análisis de los resultados aplicados a la situación actual identificando:

Las Amenazas: factores que pueden influir de manera negativa a los objetivos futuros

Las Oportunidades: factores que pueden influir de manera positiva a los objetivos futuros.

Las Debilidades: ciertos factores que pueden ser negativos con respecto al objeto de análisis.

Las Fortalezas: ciertas características del objeto de análisis que son positivas para el estudio.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

En este caso se aplica la matriz F.O.D.A. para el reconocimiento de cada uno de estas características y cómo influyen dentro del funcionamiento de la empresa, cada factor debe ser analizado minuciosamente para la identificación de aspectos positivos o negativos dependiendo el caso, es decir que se realiza un diagnóstico del estado actual (<http://www.matrizfoda.com>).

Al obtener los datos con respecto al análisis de la matriz F.O.D.A. se procederá a implementar las estrategias que ayudarán al cumplimiento de los objetivos, se pueden aplicar estrategias de precio, producto, plaza, distribución de acuerdo a las necesidades presentadas, iniciando acciones para el mejoramiento además de aplicar estrategias de posicionamiento, que permitirá enfocar la imagen que se quiere proyectar al mercado objetivo.

Con la ayuda del análisis de la matriz F.O.D.A. se procederá a determinar cuáles serán las acciones a seguir: que se va a hacer, cuando se va a hacer, como se va a hacer, quien lo va a realizar y cuánto dinero se va a destinar para hacerlo. Todas estas preguntas de vital importancia para continuar con la propuesta de acuerdo al plan de marketing establecido (<http://www.buenosnegocios.com>).

Aplicar dos o más estrategias para el desarrollo del plan de marketing en cada una de las situaciones identificadas para ser mejoradas es parte del plan, cada una de las estrategias deberá tener su estudio previo para su aplicación.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.02.05. Redacción del Plan

Una vez recopilada la información de las encuestas, la tabulación de las mismas, la aplicación de la matriz F.O.D.A, su respectivo análisis con respecto al objetivo de análisis, se procederá con la estructuración del plan de marketing en función a toda la información, lo cual en su momento sea un documento que permita tomar la decisión al futuro, además es importante mencionar que en si no hay un tamaño exacto de documento, todo depende de la propuesta y que el plan incluya información relevante y no datos erróneos que no sean de utilidad, deberá incluir datos, tablas, gráficos de ser necesario, puesto ayudará a una mejor apreciación del documento.

La parte inicial del plan de marketing debe estar conformado por:

La portada: datos en general

Índice: permite ubicar exactamente donde se puede localizar un cierto tema dentro del plan de marketing.

Introducción: de modo general una explicación de todo lo que contiene el plan de marketing.

Análisis de la Situación: determinar los aspectos positivos o negativos que puedan influenciar al buen desarrollo del plan de marketing.

Diagnóstico de la Situación: gracias a la matriz F.O.D.A. se reflejan los datos con respecto al estado actual y se identificara cuáles son las estrategias a ser aplicadas.

Objetivos: los motivos por lo que se procede con la elaboración del plan de marketing.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Estrategias de Marketing: cuales son las acciones a tomar para el mejoramiento en el desarrollo de la empresa.

Acciones: una vez identificadas las estrategias simplemente queda tomar acción y proceder con el desarrollo de las mejoras.

Presupuesto: ya con toda la información de las medidas que se tomaran para el desarrollo del plan de marketing es importante considerar los costos que implicaran.

Mecanismos de Control: nos permiten llevar un adecuado manejo de los procesos para un buen desarrollo del plan.

5.02.06. Variables Generales Relevantes para el Análisis Estratégico.

Análisis del Entorno:

Análisis del Macro Entorno: investigación de factores tales como:

Entorno Económico: influencia del tipo de cambio, crecimiento económico, y aplicación de nuevas leyes dentro del gobierno.

Entorno Demográfico: el crecimiento poblacional, cambios en la estructura familiar.

Entorno Tecnológico: los últimos avances en la tecnología con respecto a maquinaria para el proceso del producto, innovación que pueda afectar al desarrollo de la empresa.

Entorno Político Legal: Las nuevas leyes aplicadas en el país de qué manera influyen en la empresa y cuáles serán las estrategias para que el impacto sea mínimo.

Entorno Socio-Cultural: religión, creencias, ritos, modos de vida que puedan afectar para la aceptación del producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis de la Demanda.

El análisis de la demanda se deberá llevar a cabo, verificando la siguiente información que será relevante para el estudio de mercado y continuar con el plan de marketing: tamaño actual del mercado, segmentos de mercado, distribución de ventas, tasa de crecimiento de la demanda (<http://www.eumed.net>).

Análisis del Comportamiento del Cliente

Para la empresa en general si hay algo importante es el cliente, a lo cual existen ciertas situaciones que deberán ser analizadas para obtener un cliente satisfecho: frecuencia de compra, situaciones de uso, situaciones valoradas para tomar la decisión de compra tales como: precio, calidad, marca etc., actitudes, comportamiento del cliente frente a productos sustitutos, personas que son parte de la situación de compra (<http://www.liderazgoymercadeo.com>).

Análisis de la Estructura Competitiva

Al analizar a la competencia se deberán considerar 4 aspectos muy importantes: la amenaza de posibles competidores potenciales, los productos sustitutos, los proveedores y los distribuidores, estos aspectos tienen gran importancia para la aplicación de las estrategias dentro del plan de marketing y así obtener resultados positivos (<http://www.marketing-xxi.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Competidores Actuales: se necesita realizar un análisis minucioso del estado actual del proveedor; imagen en el mercado, cartera de productos, clientes potenciales, ofertas, precios y demás aspectos que puedan influenciar para el desarrollo de la empresa.

Productos Sustitutos.

Un análisis de las características positivas y/o negativas, importancia en el mercado, ubicación, nicho de mercado, posicionamiento del producto, análisis de precios.

Proveedores

Calidad de los productos que ofrecen, precios, variedad, localización geográfica, ofertas, promociones.

Distribuidores

Localización, números de punto de venta, presentación del producto, atención al cliente, imagen en el mercado.

Análisis Interno

Aspectos Productivos: la productividad eficaz de la empresa depende de ciertos aspectos tales como: maquinaria con características tecnológicas innovadoras que permitan que el producto cada vez sea más competitivo dentro del mercado, además de instalaciones adecuadas a la actividad que maneja la empresa, otro aspecto importante es la provisión de materia prima lo cual permite que la productividad este constantemente en desarrollo.

(Administración de Empresas y Organización de la Producción, 2006, párr. 3).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Aspectos Comerciales

Las Ventas, son el aspecto más importante dentro de una empresa puesto a que es el motor de direccionamiento que le permite continuar en el mercado, el análisis de este aspecto requiere un mayor énfasis y enfoque para obtener mejores resultados, requiere de un equipo de ventas totalmente calificado, que tenga el conocimiento adecuado del producto, un buen manejo de atención al cliente, conocimiento de la segmentación del mercado, tipo de cliente, ubicación demográfica entre otras características, el departamento de ventas debe estar constantemente en capacitación e innovación puesto a que del mismo depende el crecimiento de la empresa y el posicionamiento del producto en el mercado.

Los canales de distribución de cierto modo son otra de las ventajas que la empresa debe contar a su favor, si los mismos son bien utilizados y proporcionan una atención efectiva al cliente, este circuito permitirá un mejor acercamiento del producto hacia el cliente, admitiendo al mismo que pueda utilizar este medio de mejor manera e incluso después de un cierto tiempo el cliente pueda aplicar lo que conocemos como marketing boca a boca es decir que el cliente promocióne a su familia, amigos, vecinos y gente de su alrededor nuestro producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Las ventas son la base para el crecimiento de la empresa, y se fundamentan en un buen manejo de imagen del producto, en las ofertas presentadas al cliente y demás características que permitan al producto ser más reconocido, sin embargo se requiere de que el producto constantemente sea refrescado es decir siempre se busca una mejora del mismo, aplicando estrategias tales como precio, promoción, publicidad entre otras.

La evolución de las ventas depende mucho de todo el énfasis que se invierta en el producto como la imagen, presentación, precio, oferta, los cuales serán ejes para que las ventas aumenten cada vez más, las empresas deben estar pendientes de que su departamento de ventas se encuentre totalmente preparado, con el personal altamente capacitado es decir que tenga conocimiento necesario del producto, características y demás. Que cumpla con las expectativas del cliente (<http://www.emprendedores.es>).

La segmentación de los clientes es otro de los aspectos importantes puesto a que se conocerá a qué tipo de cliente se enfocará la venta del producto, como actuar, que actividades dar a conocer como prioridad para proceder con la venta, la negociación depende mucho de toda la atención que se brinde al cliente y la importancia que se le demuestre (<http://ambito-financiero.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

El listado de los clientes puede ser extenso como mínimo, sin embargo lo que interesa, es que la lista de clientes con la que cuente la empresa sea de clientes que se sientan satisfechos por el servicio recibido, y que con el tiempo el listado se extienda, con clientes potenciales.

que recomienden el producto, a los clientes se los puede diferenciar por la ubicación geográfica o por la actividad a la que se dedica, y gracias a ello el departamento de ventas sabrá cómo llegar al cliente de manera ágil (<http://www.marketing-xxi.com>).

Aspectos Organizativos y Financieros

La estructura organizativa de la empresa debe estar bien establecida para el correcto funcionamiento de la misma, departamento claramente estructurado, profesionales con sus funciones establecidas de acuerdo a su puesto de trabajo, capacitación continua al personal, motivación permanente, ambiente laboral adecuado con los implementos necesarios para el correcto desempeño laboral, maquinaria altamente calificada con las certificaciones y si es necesario mantenimientos mensuales, semestrales y anuales (<http://descuadrando.com>).

De otra parte, Robbins. (1987) define la estructura de la organización como “el marco de la organización”, haciendo la siguiente comparación: “si los seres humanos tienen esqueletos que definen sus parámetros, las organizaciones tienen estructuras que definen los suyos”.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Todos los aspectos laborales bien estructurados y manejados de forma correcta permitirán que la empresa tenga un buen desempeño laboral y de esta manera que su productividad vaya en aumento, gracias a las estrategias que se implementen para el mejoramiento continuo tanto en la parte estructural como al personal.

Actitudes de la Dirección

Además del buen manejo de desempeño del personal como de la productividad es necesario y de vital importancia contar con el apoyo permanente de los directivos de la empresa puesto a que sin su predisposición y direccionamiento probablemente no se podrá conseguir los resultados esperados.

Al igual que analizar el comportamiento de la empresa es importante analizar el comportamiento de los directivos que son la base de la empresa, en sí todo es como un vagón de tren que requiere que todos sus vagones tengan una base un direccionamiento para continuar, de cierto modo es igual dentro de la empresa en la cual los directivos son quienes toman las decisiones para que su equipo de trabajo continúe con las mejores expectativas proporcionándoles recursos y medios que serán necesarios durante su rutina diaria de trabajo (<http://www.gestiopolis.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Toda empresa esta direccionada por directivos que manejan los medios para las mejores de la misma, e incluso se requiere de la aprobación de los directivos en este caso para proceder con la implementación del plan de marketing. Una vez elaborado el plan de marketing, debe ser entregado a las personas involucradas para su análisis, criterio y aceptación, una vez que el documento cuente con la aprobación, el mismo puede ser publicado, presentado o mencionado dentro de una asamblea si es el caso.

La presentación del Plan de Marketing deberá ser lo más atractiva posible, utilizando programas informáticos tales como: videos, power point, prezzi, etc. Los mismos que permitirán que el plan sea apreciado de mejor manera y tenga mayor aceptación, es necesario mencionar que en la presentación deberá constar la información más relevante puesto a que no se cuenta con mucho tiempo y se requiere de toda la atención, debido a que existirán temas que no serán de mayor interés para el receptor (www.esPOCH.edu.ec).

5.02.07. El Mercado Objetivo

Al aplicar encuestas tanto al cliente interno como al cliente externo se determina el segmento de mercado al cual está enfocada la empresa, es decir el realizar una investigación de mercado lo cual permitirá determinar el nivel de aceptación del producto, aplicar estrategias para el cumplimiento de objetivos, determinar si es necesario el aplicar cambios, mejoras e incluso aplicar un valor agregado.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.02.08. Problemas y Oportunidades

Una investigación de mercado nos ayudara a conocer si el producto es aceptado en el mercado una vez obtenidas las respuestas se aplicarán las estrategias con el enfoque en el Precio, Plaza, Promoción y Producto; analizar cada uno cuales serían las estrategias a aplicar y cómo afecta al producto para una mayor aceptación (<http://comocrearmiempresa.net>).

El cumplimiento de los objetivos mediante estrategias es lo primordial para el plan de marketing, dentro de los cuales es necesario un análisis de cada uno de los procesos para mejores resultados.

5.02.09. Diseño Publicitario

El diseño publicitario consiste en la creación de medios en los cuales se pueda dar a conocer el producto estrella, se pueden utilizar medios impresos tales como: periódicos, revistas, periódicos, flyers, trípticos etc. Y medios visuales como: la televisión, internet y demás , si bien es cierto estamos en un mundo cada vez más cambiante en donde la empresa siempre debe estar cada vez más innovadora y así captar más la atención del cliente al momento de su decisión de compra (<http://www.thecult.es>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

La tecnología nos brinda medios cada vez más creativos los cuales nos permiten llegar de mejor manera con los clientes, durante toda la historia la innovación con respecto a medios publicitarios ha sido cada vez mejor que nunca, y es decisión de los directivos permitir que su empresa llegue al cliente con creatividad, innovación y permanezca en su mente (www.fotonostra.com).

5.02.10. Estrategia de Producto

Producto es un bien o servicio que es ofrecido al cliente para tratar de cubrir sus necesidades y la estrategia de producto es plan de acción que se ejecutara para que el producto obtenga más acogida en el mercado, la aceptación del cliente, para establecer la estrategia es necesario conocer cuáles son las ventajas que diferencian al producto de los demás, cuales son los aspectos en los que debe mejorar el producto y de esta manera aplicar de manera correcta la estrategia (<http://www.smartupmarketing.com>).

Para la mejora del producto se requiere del análisis de los siguientes aspectos: competidores, ventajas del producto, características del producto, necesidades que satisface (Integral Tic, 2010).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.02.11. Estrategia de Distribución

Consiste en la distribución física de los productos hacia la ubicación de los clientes proporcionando así un mejor servicio, está vinculado con la llegada del producto al punto exacto sin embargo existen ciertas desventajas de las cuales hay que aplicar estrategias para que su impacto sea irrelevante, la agilidad debe prevalecer en este servicio para una aceptación del cliente y es una de las estrategias a aplicar además de la localización optima, el valor agregado, tiempo de entrega, y puntos de venta disponibles (Lueza. J. 2006).

5.02.12. Estrategia de Precios.

Si bien es cierto al momento de realizar una compra lo primero que viene a la mente del consumidor es el precio para proceder con su decisión, sin embargo existen ciertas ventajas y desventajas que aparecen en el factor precio, de los cuales como empresa se debe tomar en consideración para la aplicación de estrategias para que ayuden a que el producto cuente con acogida por parte del cliente y que el factor dinero no sea impedimento para su decisión (<http://www.marketing-xxi.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

El precio es una variable del marketing mix complicado de identificar por la gran variedad de significados del mencionado término, por lo cual se puede decir que:

Precio es el valor que se le aplica a un bien o servicio por el beneficio receptado por el consumidor y el pago que debe realizar para obtener dicho bien o servicio, para la determinación del precio de un bien es necesario percibir ciertos factores que son indispensables antes de dar un valor tales como: mano de obra, materia prima, maquinaria, movilización etc. Incluso se percibirán factores externos.

Los factores internos que influyen al momento de la decisión del precio son las decisiones que toma el consejo administrativo no sin antes considerar: el posicionamiento, políticas de descuento, promoción, mercado y por tanto pensar en el precio final.

Los recursos financieros y su capacidad de endeudamiento conducen a los distintos procesos operativos y comerciales y su influencia es importante para la determinación del precio final (Pérez, D. Martínez de Ubago, Isabel. 2006).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.02.13. Estrategia de Promoción

Además de la presentación del producto, su precio, imagen y marca depende mucho de la promoción que pueda llegar a tener cierto producto para que llegue a ser conocido en el mercado, sus ventas aumenten, su acogida vaya mejorando, el cliente se siente identificado por las ventajas ofrecidas (<http://www.emprendices.com>).

La promoción es la combinación de varias herramientas de comunicación para la difusión de cierto producto, con la finalidad de que tenga mayor acogida en el mercado, en cierto tiempo, proporcionar al consumidor la información necesaria para el conocimiento del producto ofertado.

Para la planificación de estrategias de Promoción es necesario el identificar el tipo de cliente al que se encuentra enfocado el producto (nivel socio económico, edad, género, ocupación, nivel de estudio, gustos,...etc.) la segmentación del mercado para la identificación de enfoque del producto lo cual ayudara para una mejor actividad en las ventas (Estrategia de Promoción y Ventas, 2010).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.02.14. Publicidad

La publicidad, actividad utilizada por diferente empresa para la difusión de sus productos a través de diferentes medios como: la televisión, el radio, flyers, revistas y demás medios de comunicación, es parte de la gestión comercial el dar a conocer las características, beneficios y utilidad del producto.

Gracias al avance tecnológico cada vez existe mayor énfasis al momento de pensar en la publicidad de un producto debido que con los programas tecnológicos se hace realidad el poder modificar, adaptar, eliminar, crear e imaginar nuevos aspectos para el producto promocionado y así llegar a la mente del consumidor de mejor manera (Borrini A., 2006).

Cuanto más se conozca las estrategias publicitarias que se pueden implementar mucho mejor será la acogida que llegue a tener el producto en el mercado, existen varios tipos de adaptación que puede tener la publicidad para llegar al consumidor simplemente con colores, sonidos, imágenes que llamen la atención y provoquen que más de una vez recuerden el mensaje percibido a través de la publicidad todo depende de cuál es el enfoque, y los medios utilizados (Pérez. D; Pérez de Ubago I. 2006).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.02.15. Canales de Distribución

Desde los inicios de la comercialización se ha mencionado como ha ido evolucionando la distribución debido a grandes cambios presentados, de esta manera se puede mencionar que el consumidor disfrute de su decisión de compra (Sanz. J, 2012).

5.02.16. La Recolección de Datos

Es el uso de métodos y herramientas para recolectar datos en busca de información lo cual permitirá el obtener información de vital importancia para proceder con el objetivo de la investigación, para realizar esta actividad existen diferentes métodos tales como: la observación, las encuestas, la entrevista, sesión de grupo entre otras (<http://data-collection-and-reports.blogspot.com>).

5.02.17. El Diagrama de Flujo

Es una representación gráfica de cuáles son los procesos a seguir dentro de una empresa lo cual permite llevar ordenadamente como va funcionando paso a paso los procesos para el cumplimiento de una actividad o la elaboración de un producto lo cual permite que exista un mejor control de los procesos (<http://www.aiteco.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Manene. Luis M. (2011) menciona que “un diagrama de flujo es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa”.

Permite la ilustración de la secuencia de los procesos y facilita el conocimiento de los problemas que presenta cada una de las actividades, es una herramienta administrativa bastante valiosa puesto a que se va determinando en si como va encaminadas las actividades en cadena y se determina cual sería el cuello de botella que impide el normal funcionamiento de los procesos (<http://ww2.educarchile.cl>).

La utilización adecuada del diagrama de flujo permite conocer los procesos sus actividades sin embargo es necesario estar bien informado de cómo se estructura físicamente el diagrama de flujo debido a que existe una representación gráfica de imagen o figura con la que se representa un concepto (<http://www.fundibeq.org/>).

Pérez J. Antonio (2010) afirma que proceso es una secuencia ordenada de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor intrínseco para su usuario o cliente (p. 51).

Los procesos siempre están dirigidos por los directivos por lo que podrían ser modificados de acuerdo a las necesidades de la empresa, se aplicará su criterio para identificar la eficiencia de cada proceso por su función, objetivo y misión, además se podrá identificar las actividades innecesarias percibidas por los clientes y que por tanto se podrá prescindir de las mismas (Pérez J. Antonio, 2010, pg293).

5.02.18. Políticas Empresariales

Dentro de una empresa es necesario la toma de decisiones, encaminar hacia el logro de los objetivos con la aplicación de estrategias todo es esto va de la mano con el buen comportamiento y la aportación de los empleados efectivamente con la aplicación de las políticas empresariales (<http://empresamia.com>).

Las políticas permiten la estandarización de un proceso, brindando una estructura unificada de planes al contar con directrices lo cual ayude a que los procesos se lleven con normalidad sin la necesidad de realizar una pregunta permanentemente al supervisor directo evitando de esta manera los tiempos muertos, por lo tanto las políticas llegan a tener gran importancia dentro de una empresa gracias a su valioso aporte en general (<http://datateca.unad.edu.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.02.19. Políticas Administrativas

Conjunto de normas establecidas para los miembros de la organización, dichas normas deben ser acogidas y respetadas de para el cumplimiento de los objetivos establecidos, brindan la seguridad que se ejecute un proceso de manera adecuada y que haya una mejor coordinación de las actividades interdepartamentales (<http://mazinger.sisib.uchile.cl>).

5.02.20. Políticas Comerciales

La empresa como su eje principal son las ventas sin embargo es necesario la aplicación de políticas lo cual permitirá que se lleve un proceso adecuado y con lineamientos, aplicación de términos y procesos a seguir, la aplicación de estrategias para evitar que las políticas gubernamentales tengan un impacto mínimo en la empresa (<https://prezi.com>).

Conjunto de normas que se aplican en el ámbito comercial dentro de una empresa de acuerdo a la directiva para que las actividades se den de manera adecuada tales como: fijación de precios, promociones, descuentos, garantías, servicio al cliente, todo de acuerdo a las políticas establecidas previamente (<http://www.dynamicbusinessplan.com>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Políticas Financieras

Son normas que permiten el buen manejo de los gastos administrativos con un control de los ingresos como de los gastos que mantiene la empresa, gastos bancarios entre otros, estas políticas permiten un control adecuado evitando caer en actividades que opaquen la buena administración financiera (<http://www.buenastareas.com>).

5.03. Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta

5.03.01. Propuesta

Diseño de un Plan de Marketing para el Posicionamiento de la Empresa PL ETIQUETAS en la ciudad de Pelileo.

5.03.02. Misión

Brindar un servicio de calidad a través de herramientas mercadológicas al elaborar etiquetas de cartón con innovación que permitan al cliente dar un valor agregado a su producto generando de esta manera un cliente satisfecho.

5.03.03. Visión

Ser la empresa líder en la comercialización de etiquetas de cartón a través de la aplicación de estrategias mercadológicas.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.03.04. General

Efectuar un plan de marketing con la aplicación de varias estrategias mercadotécnicas lo cual ayudara a obtener mejores resultados a la empresa, desarrollar eficazmente las actividades e incluso un mejor desempeño laboral.

5.03.05. Específicos

- 1.- Aplicar una investigación de mercado para analizar el nivel de aceptación del producto en el mercado.
- 2.- Crear fichas de Procesos.
- 3.- Analizar la situación actual de la empresa (Análisis Macro Interno y Micro Externo).
- 4.- Emplear estrategias publicitarias para una mejor imagen de la empresa.
- 5.- Implementar políticas de mercado para un mejor desempeño laboral.
- 6.- Establecer estrategias para los canales de distribución.

5.03.06. General

Proponer la creación de un Plan de Marketing con estrategias que brinden mejoras a la empresa como al producto, aumentar la publicidad, aplicación de políticas de mercado, análisis del entorno empresarial, promoción e imagen corporativa.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.03.07. Encuesta Cliente Interno

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Escuela de Ciencias Administrativas

Tecnología en Administración Marketing Interno y Externo.

Encuesta Clientes Internos

Objetivo: Identificar el nivel de satisfacción de los/as clientes internos con respecto al clima laboral en la empresa PL ETIQUETAS. Por tal motivo necesitamos su colaboración para desarrollar la siguiente encuesta.

Indicaciones:

- Lea las preguntas con atención, revise todas las opciones y elige la respuesta de su mayor agrado.
- Señale las respuestas con una x.

¿A qué área pertenece?

La Empresa	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
¿Le gusta ser parte su empresa?					
¿Cómo califica usted a las políticas de la empresa?					
¿Cuál sería la calificación que usted le daría a la publicidad de la empresa?					
¿Piensa usted que el aplicar un plan de marketing ayudara a mejorar progresivamente a la empresa?					
¿Cree usted que la empresa requiere difundir más publicidad a sus clientes?					

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Puesto de Trabajo	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
¿Corresponde su puesto a su titulación académica?					
¿Corresponde su puesto a su experiencia laboral?					
¿Está usted satisfecho en su puesto de trabajo?					
¿Sabe cuáles son las responsabilidades de su puesto de trabajo?					
¿Las capacitaciones brindadas al personal usted considera?					
¿Cree usted que su área tiene una buena comunicación entre los demás departamentos?					

Satisfacción Personal	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
¿Tiene posibilidades de crear o tomar la iniciativa?					
¿Cómo considera el Clima Laboral de PL ETIQUETAS?					
¿La empresa le brinda capacitaciones de acuerdo su área de trabajo?					
¿La empresa proporciona un horario flexible a sus colaboradores para considerar estudiar después de cumplir el horario de trabajo?					
¿Al ingresar a la empresa le comentaron acerca de la existencia de un plan de carrera					

PL ETIQUETAS desea mejorar.

a) Mencione que debe mejorar en su área de trabajo

b) Cuales serían sus expectativas de cambio dentro de la empresa

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.03.08. Análisis de la Encuesta del Cliente Interno

Pregunta#1

Le Gusta ser Parte de PL ETIQUETAS

Tabla 6 Resultados de la Pregunta # 01

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	6	60%
MUY BUENO	3	30%
BUENO	1	10%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

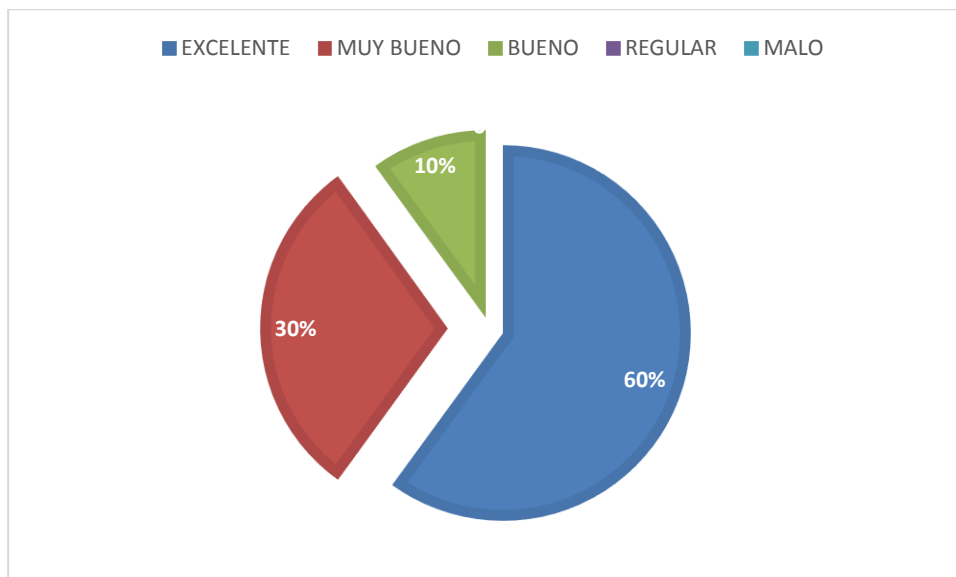


Ilustración 6 Representación de resultados de la pregunta # 01

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 60% de los empleados se sienten satisfechos y les gusta ser parte de PL ETIQUETAS, sus funciones, sus actividades y procesos el 30% no se sienten tan bien al ser parte de la empresa y finalmente tenemos que el 10% de empleados opina sentirse solo bien al ser parte de la misma.

Conclusión.-

El personal se encuentra a gusto al ser parte de la empresa lo que ocasiona que el mismo se desenvuelva de una manera adecuada y sea proactivo.

Recomendación.-

Realizar reuniones de trabajo en las cuales el personal pueda dar a conocer sus novedades y la empresa puede interceder positivamente.

PREGUNTA#02

¿Cómo califica usted a las políticas de la empresa?

Tabla 7 Resultado de la Pregunta # 02

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	0	0%
BUENO	8	80%
REGULAR	2	20%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

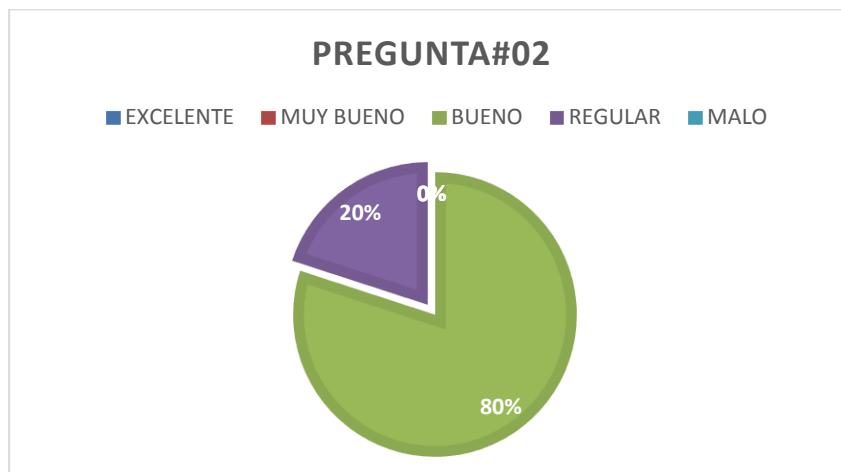


Ilustración 7 Representación de resultados de la pregunta # 02

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 80% de los empleados consideran que las políticas empresariales son adecuadas, mientras que el 20% opina que son bastantes regulares es decir es necesario que se revise el tipo de políticas, el enfoque y sobre todo su aplicación de acuerdo a el área.

Conclusión.-

Las políticas actuales tienen un 80% de aceptación sin embargo es necesario que se considere el 20% de los empleados que no se encuentran de acuerdo.

Recomendación.-

Es necesario que los empleados cumplan con las políticas sin embargo las políticas deben ser de acuerdo a el área de trabajo de tal manera que conjuntamente se lleve un buen trabajo.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

PREGUNTA#03

¿Cuál sería la calificación que usted le daría a la publicidad de la empresa?

Tabla 8 Resultados de la pregunta # 03

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	2	20%
MUY BUENO	4	40%
BUENO	0	0%
REGULAR	4	40%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

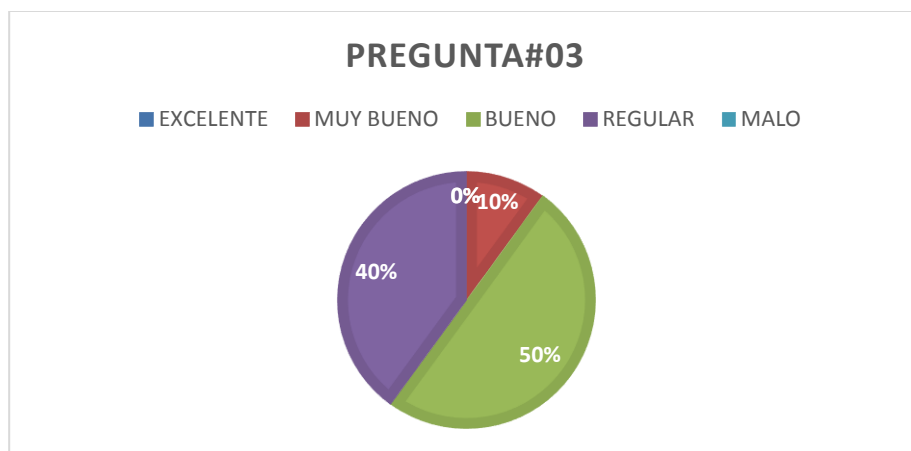


Ilustración 8 Representación de resultados de la pregunta # 03

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 40% del personal opina que la publicidad de la empresa es muy buena, 40% piensa que es irregular y el 20% piensa que es excelente lo que nos indica que en general la publicidad de la empresa debe ser mejorada.

Conclusión.-

La publicidad de la empresa de acuerdo a los empleados no es lo suficientemente efectiva para lograr los objetivos de la empresa por lo que es necesario el dar a conocer con una difusión más clara para el producto estrella.

Recomendación.-

La publicidad es una actividad muy importante para la empresa puesto a que por este medio se da a conocer y llega de mejor manera al cliente por lo que es necesario aplicar varios aspectos como flyers, publicidad, papelería, marketing digital entre otros.

PREGUNTA#04

¿Piensa usted que el aplicar un plan de marketing ayudara a mejorar progresivamente a la empresa?

Tabla 9 Resultados de la pregunta # 04

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	3	30%
MUY BUENO	5	50%
BUENO	1	10%
REGULAR	1	10%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

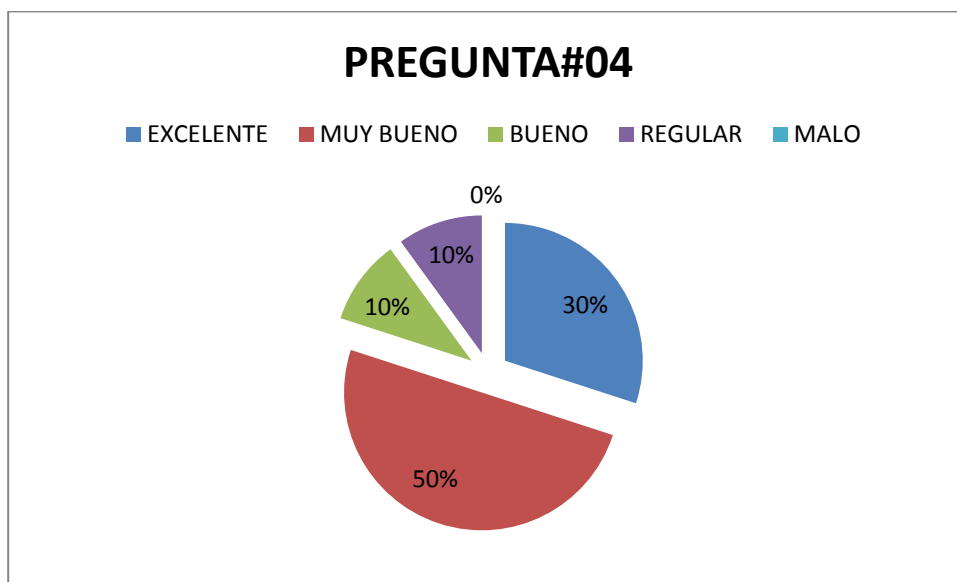


Ilustración 9 Representación de resultados de la pregunta # 04

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 50% de los empleados opina que sería muy bueno el aplicar un plan de marketing para mejorar el desempeño de la empresa, el 30% piensa que es excelente mientras que el 10% opina que es bueno y el otro 10% opina que es regular.

Conclusión

El personal opina que es necesario y una muy buena opción el aplicar un plan de marketing pues propone varios beneficios y mejoras.

Recomendación.-

Por sugerencia del personal y para una mejora en la empresa es necesario el aplicar el plan de marketing lo cual ayudará a obtener mejores resultados.

PREGUNTA#05

¿Cree usted que la empresa requiere difundir más publicidad a sus clientes?

Tabla 10 Resultados de la pregunta # 05

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	4	30%
MUY BUENO	4	50%
BUENO	1	10%
REGULAR	1	10%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

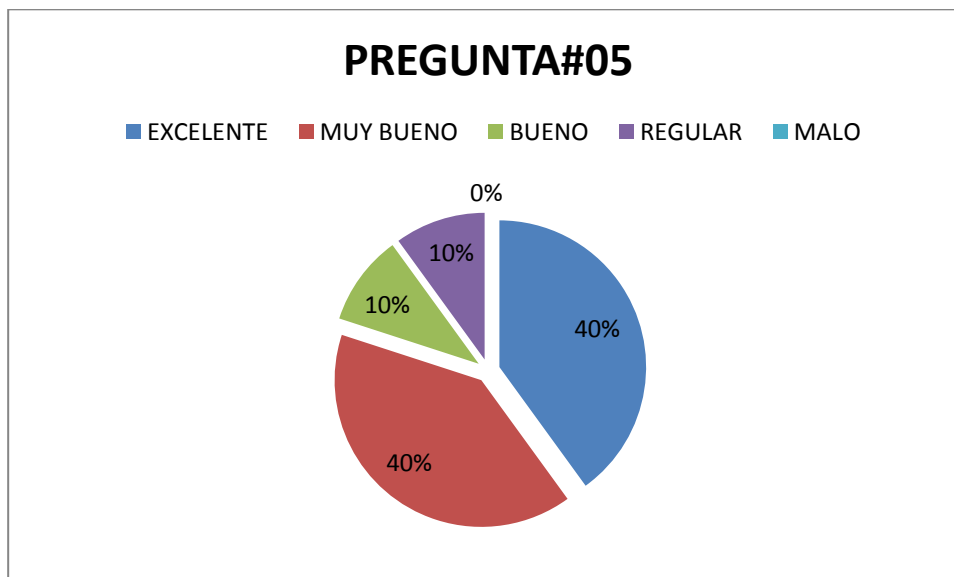


Ilustración 10 Representación de resultados pregunta # 05

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 40% de los empleados opinan que es una excelente idea mientras que el otro 40% considera que es una muy buena solo un 10% considera que no se debería difundir más la publicidad.

Conclusión.-

De acuerdo a resultados obtenidos se determina que es necesario difundir la publicidad para que la empresa sea aún más conocida.

Recomendación.-

Aplicar más publicidad para que haya una mayor difusión de la empresa, mejores relaciones laborales y sobre todo buenos resultados.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

PREGUNTA# 06

¿Corresponde su puesto a su titulación académica?

Tabla 11 Resultados de la pregunta # 06

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	5	50%
MUY BUENO	3	30%
BUENO	2	20%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

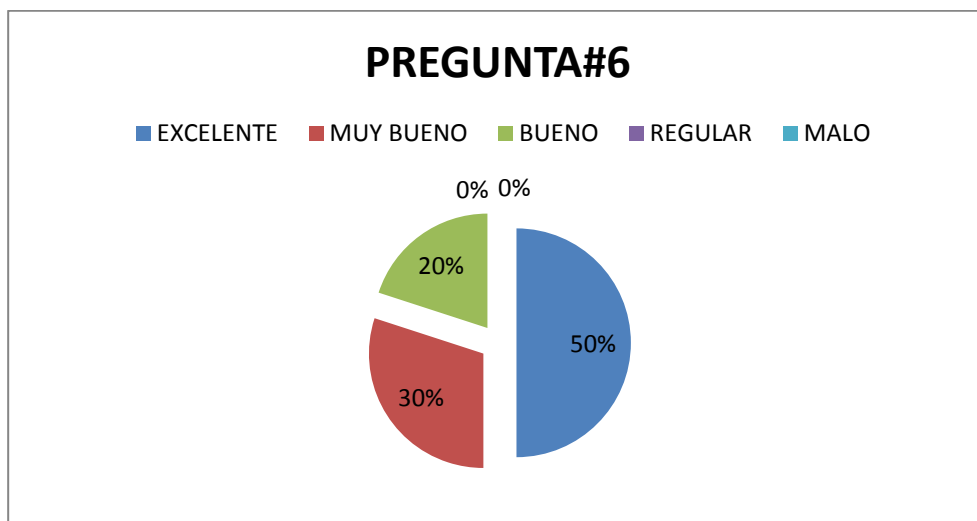


Ilustración 11 Representación de resultados de la pregunta # 06

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 50% de los empleados se sienten conformes con respecto a su cargo y de acuerdo a su titulación académica, el 30% no totalmente de acuerdo y el 20% casi desacuerdo, por lo que se puede identificar que la mayoría se encuentra ubicados correctamente.

Conclusión.-

El personal se encuentra muy conforme con su puesto de trabajo y esto ocasiona que exista un mejor desempeño laboral.

Recomendación.-

Se cuenta con un buen ambiente laboral sin embargo se recomienda realizar un análisis del rendimiento y posterior realizar capacitaciones al personal para un mejor desempeño laboral.

PREGUNTA# 07

¿Corresponde su puesto a su experiencia laboral?

Tabla 12 Resultados de la pregunta # 07

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	3	30%
MUY BUENO	5	50%
BUENO	2	20%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

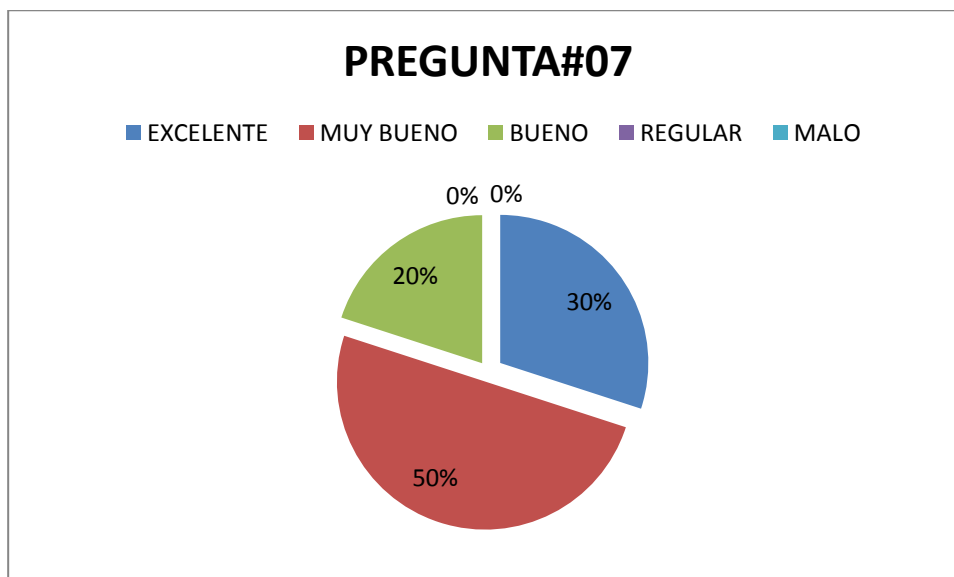


Ilustración 12 Representación de resultados de la pregunta # 07

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 50% de los empleados se encuentran en un puesto de trabajo de acuerdo a su experiencia laboral, el 30% no está muy de acuerdo y el 20% no se siente conforme en su puesto de trabajo.

Conclusión.-

Existe un porcentaje alto de conformidad con respecto a los empleados asignados a sus puestos de trabajo de acuerdo a su experiencia laboral pero adicional existe un porcentaje de empleados que no se encuentran conformes.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Al momento de realizar una nueva contratación es necesario primero el verificar y considerar que el postulante sea ubicada de acuerdo a su experiencia y titulación académica para un mejor rendimiento en su puesto de trabajo.

PREGUNTA# 08

¿Está usted satisfecho en su puesto de trabajo?

Tabla 13 Resultados de la pregunta # 08

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	10%
MUY BUENO	3	30%
BUENO	5	50%
REGULAR	1	10%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

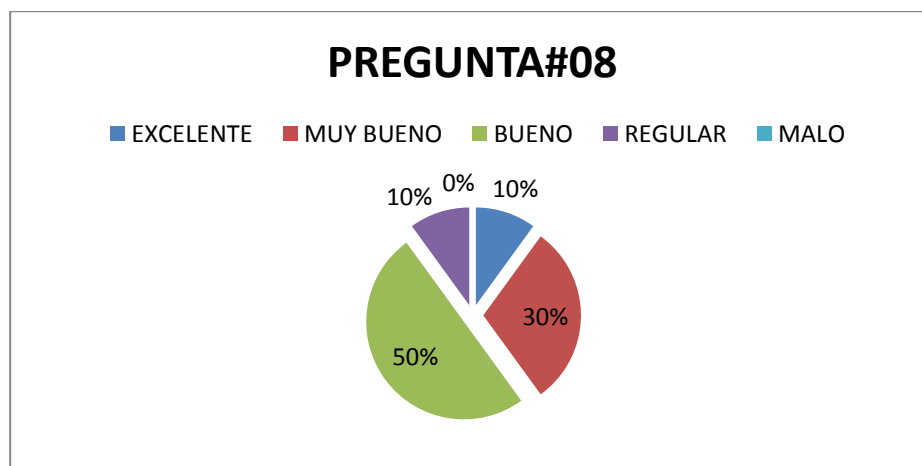


Ilustración 13 Representación de resultados de la pregunta # 08

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 50% de empleados piensa que está bien el puesto de trabajo al cual fue asignado, el 30% se encuentra muy satisfecho, y el 10% piensa que es excelente y finalmente el 10% piensa que es bastante regular es decir no se siente conforme.

Conclusión.-

Un porcentaje de empleados no se encuentran totalmente satisfechos en su puesto de trabajo, por lo que se debe realizar un análisis de cuáles son los inconvenientes presentados.

Recomendación.-

Análisis previo del postulante para ser asignado a un puesto de trabajo, capacitación y familiarización al nuevo puesto.

PREGUNTA#09

¿Las capacitaciones brindadas al personal usted considera?

Tabla 14 Resultados de la pregunta # 09

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	10%
MUY BUENO	3	30%
BUENO	5	50%
REGULAR	1	10%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

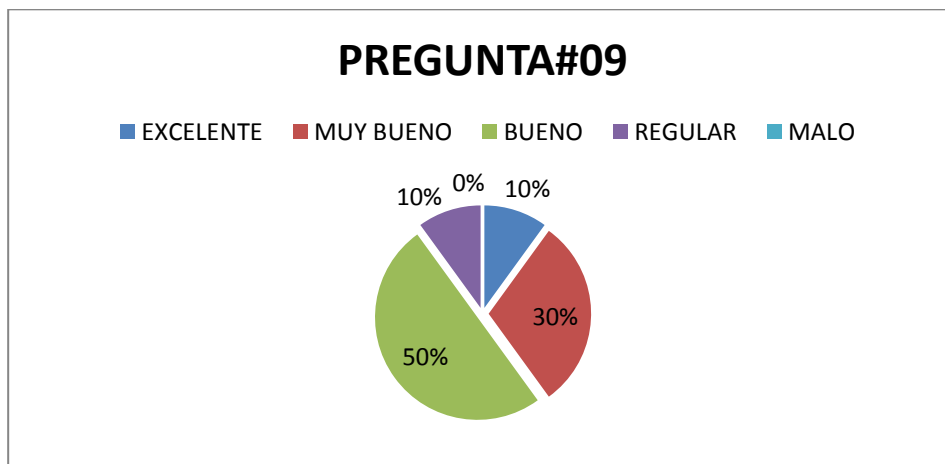


Ilustración 14 Representación de resultados de la pregunta # 09

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 50% del personal considera que las capacitaciones recibidas son buenas, el 30% excelente, el 10% regular y el 10% malo lo cual se considera que no hay una entera satisfacción de parte del personal.

Conclusión.-

No hay una entera satisfacción por las capacitaciones recibidas por parte del personal, incluso hay una inconformidad es necesario implementar nuevas estrategias.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Se recomienda realizar capacitaciones de acuerdo a las necesidades de cada departamento y las actividades que realicen con una evaluación de grado de satisfacción de la capacitación recibida.

PREGUNTA#10

¿Cree usted que su área tiene una buena comunicación entre los demás departamentos?

Tabla 15 Resultados de la pregunta # 10

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	2	20%
BUENO	6	60%
REGULAR	2	20%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

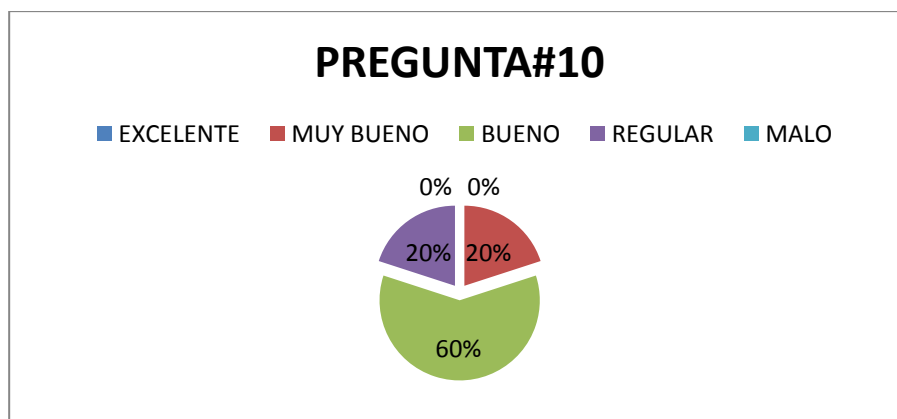


Ilustración 15 Representación de resultados de la pregunta # 10

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 60% de los empleados se siente muy bien con respecto a la comunicación interna entre departamentos, mientras el 20% piensa que es muy bueno, y el otro 20% es regular, lo que indica que es bastante satisfactoria la comunicación interdepartamental.

Conclusión.-

Los empleados se sienten muy conformes con lo que respecta a la comunicación interna pero existe un porcentaje que nos indica que es necesario que la comunicación mejore aún más.

Recomendación.-

Realizar reuniones grupales mensuales en donde se exponga los deseos de mejora de parte del empleado, sus expectativas e inclusión de sugerencias.

PREGUNTA#11

¿Tiene posibilidades de crear o tomar la iniciativa?

Tabla 16 Resultados de la pregunta # 11

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	3	30%
BUENO	4	40%
REGULAR	3	30%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

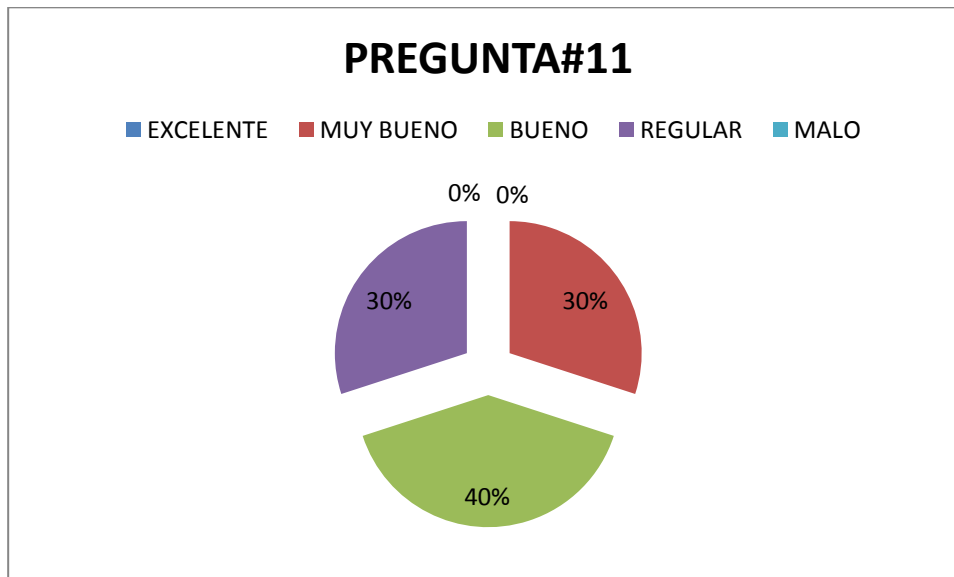


Ilustración 16 Representación de resultados de la pregunta # 11

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 40% de los empleados concuerdan en que es buena la actitud que tienen los directivos con respecto a la toma de decisiones puesto a que existe un espacio en el cual los mismos pueden dar sus criterios sin embargo existe un 30% de empleados que no están de acuerdo pues consideran que aún falta más interés por la directiva para acoger opiniones.

Conclusión.-

Se debe tomar en consideración la opinión de los empleados debido a que es de gran importancia y esto permite conocer cuáles son las mejoras que se pueden llevar a cabo.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Permitir que los empleados den sus opiniones, compartan, ideas, criterios sugerencias y esto sirva para la empresa como ideas de mejora progresiva.

PREGUNTA#12

¿Cómo considera el Clima Laboral de PL ETIQUETAS?

Tabla 17 Resultados de la pregunta # 12

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	5	50%
BUENO	3	30%
REGULAR	2	20%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

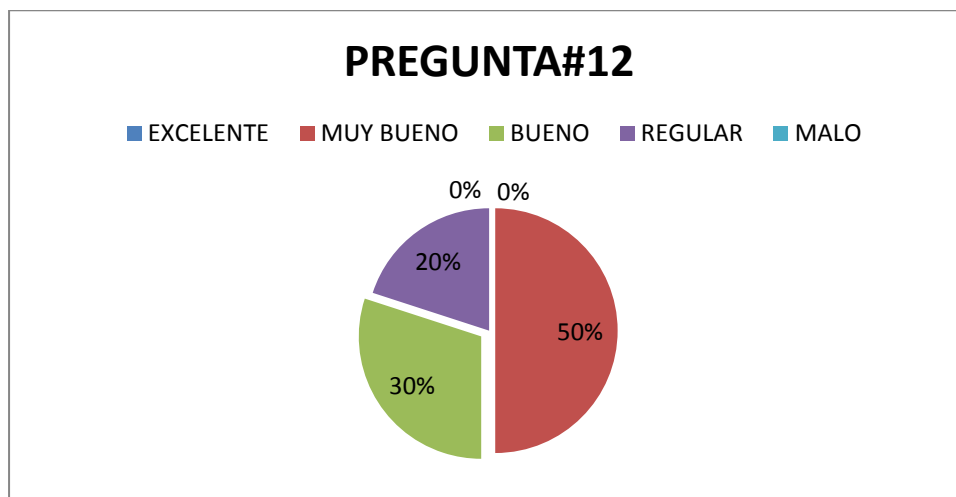


Ilustración 17 Representación de resultados de la pregunta # 12

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 50% del personal considera que el clima laboral de la empresa es muy bueno, mientras que el 30% piensa que es bueno y finalmente el 20% considera que es regular, por lo tanto el clima laboral es relativamente bueno y permite que los empleados realicen con normalidad sus actividades.

Conclusión.-

El personal de PL ETIQUETAS se encuentra conforme con el clima laboral actual sin embargo es muy importante tener en cuenta que es necesario que todo el personal se encuentre conforme con el fin de que haya un buen desempeño laboral.

Recomendación.-

Se recomienda que los directivos realicen varias actividades de apoyo con el fin de que se integre cada vez más como un equipo el personal y haya una mejor productividad.

PREGUNTA#13

¿La empresa le brinda capacitaciones de acuerdo su área de trabajo?

Tabla 18 Resultados de la pregunta # 13

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	1	10%
BUENO	5	50%
REGULAR	4	40%
MALO	0	
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

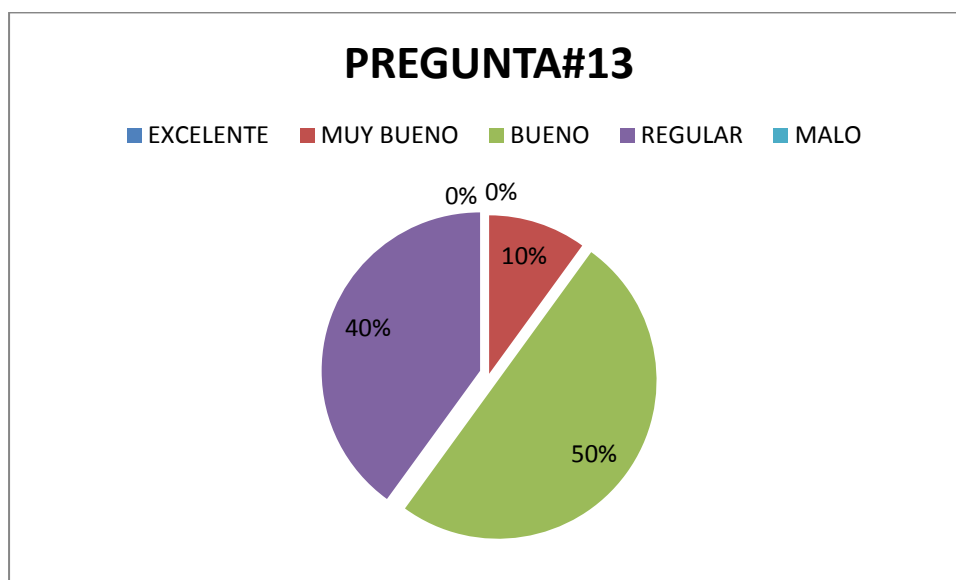


Ilustración 18 Representación de resultados de la pregunta # 13

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 50% del personal considera que las capacitaciones recibidas son buenas, el 40% regular y el 10% muy bueno lo que indica que el personal no se encuentra totalmente satisfecho con las capacitaciones recibidas.

Conclusión.-

El personal considera que las capacitaciones no son tan satisfactorias, existe un alto porcentaje de insatisfacción lo cual ocasiona que el personal no sea tan proactivo.

Recomendación.-

Realizar capacitaciones que permitan al personal interactuar, mencionar sus criterios y que pueden aplicar dentro de área de trabajo los temas mencionados.

PREGUNTA#14

¿La empresa proporciona un horario flexible a sus colaboradores para considerar estudiar después de cumplir el horario de trabajo?

Tabla 19 Resultados de la pregunta # 14

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	1	10%
BUENO	7	70%
REGULAR	2	20%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

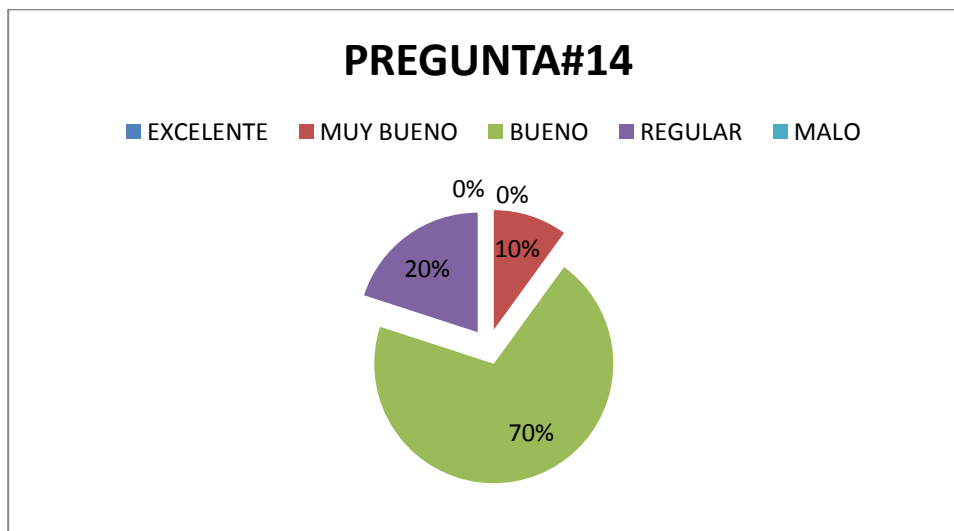


Ilustración 19 Representación de resultados de la pregunta # 14

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 70% de los empleados considera que el horario de trabajo no es tan flexible mientras que el 20% menciona que no es muy flexible y el 10% considera que es buen horario por tal motivo el personal no se encuentra totalmente satisfecho.

Conclusión.-

El personal considera que no hay un completo apoyo con respecto a la flexibilidad en el horario de trabajo que permita continuar con carreras universitarias.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Realizar alianzas administrativas que permitan que el personal que se encuentra estudiando su carrera universitaria cuente con cierto apoyo y el mismo sea retribuido en aspecto laboral.

PREGUNTA#15

¿Al ingresar a la empresa le comentaron acerca de la existencia de un plan de carrera?

Tabla 20 Resultados de la pregunta # 15

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	2	20%
BUENO	4	40%
REGULAR	4	40%
MALO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

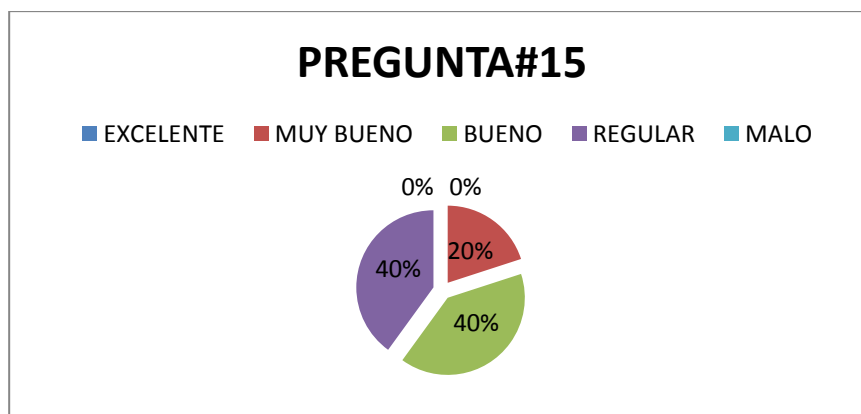


Ilustración 20 Representación de resultados de la pregunta # 15

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 40% del personal considera que es bueno el apoyo con el que cuentan de parte de los directivos, el otro 40% considera que es regular y solo un 20% considera que es muy bueno, por tal motivo se determina que hace falta un apoyo integral que permita al personal continuar con el plan de carrera.

Conclusión.-

El personal considera que no cuenta con un apoyo total del directivo por lo que no se siente seguro de continuar con un buen desempeño laboral.

Recomendación.-

Una buena comunicación tanto el personal con el directivo para llegar a alianzas estratégicas en beneficio tanto de la empresa como del empleado.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.03.09. Lineamiento de Políticas

Políticas Administrativas Producción y Servicio.

Propósito: implementar lineamientos al personal de la empresa con el fin de brindar un ambiente de trabajo adecuado y agradable, además de preservar el buen desarrollo de sus actividades y sus procesos.

1.- PL ETIQUETAS es una empresa dedicada a la producción y comercialización de etiquetas de cartón lo cual ha establecido como uno de sus objetivos principales el implementar políticas de seguridad industrial para un mejor ambiente laboral.

2.- Es Política de PL ETIQUETAS el mantener informado al personal acerca de los cambios, iniciativas, proyectos, eventos, capacitaciones y demás actividades que la empresa desarrolle dentro de su cronograma de trabajo.

3.- PL ETIQUETAS cumplirá con todas sus obligaciones brindando de esta manera un ambiente adecuado y seguro a sus empleados.

4.- Brindar un trato justo y agradable a cada uno de los empleados para un desempeño laboral.

5.- Cada empleado deberá portar su carnet de identificación dentro del horario de trabajo por seguridad.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

6.- Deberán cumplir un horario de trabajo de 8 horas, establecidas de la siguiente manera: hora de ingreso: 8h30 hora de almuerzo: de 13h00 a 14h00 hora de salida: 17h30. Dentro del cual solo si su jefe inmediato con la previa autorización de gerente deberán realizar horas extras de ser el caso.

7.- Es obligación del responsable de cada área el revisar, verificar y control que los procesos se realicen de manera ordena, correcta y bajo el cumplimiento de calidad establecido.

8.- Es responsabilidad del Gerente proceder con la revisión y actualización de las fichas de procesos de cada colaborador cada semestre evitando que se realicen actividades que no influyan dentro del puesto de trabajo asignado.

9.- La administración realizará una evaluación permanente al desempeño de cada colaborador lo cual será revisado por la gerencia acerca de los logros alcanzados, objetivos cumplidos y desempeño laboral para contemplar el ascenso del personal lo que incluirá la remuneración al nuevo cargo.

10.- Tanto el personal ascendido como el contratado deberá tomar el curso de inducción para el buen cumplimiento de las actividades a desempeñar en su nuevo cargo.

11.- La administración deberá realizar un control del buen uso de la maquinaria de la empresa como del Mantenimiento Anual Preventivo y Correctivo evitando de este modo pérdidas a la empresa.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

12.- Control de buen de los implementos entregados al personal cada 6 meses durante este lapso deberán llenar un documento mencionando la actividad desarrollada y las novedades presentadas.

13.- Cada jefe de área deberá realizar un Control de Inventario (herramientas e insumos) al personal anualmente para verificar su buen uso, utilidad o si amerita el cambio.

14.- PL ETIQUETAS establece cumplir a cabalidad las estrategias comerciales implementadas para brindar al cliente un buen servicio.

15.- PL ETIQUETAS brindará las facilidades al cliente de: precio, promoción y publicidad para que el producto obtenga mayor acogida.

16.- Brindar al cliente una atención altamente calificada con un trato agradable y mayor opción de decisión de compra.

17- PL ETIQUETAS deberá asegurarse que el personal cuente con los recursos necesarios (tecnológicos, administrativos y personales) para brindar un buen servicio al cliente con efectividad.

18.- El departamento de ventas deberá tener como objetivo principal la satisfacción del cliente, dirigiendo sus acciones a crear, innovar y desarrollar un producto que llene las expectativas y produzca un cliente potencial.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

19.- La administración de PL ETIQUETAS debe tener como prioridad el salvaguardar la seguridad de los empleados, contratistas al identificar cualquier riesgo que pueda afectar al personal.

20.- Todo el personal de PL ETIQUETAS debe participar en los programas de acción que se organicen en favor a la seguridad y salud ocupacional.

21.- PL ETIQUETAS se compromete a implementar estrategias que permitan una mejora continua a la empresa al procurar el bienestar del personal.

22.-El personal tiene la obligación de acatar todas las recomendaciones de seguridad para evitar accidentes laborales.

23.- la capacitación en normas de seguridad es necesaria al ingreso de nuevo personal a la empresa, de acuerdo a las actividades que desarrolle en su área de trabajo.

25.- Cumplir con las leyes ambientales vigentes de acuerdo a los procesos para la obtención del producto terminado.

26.- Encaminar a un buen desarrollo de la empresa con la aplicación de estrategias para el cuidado del medio ambiente, el reciclaje y el direccionamiento correcto de los residuos generados en el proceso de la fabricación del producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

27.- Desarrollar hábitos dentro de la empresa para el cuidado del medio ambiente a través de capacitaciones, incentivos e iniciativas dirigidas por parte de la parte administrativa de la empresa.

28.- Procurar el buen manejo de materiales que puedan afectar al medioambiente, ser un buen ciudadano.

29.- Controlar, prevenir y evitar la contaminación que los procesos internos puedan afectar al medio ambiente.

30.- Cumplir con los reglamentos legales para el buen uso de insumos evitando el afectar al medio ambiente.

31.- Brindar los recursos necesarios para el cumplimiento de los objetivos y estrategias aplicadas al buen uso y cuidado del medio ambiente.

32.- Incentivar el reciclaje y el manejo adecuado de los residuos.

33.- Determinar cada uno de los procesos, establecer los aspectos ambientales que se presenten y determinar las estrategias para evitar un mayor impacto hacia el buen funcionamiento de la empresa.

34.- promover la participación y compromiso por todo el personal a través de capacitación sobre el cuidado al medio ambiente y sus beneficios.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

35.- PL ETIQUETAS implementa y mantiene políticas para el cuidado del medio ambiente y de esta manera evalúa el buen desempeño de cada una de las áreas de la empresa dependiendo a los factores económico y tecnológico.

36.- Promover la responsabilidad ambiental a través de programas de sensibilidad y respeto hacia el medio ambiente.

38.- PL ETIQUETAS promueve al personal sobre el cuidado y buen uso de los recursos y la práctica adecuada de las actividades desarrolladas durante el horario de trabajo.

39.- Mantener disponible las políticas con respeto a la vista del cliente tanto interno como externo para su correcto cumplimiento.

40.- Con el fin de mantener la calidad ambiental en el sector, PL ETIQUETAS se propone salvaguardar el bienestar tanto de sus empleados como del medio ambiente a través de estrategias.

5.03.10. Información y Registro de Procesos

- DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

PL ETIQUETAS es una empresa dedicada a la creación y comercialización de etiquetas de cartón, además de brindar un servicio al cliente de personalización de marca e imagen a su producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

- ADMINISTRATIVO:

Supervisar, coordinar y controlar los procesos administrativos para el buen desarrollo del mismo.

Llevar el control del cumplimiento de los pagos, controlar la documentación (legal).

VENTAS

Atención al cliente, elaboración de pedidos, búsqueda de nuevos puntos de venta, implementación de estrategias de ventas.

DISEÑO

Crear, diseñar y modificar troqueles de acuerdo a la solicitud de los clientes para proceder con el envío de una imagen para la aprobación.

PRODUCCIÓN

Impresión de las etiquetas, troquelado, conteo y empacado de las mismas.

MOVILIZACIÓN

Transporte del producto hacia el lugar de entrega.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

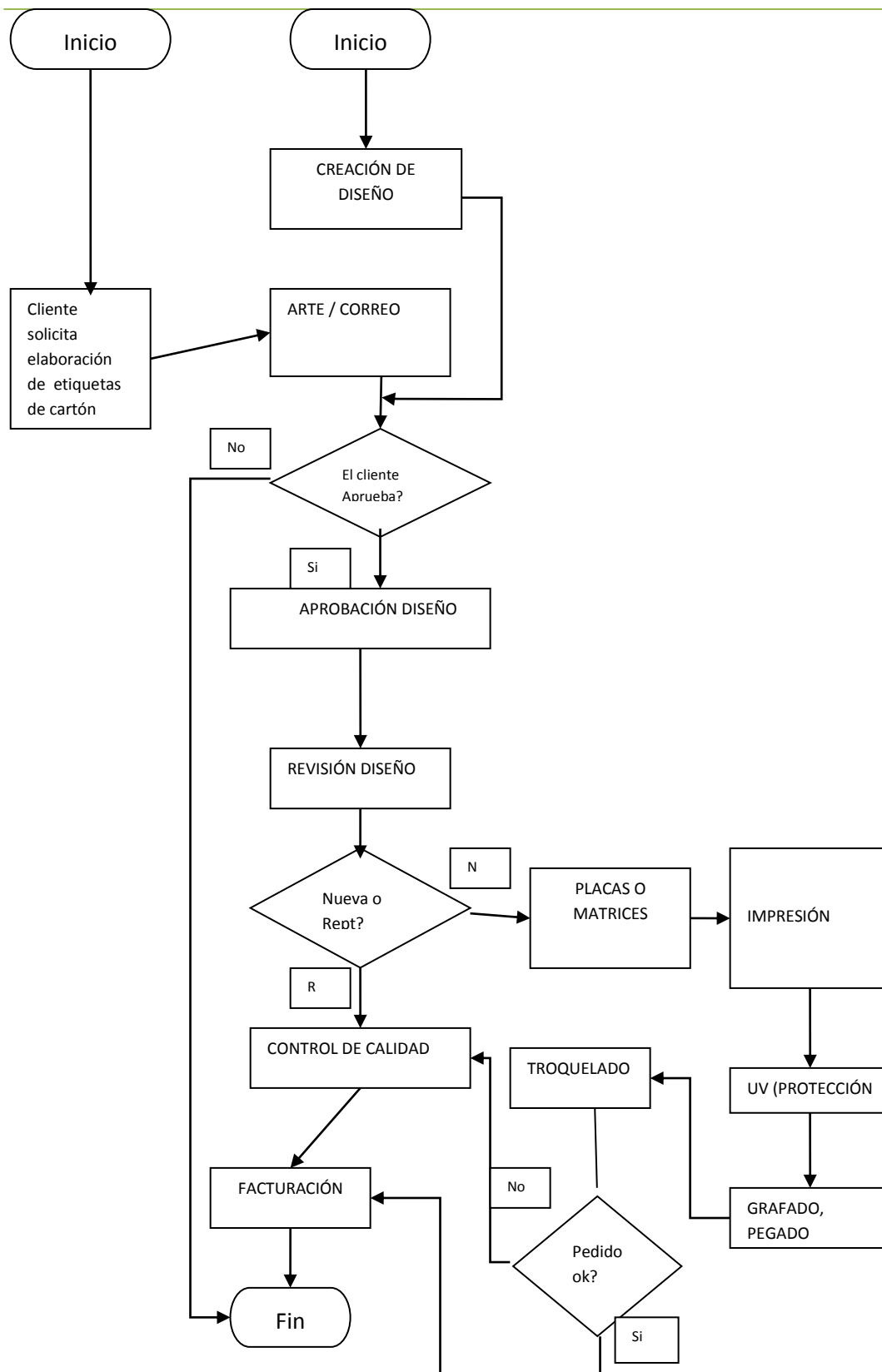
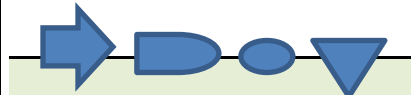


Ilustración 21 Diagrama de flujo
CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

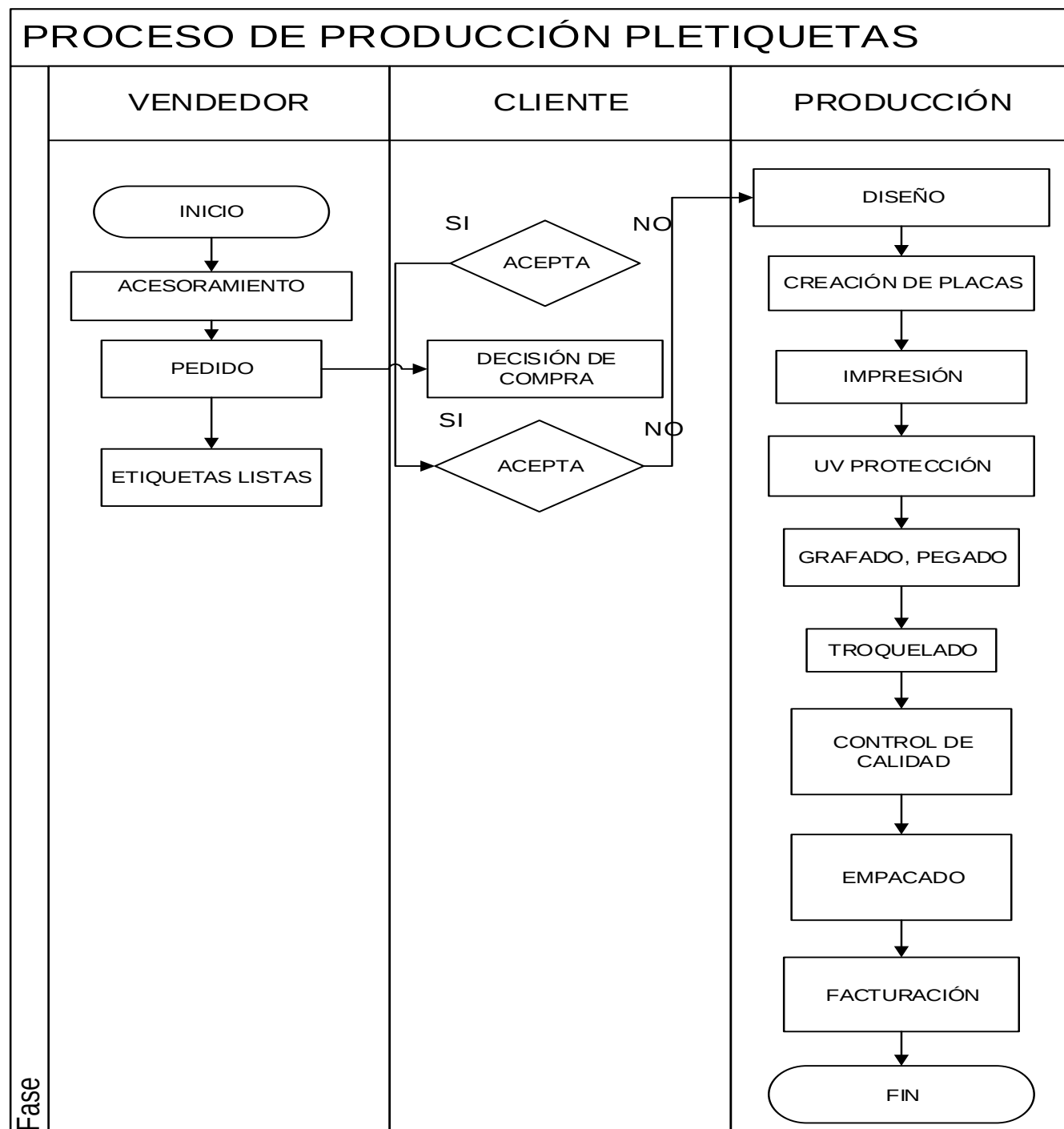
Es una representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades dentro de un proceso o un procedimiento (<https://www.clubensayos.com>).

		<u>DIAGRAMA DE PROCESOS</u>						
		ACTIVIDAD	Frecuencia	# veces	Tiempo Unitario	Tiempo total al	Obreros	
SIMBOLOGÍA					(minutos)	mes (minutos)		
		PEDIDO	S	4	6	30	720	x
		DISEÑO	S	4	12	120	5760	x
		CREACIÓN DE PLACAS	Q	2	4	240	1920	x
		IMPRESIÓN	S	4	6	300	7200	x
		UV PROTECCIÓN	S	4	6	120	2880	x
		GRAFADO, PEGADO	S	4	6	240	5760	x
		TROQUELADO	S	4	6	120	2880	x
		CONTROL DE CALIDAD	S	4	6	240	5760	x
		EMPACADO	S	4	6	60	1440	x
		ENTREGA	S	4	6	60	1440	x
TRANSPORTE					Tiempo real demandado		35760	35760
DEMORA					Tiempo real disponible		8160	7915
TAREA					ICI		4,382352941	72,78
ALMACENAMIENTO	PROCEDIMIENTO O CONTROL							

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.03.11. Proceso de Producción.-

Tabla 21 Proceso de Producción



Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.03.12. Plan de Marketing.-

Investigación de Mercados

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Escuela de Ciencias Administrativas

Tecnología en Administración Marketing Interno y Externo

Encuesta Clientes Externos

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación de los clientes con los productos que ofrece la Empresa PL ETIQUETAS. Por tal motivo solicitamos su colaboración para desarrollar la siguiente encuesta.

Indicaciones:

- Lea las preguntas con atención, revise todas las opciones y elige la respuesta de su mayor agrado.
- Señale las respuestas de su preferencia con una x.

Nombre de la empresa: _

1. ¿Usted utiliza los productos que ofrece PL ETIQUETAS?

SI ---- NO ----

2. ¿Desde cuándo es usted Cliente de PL ETIQUETAS?

Menos de un año ----

Entre 1 - 2 años ----

Entre 3 - 4 años ----

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

3. ¿Cómo los conoció?

Internet	----
Prensa o revistas	----
Contactos empresariales	----
Amistades	----
Envío de información (Publicidad directa)	----

4. ¿Con qué frecuencia utiliza los productos que ofrece PL ETIQUETAS en la actividad diaria de su empresa?

Semanal	
Mensual	
Semestral	
Anual	

5. ¿Considera que el personal que le atiende, proporciona un servicio fiable y adecuado a las necesidades? Califique la atención recibida tomando en cuenta que 5 es máximo y uno es nada.

5	----
4	----
3	----
2	----
1	----

6. ¿Cómo considera que es la presentación del producto?

Excelente	----
Muy Buena	----
Buena	----
Regular	----
Malo	----

7. ¿El tiempo de entrega del producto le parece que es?

Excelente	----
Muy Bueno	----
Bueno	----
Regular	----
Malo	----

8. ¿Considera que la empresa recoge y responde de manera adecuada sus quejas y sugerencias?

Si	----
NO	----

9. ¿Recomendaría el producto a otras personas/empresas?

Si	----
No	----

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

10. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el producto recibido?

Excelente	----
Muy Bueno	----
Bueno	----
Regular	----
Malo	----

11. ¿De las siguientes áreas cuales son las que le han brindado mejor servicio?

Ventas	----
Call Center	----
Administración	----
Gerencia	----

12. ¿De las siguientes áreas cual ha recibido el peor servicio?

Ventas	----
Call Center	----
Administración	----
Gerencia	----

13. ¿Usted considera que PL ETIQUETAS cuenta con un buen manejo de publicidad?

SI NO

14. ¿Qué aspecto usted considera al momento de tomar la decisión de compra?

Precio
Calidad
Marca
Presentación
Diseño

15. ¿Cree usted que al utilizar las etiquetas de Cartón en sus productos, le brinda un valor agregado?

..
SI NO

16. Describa una experiencia positiva o negativa de la empresa.

Gracias por la información.

Pregunta # 01

Usted Utiliza los Productos que Ofrece PL ETIQUETAS

Tabla 22 Resultados de la pregunta # 01

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo



Ilustración 22 Representación de resultados de la pregunta # 01

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

De acuerdo a nuestra encuesta la aceptación del producto es el primer objetivo, obteniendo como resultado que el 100% de las empresas encuestadas utiliza etiquetas de cartón en su producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Conclusiones.-

Las empresas encuestadas en un 100% han determinado que utilizan etiquetas de cartón para sus productos lo cual nos interesa de gran manera.

Recomendaciones.-

Tener como objetivo principal la fidelización del cliente es decir que siempre piense en PLETIQUETAS como su primera opción de compra.

Pregunta # 02

¿Desde cuándo es usted Cliente de PL ETIQUETAS?

Tabla 23 Resultados de la pregunta # 02

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
MENOS DE UN AÑO	2	7%
ENTRE 1-2 AÑOS	7	23%
ENTRE 3-4 AÑOS	21	70%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

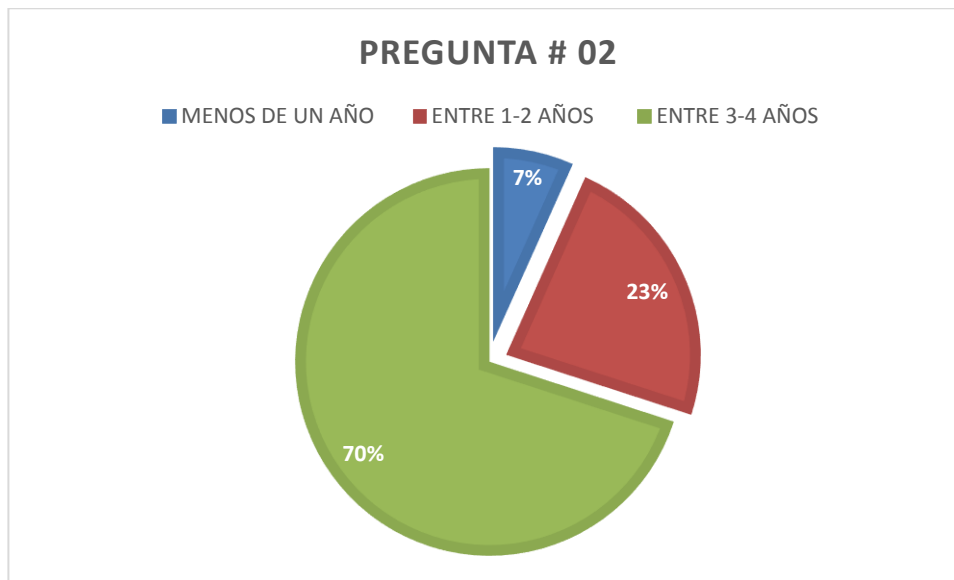


Ilustración 23 Representación de resultados de la pregunta # 02

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

EL 70% de las empresas encuestadas mencionan que trabajan entre 3 – 4 años con PL ETIQUETAS y 23% indica que trabaja de entre 1-2 años sin embargo tenemos un porcentaje del 7% de clientes nuevos lo cual indica que se cuenta con una cartera de clientes y también nuevos clientes que van siendo parte de nuestra objetivo meta.

Conclusión.-

Al momento existe un porcentaje del 70% de clientes que optan por adquirir el producto durante más de tres años lo cual permite evidenciar que existe una aceptación del mismo.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Aplicar estrategias de mercado para obtener la fidelización del cliente.

Pregunta # 03

¿Cómo los conoció?

Tabla 24 Resultados de la pregunta # 03

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
INTERNET	1	3%
PRENSA O REVISTA	0	0%
CONTACTOS EMPRESARIALES	16	54%
AMISTADES	10	33%
ENVIO DE INFORMACIÓN (PUBLICIDAD DIRECTA)	3	10%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

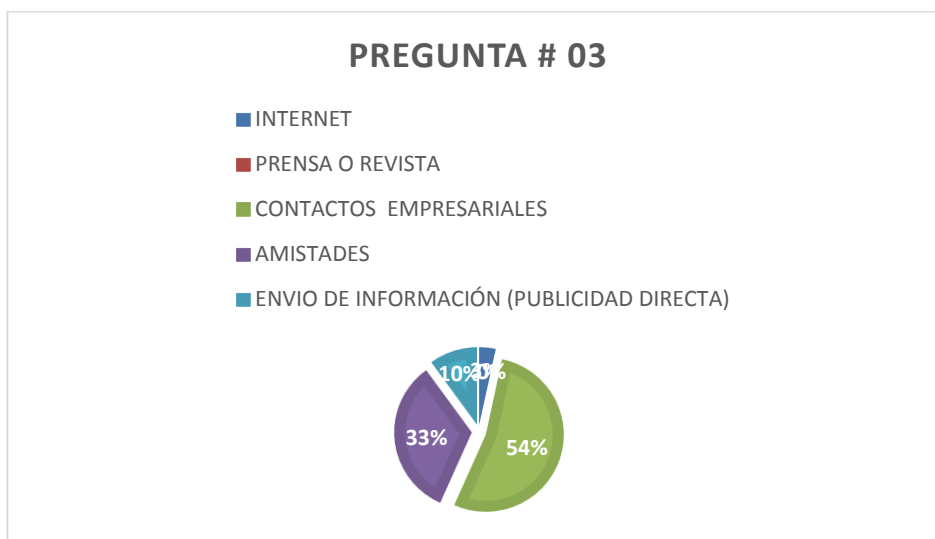


Ilustración 24 Representación de resultados de la pregunta # 03

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

En un 54% de empresas conoce de PL ETIQUETAS conoce por contactos empresariales, el 33% por amistades, 10% por información y tan solo en un 3 % por el internet, conociendo que el internet es un medio masivo de información.

Conclusión.-

Un 54% de empresas sabe de la existencia de PL ETIQUETAS por contactos empresariales y el 33% por amistades lo cual indica que existe un buen mensaje difundido por los clientes “Word of mouth” sin embargo hay un porcentaje mínimo del 3% que sabe de la empresa por el internet es decir hace falta más difusión de la empresa por medios digitales.

Recomendación.-

Es muy necesario aplicar estrategias publicitarias para un mayor porcentaje de conocimiento de la empresa a través de medios digitales si bien es cierto es una herramienta muy importante y de gran necesidad para captar más clientes.

Pregunta # 04

¿Con que frecuencia utiliza los productos que ofrece PL ETIQUETAS en la actividad diaria de su empresa?

Tabla 25 Resultados de la pregunta # 04

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
SEMANAL	6	20%
MENSUAL	12	40%
SEMESTRAL	11	37%
ANUAL	1	3%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

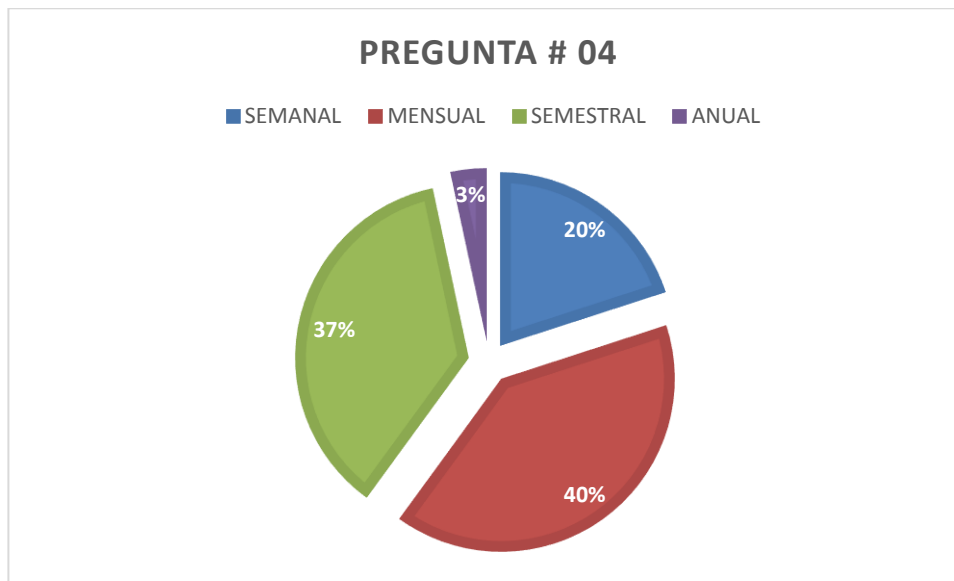


Ilustración 25 Representación de resultados de la pregunta # 04

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El pedido de elaboración de etiquetas procede desde las 5000 unidades y todo este depende del giro de negocio del cliente el 40% de nuestros clientes realiza un pedido mensual mientras que el 37% realiza un pedido semestral y en pocas ocasiones como son el 20% semanal y el 3% anual.

Conclusión:-

La empresa elabora pedidos de acuerdo a la solicitud del cliente y la magnitud de su pedido, es necesario el llevar un registro para el análisis de producción y control de procesos.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Realizar un control de pedidos que ingresan y el tiempo en el que se procede con un nuevo pedido para evitar clientes insatisfechos a la hora de cumplir con el tiempo de entrega del producto.

Pregunta # 05

¿Considera que el personal que le atiende, proporciona un servicio fiable y adecuado a las necesidades? Califique la atención recibida tomando en cuenta que 5 es máximo y uno es nada.

Tabla 26 Resultados de la pregunta # 05

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
5	20	66.67%
4	8	26.67%
3	1	3.33%
2	0	0%
1	1	3.33%
TOTAL	30	

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

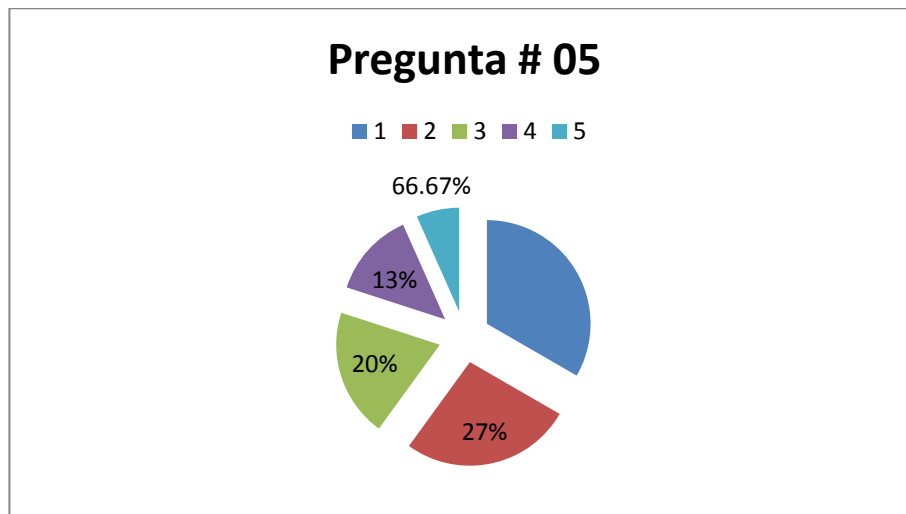


Ilustración 26 Representación de resultados de la pregunta # 05

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 33% considera que la atención proporcionada es excelente y el 27% considera que es muy buena, lo que indica que el cliente se encuentra satisfecho con la atención recibida sin embargo tenemos porcentajes del 20% , 13% y 7% del cual los clientes no se encuentran totalmente satisfechos con el servicio.

Conclusión:-

Un segmento de los clientes se encuentra de acuerdo con el trato al cliente recibido pero hay un porcentaje considerable que no está satisfecho, lo cual ocasiona que el producto no se encuentre totalmente en la mente del consumidor para la decisión de compra.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

PREGUNTA# 06

¿Cómo considera que es la presentación del producto?

Tabla 27 Resultados de la pregunta # 06

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	16	53%
MUY BUENO	12	40%
BUENO	2	7%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

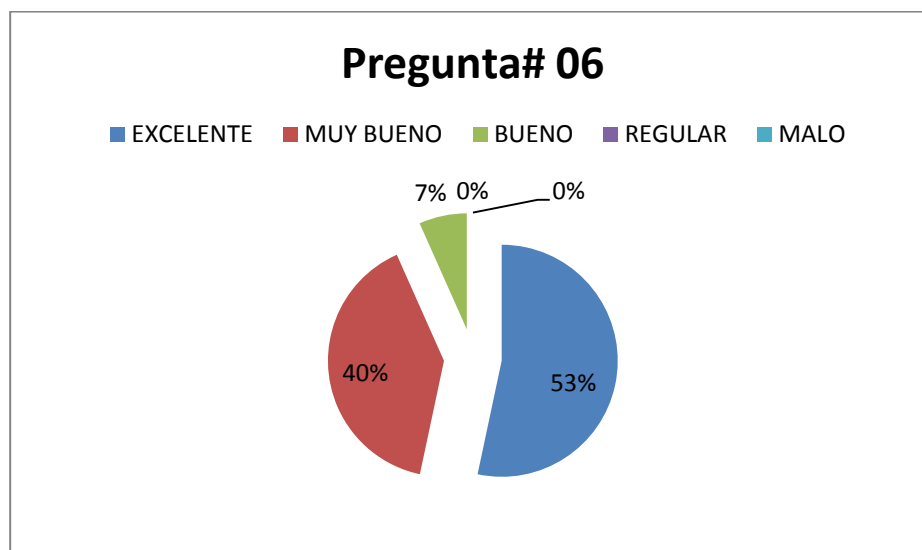


Ilustración 27 Representación de resultados de la pregunta # 06

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 53% considera que la presentación del producto es excelente mientras que el 40% considera que es muy buena es decir hay un porcentaje alto de aceptación del producto y un 7% que no está totalmente satisfecho con la presentación del producto, la innovación siempre deber estar presente para la presentación del producto y esto ayudara a que cada vez sea más aceptado en el mercado.

Conclusión.-

Es bastante satisfactorio tener datos que la presentación del producto es de mucho agrado del consumidor pero también existe la necesidad de tomar en consideración al 7% que no se encuentra de acuerdo para que la aceptación del producto sea totalmente buena.

Recomendación.-

No descuidar la presentación del producto, la innovación siempre debe estar presente para evitar que el cliente desista y ya no se encuentre interesado en invertir en el producto.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

PREGUNTA # 07

¿El tiempo de entrega del producto le parece que es?

Tabla 28 Resultados de la pregunta # 07

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	10	33%
MUY BUENO	9	30%
BUENO	9	30%
REGULAR	2	7%
MALO	0	
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

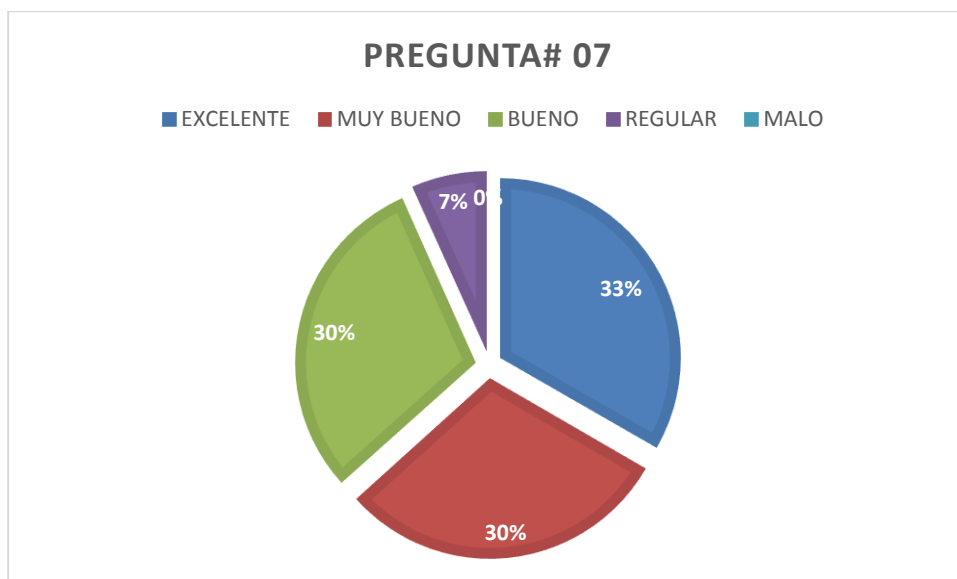


Ilustración 28 Representación de resultados de la pregunta # 07

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 33% de los clientes considera que el tiempo de entrega es excelente, un 30% opina que el tiempo de entrega es muy bueno y otro 30% opina que es solamente bueno de los cuales un 7% considera que es regular lo que indica que el cliente no se encuentra totalmente satisfecho con el tiempo de entrega.

Conclusión.-

El porcentaje de satisfacción con el tiempo de entrega del producto es muy bueno pero es necesario el evaluar los procesos y que el tiempo de entrega sea lo más pronto posible y el evitar que el cliente desista de su compra.

Recomendación.-

Verificar el tiempo en el que se demora que el pedido llegue a las manos del cliente, la satisfacción del cliente se basa en la calidad del producto, en el tiempo de entrega y en el servicio post venta recibido para que el mismo pase a ser un cliente potencial.

PREGUNTA # 08

¿Considera que la empresa recoge y responde de manera adecuada sus quejas y sugerencias?

Tabla 29 Resultados de la pregunta # 08

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	26	87%
NO	4	13%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

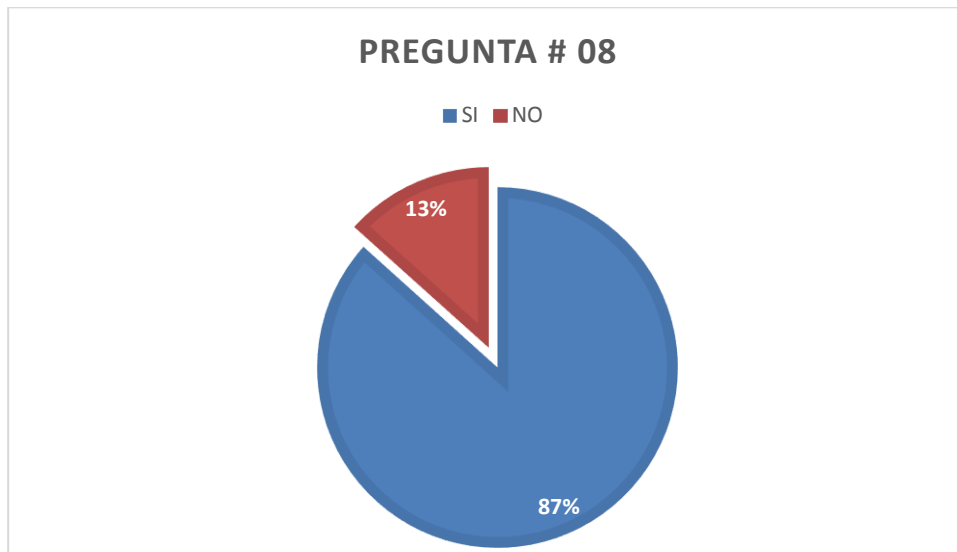


Ilustración 29 Representación de resultados de la pregunta # 08

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 87% de los clientes considera que la empresa recoge las sugerencias y en un 13% opinan que la empresa no está totalmente interesada en las sugerencias que puede mencionar el cliente, lo cual significa que si hay un interés por la empresa en que el cliente se encuentre satisfecho con el servicio recibido.

Conclusión.-

El porcentaje de calificación del 87% es elevado pero es necesario no descuidar el 13% de los clientes que aún no están totalmente satisfechos, tomar en consideración toda sugerencia recibida es muy importante puesto a que ayuda a la empresa a la mejora continua.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

El analizar cada una de las sugerencias recibidas por el cliente para un mejor desempeño de los procesos interno y evitar de esta manera un cliente insatisfecho.

PREGUNTA # 09

¿Recomendaría el producto a otras personas/empresas?

Tabla 30 Resultados de la pregunta # 09

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	29	97%
NO	1	3%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

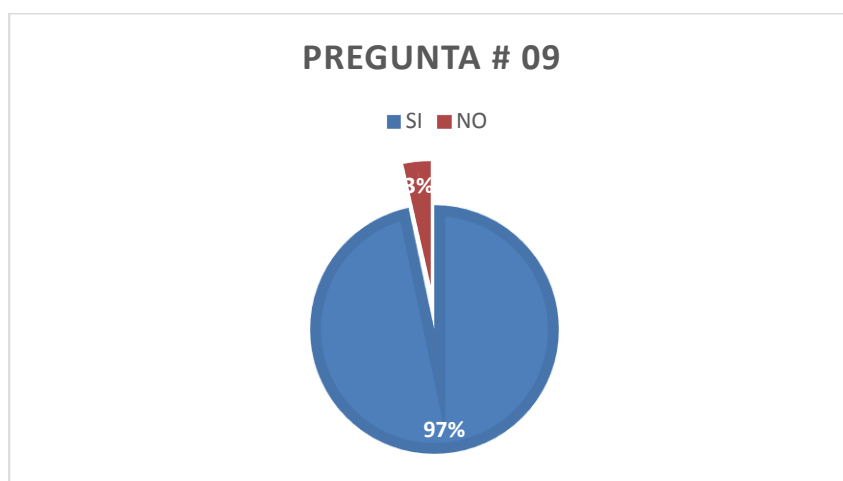


Ilustración 30 Representación de resultados de la pregunta # 09

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

En un 97% como porcentaje elevado menciona que los clientes si recomendarían a el producto a personas para que se conviertan en nuestros clientes y en 3% menciona que los clientes actuales no recomendarían el uso del mismo.

Conclusión.-

Existe un alto porcentaje de aceptación del producto lo que nos indica que hay mantener el buen servicio brindado, innovar permanentemente en presentación, forma y entrega del producto.

Recomendación.-

Mantener el buen servicio, analizar cuáles serían las sugerencias del cliente que no está de acuerdo al recomendar el producto y buscar alternativas para que el 3% de clientes cambien su opinión hacia el producto, esto puede ser con el servicio Post Venta.

PREGUNTA # 10

¿Cuál es su grado de satisfacción con el producto recibido?

Tabla 31 Resultados de la pregunta # 10

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	15	50%
MUY BUENO	15	50%
BUENO	0	0%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

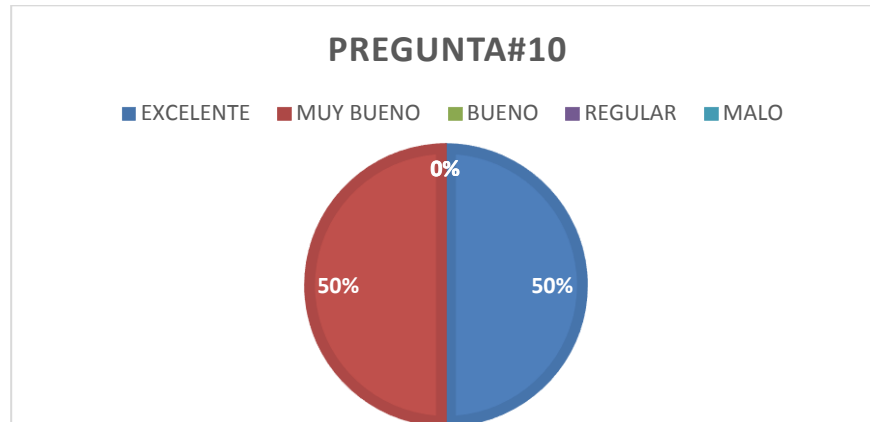


Ilustración 31 Representación de resultados de la pregunta # 10

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 50% de los clientes considera que su grado de satisfacción con el producto es excelente mientras que el otro 50% considera que es muy buena lo que indica que hay una mayoría de satisfacción del cliente hacia el producto recibido.

Conclusión.-

La calificación del 50% tanto del grado de satisfacción excelente como muy buena indica que el producto se encuentra dentro de las expectativas del cliente, sin embargo hay que mejorar para que la calificación sea aún más aceptable.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Innovar el producto constantemente de acuerdo a las tendencias actuales.

PREGUNTA # 11

¿De las siguientes áreas cuales son las que le han brindado mejor servicio?

Tabla 32 Resultados de la pregunta # 11

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
VENTAS	27	90%
CALL CENTER	0	0%
ADMINISTRACIÓN	1	3%
GERENCIA	2	7%
NINGUNO	0	0%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

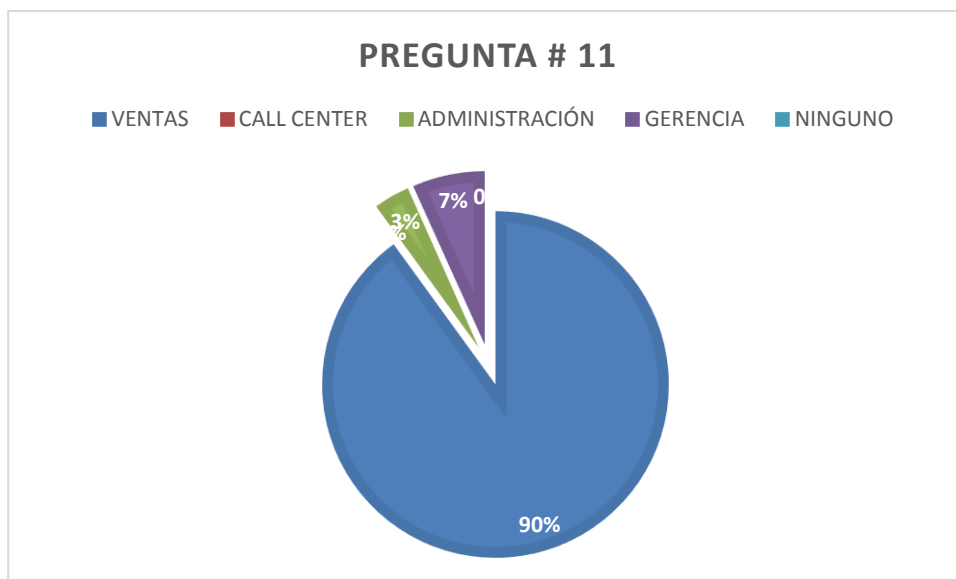


Ilustración 32 Representación de resultados de la pregunta # 11

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 90% de los clientes menciona que del área de ventas es donde han recibido mejor trato por parte de la empresa mientras que el 7% recibió un buen trato por parte de Gerencia y un 3% menciona que en el área de administración recibió un buen trato.

Conclusión.-

El personal de ventas al ser parte del área que tiene más contacto con el cliente es el que debe dar el trato más cordial y efectivo para que el cliente se lleve una buena imagen de la empresa, el 90% menciona que se encuentra a gusto con el servicio recibido de parte del departamento de ventas.

Recomendación.-

Es necesario que todas las áreas que existen dentro de la empresa se encuentren aptas para el buen trato al cliente.

PREGUNTA # 12

De las siguientes áreas cual ha recibido el peor servicio.

Tabla 33 Resultados de la pregunta # 12

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
VENTAS	0	0%
CALL CENTER	6	20%
ADMINISTRACIÓN	2	6%
GERENCIA	2	7%
NINGUNO	20	67%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

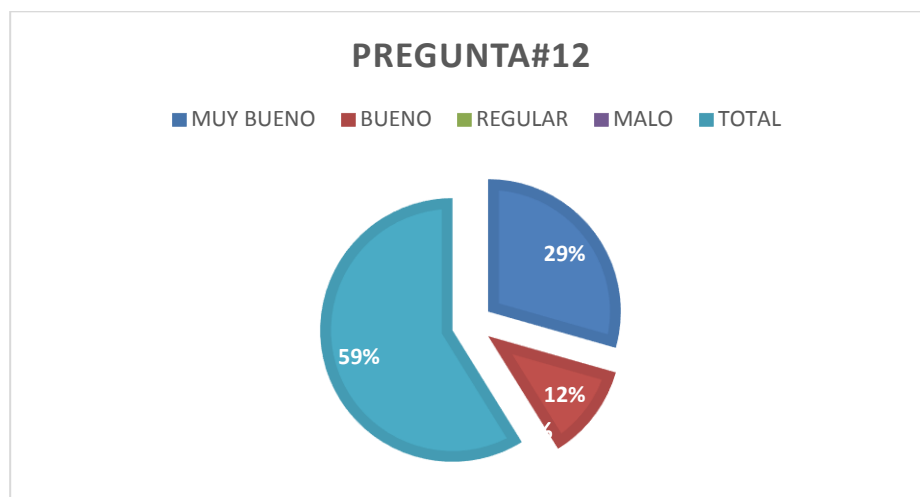


Ilustración 33 Representación de resultados de la pregunta # 12

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 67% de clientes mencionan que no han recibido un trato inadecuado por parte del personal de PL ETIQUETAS mientras que el 20% opina que no ha recibido un buen trato por parte del personal del Call Center un 7% por parte de Gerencia y un 6% por parte de administración.

Conclusión.-

Los clientes tienen una buena perspectiva hacia los servicios que ofrece la empresa gracias al buen trato recibido por los integrantes de PL ETIQUETAS pero es necesario que todas las áreas brinden un buen servicio, que el trato se equitativo con respeto y responsabilidad.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Procurar que todas las áreas manejen un mismo trato de cordialidad al cliente y evitar malos inconvenientes con el mimo.

PREGUNTA # 13

¿Usted considera que PL ETIQUETAS cuenta con un buen manejo de publicidad?

Tabla 34 Resultados de la pregunta # 13

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	24	80%
NO	6	20%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

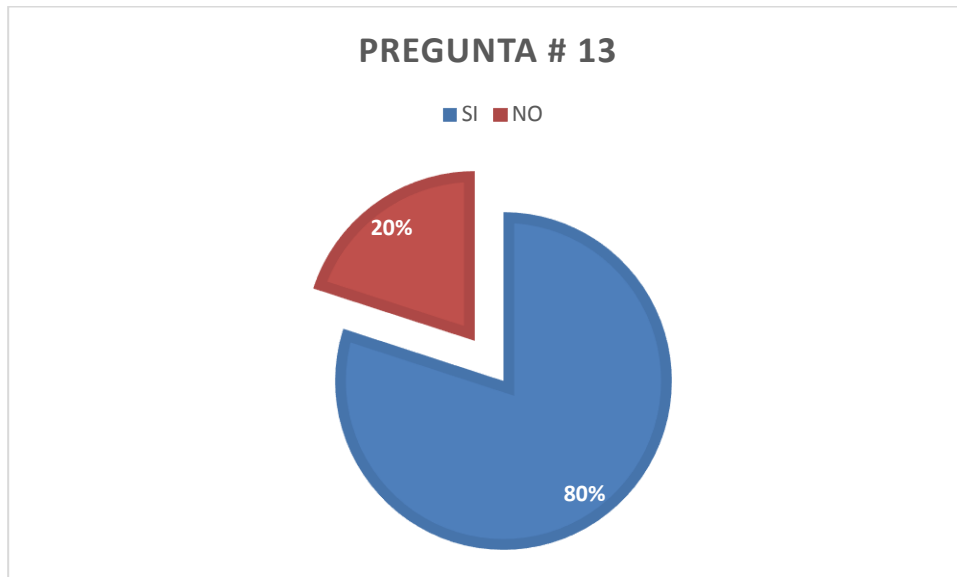


Ilustración 34 Representación de resultados de la pregunta # 13

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 80% considera que existe un buen manejo de publicidad por parte de la empresa lo cual indica que existe publicidad pero no necesariamente la adecuada y el 20% menciona que no existe una buena estrategia de publicidad lo que indica que hay mejorar.

Conclusión.-

Hay una calificación elevada con respecto a la publicidad pero es necesario que se implementen estrategias de publicidad nuevas de acuerdo a las tendencias actuales para encontrarse a la vanguardia con las demás empresas.

Recomendación.-

Realizar un análisis de las actuales estrategias de Publicidad de cuales se pueden eliminar, mejorar o cambiar para que el producto tenga mayor aceptación y se alcance el posicionamiento del mismo en la mente del consumidor.

PREGUNTA#14

¿Qué aspecto usted considera al momento de tomar la decisión de compra?

Tabla 35 Resultados de la pregunta # 14

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
PRECIO	7	23%
CALIDAD	20	67%
MARCA	1	3%
PRESENTACIÓN	2	7%
DISEÑO	0	0%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

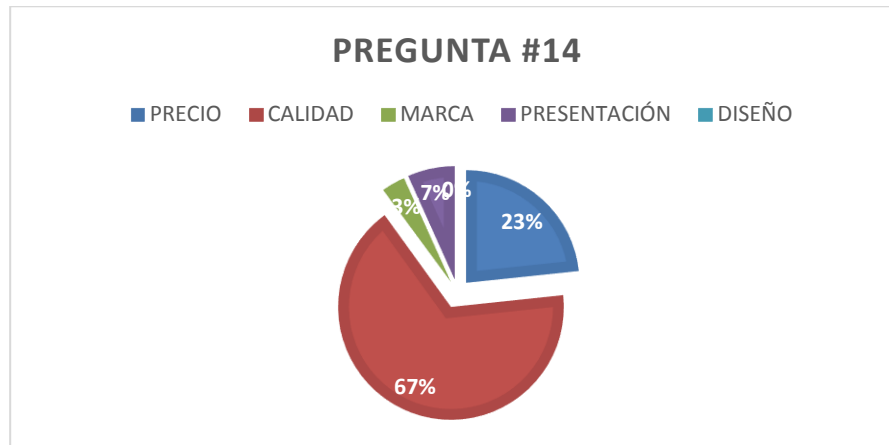


Ilustración 35 Representación de resultados de la pregunta # 14

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

Análisis.-

El 67% de los clientes opina que la calidad del producto es su prioridad al momento de tomar una decisión de compra, el 23% considera de entre otros aspectos el precio del producto para proceder con su decisión, el 7% opina en cambio que es también necesario que la presentación del producto sea la más adecuada y en 3% considera que la marca es otro aspecto que debe ser considerado.

Conclusión.-

Al saber que el 67% opina que es muy importante la calidad es necesario que se haga una revisión de cómo se procede, cuáles son los procesos para que el producto siempre se encuentre en buenas condiciones.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Recomendación.-

Revisar que tanto la calidad del producto como el precio vayan de la mano para que el cliente siempre se encuentre satisfecho por el producto recibido.

PREGUNTA # 15

¿Cree usted que al utilizar las etiquetas de Cartón en sus productos, le brinda un valor agregado?

Tabla 36 Resultados de la pregunta # 15

OPINIÓN	RESULTADOS	PORCENTAJE
SI	28	93%
NO	2	7%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

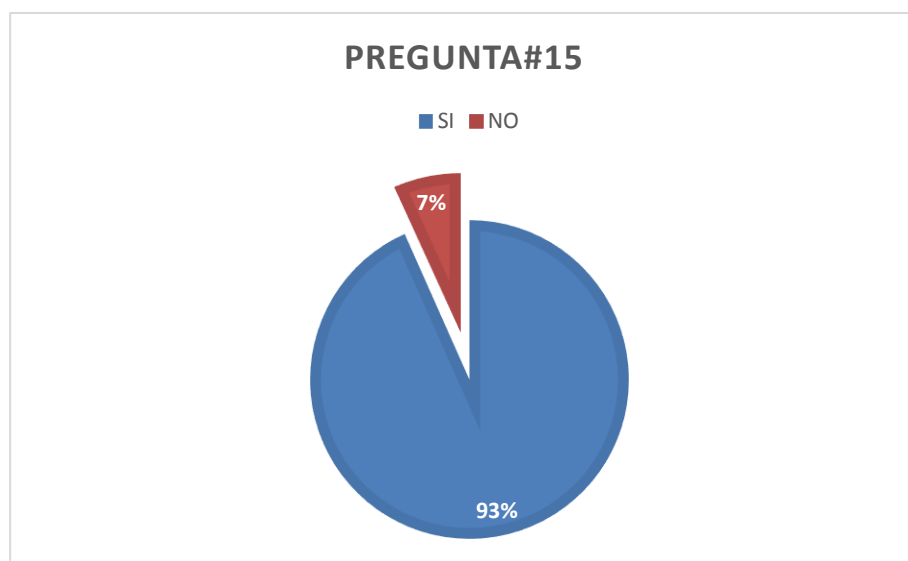


Ilustración 36 Representación de resultados de la pregunta # 15

Elaborado por: Patricia Almeida
Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

Análisis.-

El 93% considera que el utilizar etiquetas de cartón le brinda un valor agregado en su producto, ayuda a que sea más conocida su marca, mayor opción de compra en el mercado, mejor apreciación del producto por parte del cliente y el 7% considera que no le proporciona valor agregado a su producto.

Conclusión.-

La etiqueta de cartón le brinda varios beneficios al producto elaborado es por ello que se cuenta con 93% de aceptación y el 7% es porque aún no fueron asesorados correctamente para el buen uso de las etiquetas en su producto.

Recomendación.-

El área de ventas desde un inicio debe tratar con el cliente del beneficio que le brinda una etiqueta de cartón.

5.03.13. Plan Publicitario (Gestión Comercial)

Es la solución a la necesidad de llegar al público objetivo a través de varios medios, el aplicar varias técnicas para publicar masivamente el mensaje, elaborar estrategias que permitan una difusión más concreta y con mejores (<http://mercadeoypublicidad.com/>).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

5.03.14. Logotipo

Es una de las partes más importantes de la empresa pues tiene la finalidad de representar o identificar a una empresa, en este caso se encuentra representado por el producto estrella “etiqueta de cartón” y las iniciales del nombre de la empresa lo cual al visualizar netamente la imagen el cliente podrá identificar rápidamente a la empresa sin necesidad de que la misma sea nombrada antes.



El logotipo de PL ETIQUETAS se encuentra compuesto por los colores naranja y negro los cuales tienen el siguiente significado:

El Color Naranja: es una fusión entre el color amarillo y rojo, se eligió este color puesto a que el mismo difunde alegría, empatía y sobre todo creatividad lo cual permite que sea de mayor impacto.

El Negro: se le eligió el color negro como parte del logotipo en representación de elegancia y un toque de misterio, difundiendo una mejor imagen al logotipo.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PEÑILEO.

5.03.15. Slogan.-



Es la frase corta de recordar (Lema), la cual se utiliza para identificar a que se dedica la empresa, cuál es su giro de negocio, el servicio que brinda y su actividad es el de quedar en la mente del consumidor, en PL ETIQUETAS se creó el Slogan “Marca e Imagen” lo cual en dos palabras encierra la actividad que realiza la empresa es decir Paso # 01 el crear la marca representativa del producto que ofrece el posterior y Paso #02 una vez creada la marca, proceder con la creación de la etiqueta de cartón en base a las preferencias del cliente.

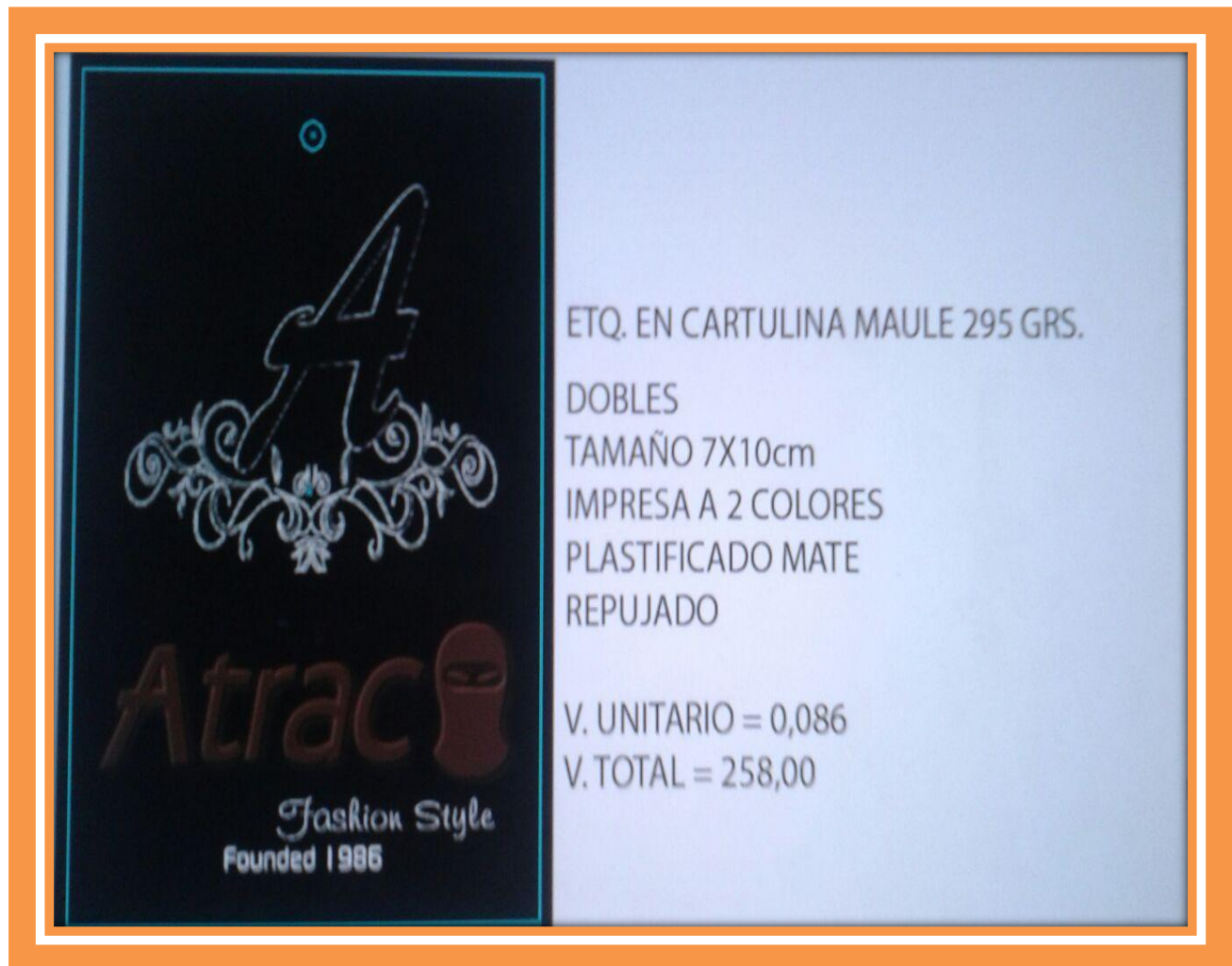
CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.03.16. Producto.-

El producto estrella de PL ETIQUETAS es la etiqueta de cartón de las cuales se cuenta con variado tipo de material tales como:



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.



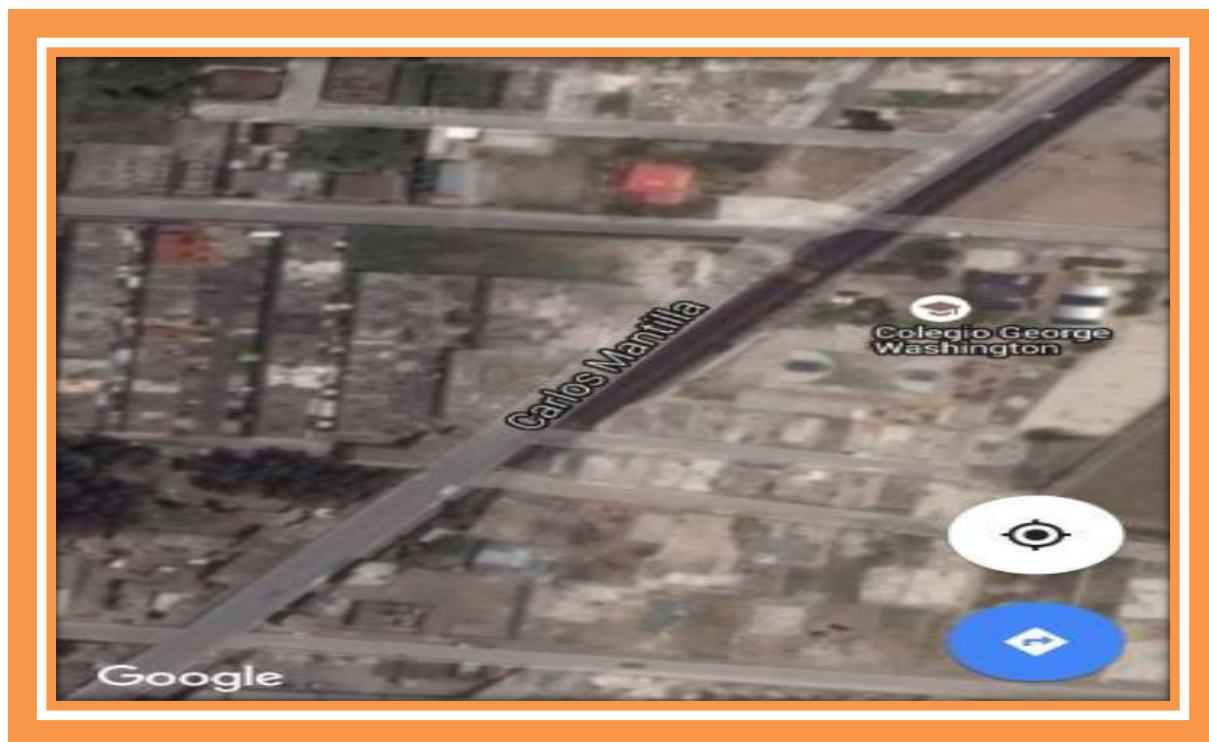
CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.03.17. Plaza.-

Lugar donde se distribuirá y se venderán los productos, el cual es utilizado por tanto por los usuarios como por los consumidores, el mismo debe estar ubicado en un lugar de fácil acceso para proceder con el giro del negocio.

PL ETIQUETAS se encuentra ubicado en la siguiente dirección: Carlos Mantilla y José Andrade Conjunto Praderas de Calderón.

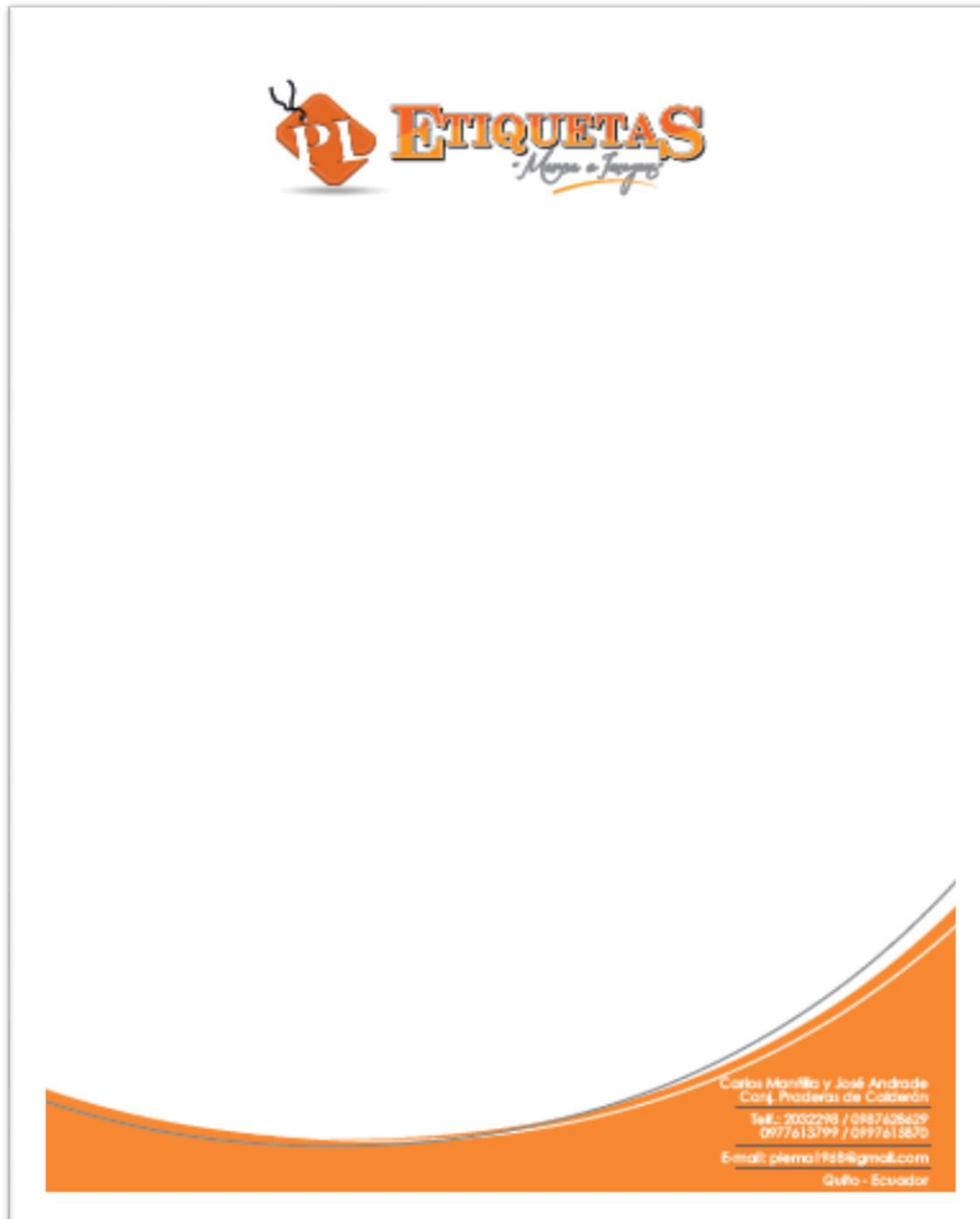
5.03.18. Mapa de Ubicación de la Empresa PLETIQUETAS



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

5.03.19. Publicidad

Hojas Membretadas.-



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Factura.-

21 cm



ETIQUETAS
PL

Carlos Morillo y José Andrade
Conj. Praderas de Calderón

Tel: 9002290 / 0987628629
0977613799 / 0997613870

E-mail: plema1988@gmail.com

Quito - Ecuador

FACTURA
S001-001-00

MITA CASPI ROSARIO R.U.C. 1711100105001		FECHA		
		Día	Mes	Año
CLIENTE				
DIRECCIÓN		TELF.		
R.U.C. & CL				
CONTADO	CREDITO	PAGAR ANTES DE		

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL

SON: _____ DOLARES

PRIMA AUTORIZADA: _____ RECIBI CONFORME: _____

Rosario Casapi Rosario P.R. IMPRESORES P.V.C. OTAZO 191001 AUT. 0001 No. del REGISTRO 000000 Fecha Imp. Febrero 10/2010 VALOR TOTAL SU BANCOS 14876 FEBRERO DE 11

SUB-TOTAL	
IVA 10% 0%	
IVA 12 %	
TOTAL USQ	

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Nota de Crédito.-

14,7 cm



Carlos Manilla y José Andrade
Carr. Prodenas de Calderón
Tel: 0052298 / 0997613799
0997613799 / 0997613870
E-mail: plama1968@gmail.com
Quito - Ecuador

MITA CASPI ROSARIO
R.U.C. 1711100105001
GUIA DE REMISIÓN 0 001 001
AUTORIZACIÓN: SRL 1107259072

FECHA DE INICIACIÓN DEL TRASLADO _____ COMPROBANTE DE VENTA _____

FECHA DE TERMINACIÓN DEL TRASLADO _____ FECHA DE EMISIÓN _____

MOTIVO DE TRASLADO

☐ VENTA
☐ COMPRA
☐ TRANSFORMACIÓN
☐ CONSIGNACIÓN

☐ TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS
☐ DE UNA MISMA EMPRESA
☐ TRASLADO POR EMISOR ITINERANTE
☐ DE COMPROBANTES DE VENTA

☐ DEVOLUCIÓN
☐ IMPORTACIÓN
☐ EXPORTACIÓN
☐ OTROS

FECHA DE EMISIÓN: _____ PUNTO DE PARTIDA: _____

DESTINATARIO: _____

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____ RUC / O.I.: _____

PUNTO DE LLEGADA: _____

IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENCARGADA DEL TRANSPORTE

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____

RUC / O.I.: _____ No. DE LICENCIA: _____ PLACA: _____

BIENES TRANSPORTADOS:

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN

Firma Autorizada _____

Firma Transportista _____

Recibí conforme _____

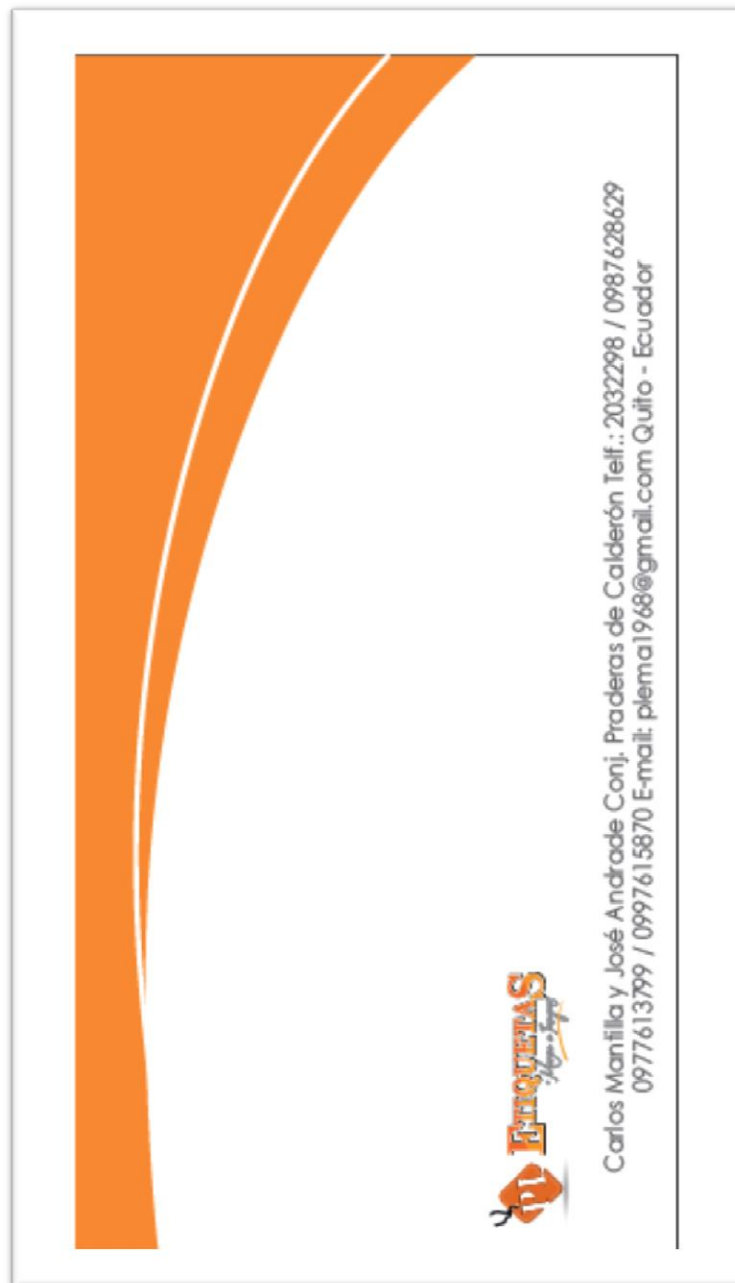
RODRIGO GUIMARCAJAS FERRANDO RUC: 070280101307 Aut. 0000 Num. del 000101 al 000100 Fecha de Imp. 20 Julio 2008 Válido para su emisión hasta: JULIO / 2010

21 cm

ORIGINAL: CLIENTE / 1 en COPIA: REMITE / 2 en COPIA: SIN VALOR TRIBUTARIO

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Sobre Membretada.-



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Tarjeta de Presentación



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

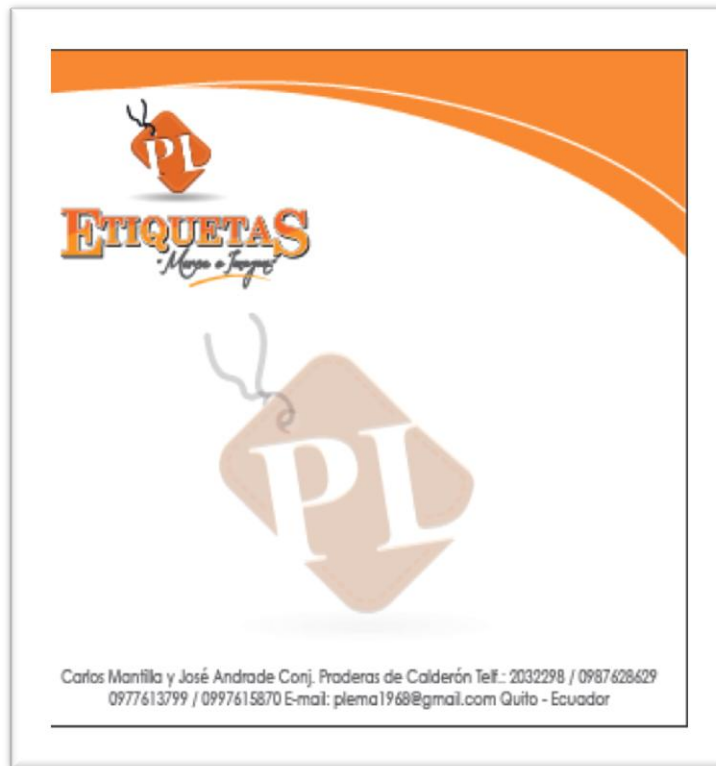
5.03.20. Material publicitario.-

Separador de Hojas.-

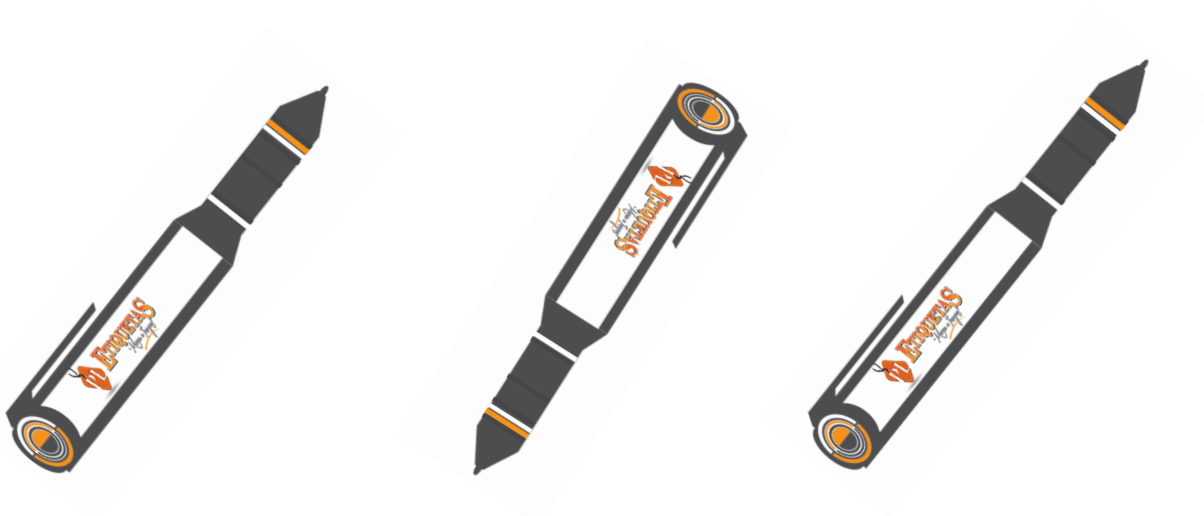


CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Blocks de Notitas



Esferos



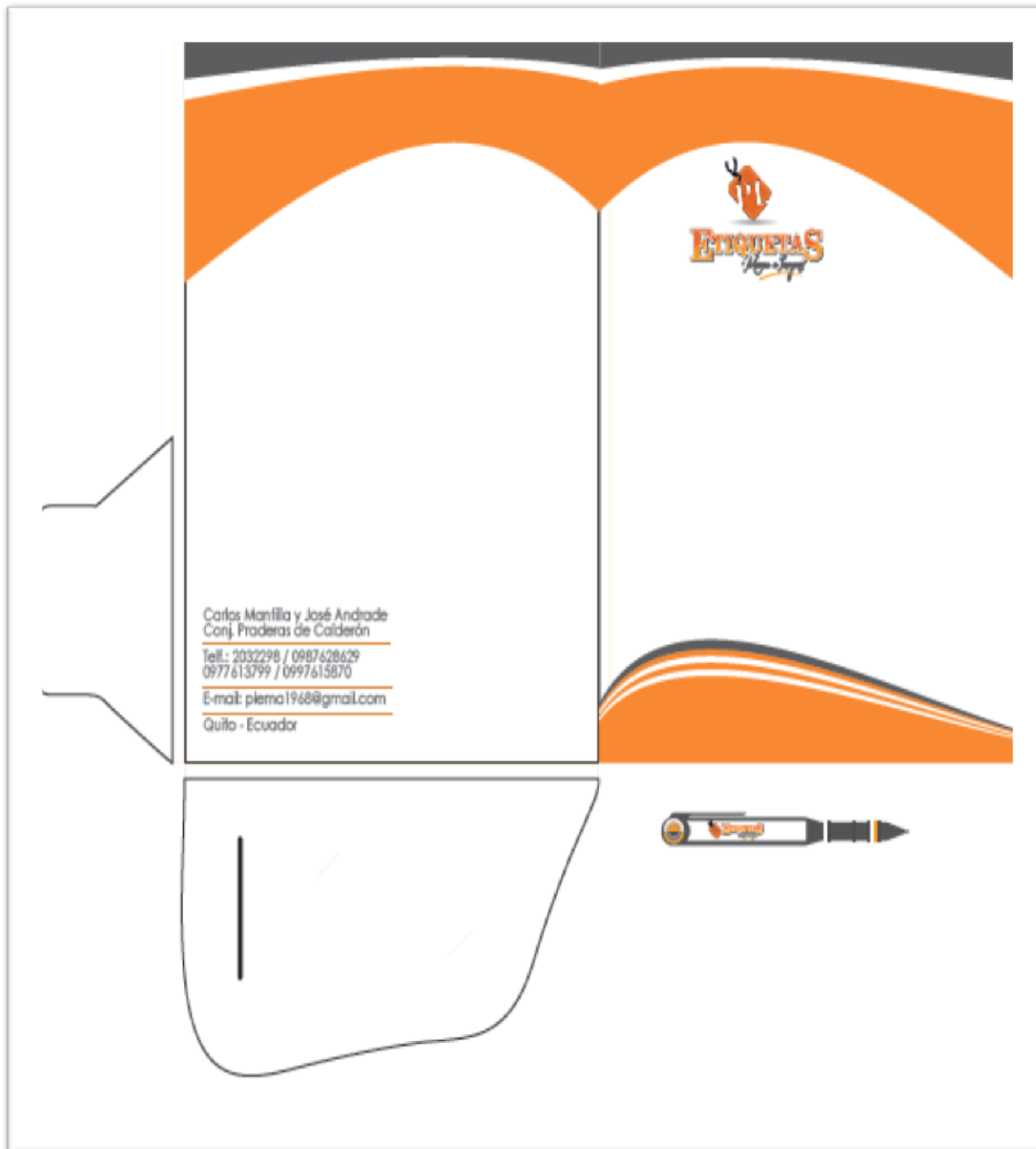
CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

CDS



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Carpeta.-



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Catálogo-



ETIQUETAS
Marca e Targen

MISTRARIO
DABRYSA

Carlos Mantilla y José Andrade Conj. Praderas de Calderón Telf.: 2032298 / 0987628629
0977613799 / 0997615870 E-mail: plema1968@gmail.com Quito - Ecuador

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

CAPITULO 6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

Tabla 37 Recursos

Técnico Tecnológico	Laptop Toshiba	Microsof Office Word 2014
	Modelo: Satellite S55-B	
	Procesador: Intel (R)Core (M)	
	Memoria RAM: 12,0 GB	
	Sistema Operativo de 64 Bits, Procesador x64	
	Internet CNT	Información
	Impresora EPSON L355	Información
Humano	Autor del Proyecto	Patricia Elizabeth Almeida Mita
	Tutor	Ing. Fernando Buitrón
	Lector	Ing. Ximena Maldonado
	Población	Empresas Textiles del Gobierno Autónomo Descentralizada de Pelileo
	Clientes	Empresas Textiles de Pelileo
	Autoridades	Gerente General de la Empresa
Económico	Materiales	Hojas
		Esferos
		Impresiones
		Carpetas
		Cuadernos
	Transporte	Transporte Público

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

6.02. Presupuesto.-

Tabla 38 Presupuesto

Ítem	Detalle	Valor Unitario	Valor Total	Financiamiento
1	Alimentación	\$ 2,50	\$ 7,50	Propio
2	Impresiones	\$ 0,05	\$ 15,00	Propio
3	Servicio de Internet	\$ 25,00	\$ 25,00	Propio
4	Luz	\$ 28,00	\$ 28,00	Propio
5	Anillados	\$ 3,00	\$ 9,00	Propio
6	Empastado	\$ 7,00	\$ 14,00	Propio
TOTAL			\$ 98,50	

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

6.02.01. Gastos para Aplicar el Plan de Marketing

Tabla 39 Gastos plan de marketing

CONCEPTO	UNIDAD CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL
Textos	2	\$ 5,00	10,00	0,14%
Tóner de Impresora	2	\$ 65,00	130,00	1,80%
Papel Bond A4 (Resma 100Ud.)	6	\$ 6,00	36,00	0,50%
Internet	3	\$ 28,00	84,00	1,16%
Flash Memory	1	\$ 25,00	25,00	0,32%
Publicidad	1	\$ 4.000,00	4000,00	55,29%
Recolección de Información	1	\$ 250,00	250,00	3,46%
Elaboración de Diagramas de Flujo	1	\$ 250,00	250,00	3,46%
Capacitación y Seminarios	2	\$ 600,00	1200,00	16,59%
Capacitación en la Documentación	1	\$ 250,00	250,00	3,46%
Creación de Políticas Comerciales, Financieras, Producción e Internas	1	\$ 1.000,00	1000,00	13,82%
Total Activos Diferidos			\$ 7.235,00	100%
Indirectos: 20%			\$ 1.447,00	
TOTAL			\$ 8.682,00	

Elaborado por: Patricia Almeida

Fuente: Investigación de Campo

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

6.03. Cronograma

Tabla 40 Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																											
ACTIVIDADES	MAYO. 2015			JUNIO.2015			JULIO.2015			AGOSTO. 2015			SEPTIEMBRE. 2015			OCTUBRE .2015											
Entrega del Formulario UU1																											
Probación																											
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES																											
Contexto																											
Justificación																											
Definición del Problema Central(Matriz T)																											
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS																											
1 Mapeo De Involucrados																											
2.Matriz De Análisis de Involucrados																											
CAPÍTULO 3: PROBLEMAS Y OBJETIVOS																											
1 Árbol de Problemas																											
2 Árbol de Objetivos																											
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS																											
1 Matriz de Análisis De Alternativas																											
2 Matriz de Análisis De Impacto de los Objetivos																											
3 Diagrama de Estrategias																											
4 Matriz de Marco Lógico																											
CAPÍTULO 5: PROPUESTA																											
1 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)																											
2 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)																											
3 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta																											
CAPÍTULO 6: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS																											
1 Recursos																											
2 Presupuesto																											
3 Cronograma																											
CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																											
1 Conclusiones																											
2 Recomendaciones																											

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

CAPITULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01. Conclusiones

7.01.01. Gracias al Plan de Marketing enfocado a la publicidad se determinó la creación de papelería en general para la empresa con el fin de obtener el posicionamiento de la misma empezando por la mente del consumidor

7.01.02. Una vez realizada la investigación de mercado se ha identificado que las personas se encuentran muy satisfechas con el servicio recibo, sin embargo hay que continuar con un servicio bastante ético y profesional para lograr de esta manera el posicionamiento pero en la mente del consumidor

7.01.03. Las políticas Internas Generadas de acuerdo al área de trabajo generarán mejor desempeño laboral y un agradable clima laboral.

7.01.04. Al aplicar el árbol de problemas se identificó varias inconsistencias dentro del desarrollo de las actividades de la empresa lo cual permitió recopilar información para el Diagrama de Objetivos y aplicación de nuevas estrategias para mejora de la empresa

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CUIDAD DE PELILEO.

7.02. Recomendaciones

7.02.01. Es necesario que la empresa siempre se mantenga a la vanguardia en innovación de acuerdo al giro de negocio, pues la publicidad siempre va a tener cambios y es necesario que la misma sea aplicada de la mejor manera posible en beneficio de la empresa.

7.02.02 Brindar un servicio Post Venta que permite recibir comentarios y sugerencias por parte del cliente a través de varios medios tecnológicos como son: Hotmail, Facebook, whatsapp, además de un seguimiento continuo al cliente para brindar información de nuevos productos o servicios.

7.02.03. Procurar que las políticas sean acogidas y ejecutadas de la mejor manera en beneficio tanto de la empresa como del personal que la integran.

7.02.04 Gestionar el buen desempeño laboral a través de la aplicación de las estrategias y las políticas implementadas, verificar que la aplicación del plan de marketing se gestione de la mejor manera.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

Bibliografía

“Política Comercial” (08/09/2015) obtenido de: Economía para los Negocios

<https://econiapiaralosnegocios.wordpress.com/2012/06/30/politicacomercial/>

“Políticas Empresariales” (08/09/2015) obtenido de Novasoft

<http://www.novasoft.es/informacion-corporativa/politica-empresarial.html>

Diagrama de Flujo (08/09/2015) obtenido de fundibeg PDF

http://www.fundibeq.org/opencms/export/sites/default/PWF/downloads/gallery/methodology/tools/diagrama_de_flujo.pdf

Diagrama de Flujo (06/09/2015) obtenido de Blog de Luis Miguel Manene

<https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>

Estrategias de Promoción (06/09/2015) obtenido de Gestipolis

<http://www.gestipolis.com/estrategias-de-promocion-dentro-de-las-4-p/>

Estrategias de Precios (06/09/2015) obtenido de Marketing XXI

<http://www.marketing-xxi.com/la-estrategia-de-precios-51.htm>

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.

El Coaching organizacional (06/09/2015) obtenido de Aprendamos

<http://aprendamos.aprenderapensar.net/2011/06/29/hola-mundo/>

Marketing (06/09/2015) obtenido de Users

<file:///C:/Users/Patricio/Downloads/Marketing%20public.pdf>

Estrategias de Promoción (23/08/2015) obtenido de Academia

http://www.academia.edu/5502809/Estrategias_de_promocion_y_ventas_PDF

William A. Cohen (Eds.) (2008) El Plan de Marketing: Procedimiento, Formulario,
Estrategia, Técnica

<https://books.google.com.ec/books?id=DXKa8kOZvWQC&printsec=frontcover&dq=plan+de+marketing&hl=es-419&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAWoVChMIjeSjncm9xwIVhXYeCh3EtQvg#v=onepage&q=plan%20de%20marketing&f=false>

Marketing (03/08/2015) obtenido de Marketing XXI

<http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm>

Marketing (03/08/2015) Obtenido de Ciberconta

<http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/marketing/100.HTM>

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL CON EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA ALCANZAR EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PL ETIQUETAS EN LA CIUDAD DE PELILEO.