



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

TRABAJO DE GRADO

**TEMA:**

“PLAN DE MARKETING PARA INTACO ECUADOR S.A. DIVISIÓN IBARRA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN  
MERCADOTECNIA

**AUTORES:** GUERRERO. M. Gonzalo  
TERÁN. T. Roberto

**DIRECTOR:** ING. BRUCIL. Guillermo

**IBARRA, OCTUBRE 2012**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La imagen en una empresa es un componente básico para su comunicación a los clientes, se constituye en métodos y técnicas que una marca emplea para diferenciarse de las demás y la percepción que un público tiene de ella, en relación a la idea que se forman, el juicio o la valoración que emiten sobre la calidad de los productos y servicios que ofertan.

Desde la apertura de Intaco en la ciudad de Ibarra, se han fortalecido las relaciones con los clientes, además de promocionar nuevos productos que mediante la tecnología han facilitado el proceso de las construcciones en la ciudad convirtiéndose en elementos base del sistema de edificaciones en la zona.

Para la ejecución de este proyecto se quiere implementar un plan de marketing estratégico el mismo que contiene estrategias de publicidad y promoción para que la empresa capte otros segmentos de mercado y adicionalmente pueda establecer relaciones más duraderas con los clientes actuales.

En este sentido la empresa busca alcanzar un posicionamiento en la provincia de Imbabura y convertirse en la marca líder de preferencia en cada uno de los productos que oferta en el mercado para establecer barreras de entrada tanto a los competidores como para hacer frente al ingreso de productos sustitutos y generar de esta manera un desarrollo sostenible en el tiempo.

## **ABSTRACT**

The image in a company is a basic component for communication to customers, it is in methods and techniques that used to differentiate a brand from the others and the perception that a public has of it, in relation to the idea that form, trial, or valuation which issued on the quality of products and services offered.

Since opening Intaco in the city of Ibarra, have strengthened relationships with customers, in addition to promote new products through technology have facilitated the process of construction in the city becoming basic elements of the system of buildings in the area.

For the execution of this project is to implement a strategic marketing plan that contains the same advertising and promotional strategies for the company to capture other market segments and in addition to more lasting relationships with customers.

In this sense, the company aims to achieve a position in the province of Imbabura and become the leading brand of choice in each of the products we offer in the market to establish barriers to entry to competitors so as to cope with the entry of products substitutes and thus generate sustainable development in time.

## **AUTORÍA**

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de sus autores, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Nombres: GUERRERO M. Gonzalo y TERÁN T. Roberto Carlos.

CI: 1003300546

CI: 1002502670

## **CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por los egresados Gonzalo Guerrero Morales y Roberto Carlos Terán Terán, para optar por el Título de Ingenieros en Mercadotecnia, cuyo tema es: Plan de Marketing para Intaco Ecuador S.A División Ibarra. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los ..... días del mes de ..... del 2012.

Firma

Ing. Guillermo Brucil.

C.I.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotros, Gonzalo Guerrero Morales, con cédula de ciudadanía Nro 1003300546 y Roberto Carlos Terán Terán con cédula de ciudadanía Nro 1002502670, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “Plan de Marketing para Intaco Ecuador S.A. División Ibarra.”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIEROS EN MERCADOTECNIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre: Gonzalo Guerrero Morales  
Cédula: 1003300546

Nombre: Roberto Carlos Terán Terán  
Cédula: 1002502670

Ibarra, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de 20....



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

##### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1002502670		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	TERÁN TERÁN ROBERTO CARLOS		
<b>DIRECCIÓN:</b>	CHALTURA		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:rotecate@gmail.com">rotecate@gmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2906605	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	094225962

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	PLAN DE MARKETING PARA INTACO ECUADOR S.A. DIVISIÓN IBARRA
<b>AUTOR (ES):</b>	GUERRERO M. Gonzalo y TERÁN T. Roberto C.
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<b>PREGRADO</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b> <input type="checkbox"/>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERO EN MERCADOTECNIA</b>
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	<b>ING. GUILLERMO BRUCIL</b>

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, GONZALO GUERRERO MORALES, con cédula de ciudadanía Nro. 1003300546 Y ROBERTO CARLOS TERÁN TERÁN, con cédula de ciudadanía Nro. 1002502670, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que



asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los ..... días del mes de ..... de 20.....

**AUTORES:**

**ACEPTACIÓN:**

Nombre: GONZALO GUERRERO MORALES  
C.C.:1003300546.

Nombre: ROBERTO C. TERÁN TERÁN  
C.C.: 1002502670

Nombre: Lic. Ximena Vallejos  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este proyecto de tesis a Dios y a nuestros padres.

A Dios, nuestro Creador, porque ha cuidado nuestro caminar, nos ha dado la sabiduría y el valor necesarios para avanzar.

A nuestros padres, quienes con su entrega y voluntad han procurado en todo momento nuestro bienestar, brindándonos siempre su apoyo incondicional, confiando y destacando nuestras habilidades, talentos e inteligencia nos han impulsado a sobresalir en cada meta propuesta.

Para Dios, nuestros padres y hermanos con todo nuestro amor y cariño, dedicamos nuestro esfuerzo y trabajo invertidos en la realización de esta tesis.

Gonzalo y Roberto

## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia a Dios por haberme bendecido siempre.

A mi familia porque con su apoyo y cuidados han motivado la culminación de mi formación académica y el logro de mis metas.

A mi compañero de tesis porque con el trabajo coordinado hemos llegado a culminarla.

A mi tutor de tesis quién con su guía nos atendió en todo momento, cubriendo todas nuestras expectativas.

A mis profesores, quienes durante todo el trayecto académico con paciencia supieron compartir sus enseñanzas.

Finalmente un agradecimiento a todos aquellos colaboradores que supieron facilitar la información necesaria para el desarrollo de esta tesis.

Gonzalo

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por acompañarme todos los días.

A mis padres por ser los mejores amigos, mis aliados, mi ejemplo, gracias por el apoyo en esta tesis y en mi vida.

A Gonzalo mi compañero de Tesis que me ha enseñado el valor en equipo, por la amistad y la complicidad.

A mi tutor de tesis, gracias por la paciencia, apoyo y esfuerzo que nos brindó para la realización de la tesis.

A todos los amigos, compañeros y maestros de la Universidad Técnica del Norte, que formaron parte de esta aventura, que siempre quedarán en los recuerdos.

A la Universidad Técnica del Norte, por ser la parte más importante de mi carrera y por el apoyo recibido

Roberto

## PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad implementar un Plan Estratégico de Marketing en Intaco Ecuador S.A. el cual contiene 5 capítulos que son:

**El Primer Capítulo** pertenece a la determinación de la investigación que contiene los objetivos del proyecto y el alcance del mismo.

**El Segundo Capítulo** corresponde al diagnóstico situacional en el cual se determinó los factores que se constituyen en barreras para la empresa así como la población objeto de estudio para desarrollar la investigación de campo.

**El Tercer Capítulo** corresponde al marco teórico en el cual se encuentran plasmadas las bases conceptuales de varios autores en relación a temas correspondientes al desarrollo del proyecto.

**El Cuarto Capítulo** pertenece a la propuesta la misma que determina las estrategias para posicionar a la empresa y captar nuevos nichos de mercado.

**El Quinto Capítulo** hace referencia a los impactos que resultan del desarrollo de la investigación y las estrategias propuestas en el presente proyecto.

Finalmente se culmina con las conclusiones, recomendaciones y anexos.

## ÍNDICE

NÚMERO	CONTENIDO	PÁG.
	Portada	I
	Resumen Ejecutivo	II
	Abstract	III
	Autoría	IV
	Certificación del Asesor	V
	Cesión de Derechos a la Universidad Técnica del Norte	VI
	Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	VII
	Dedicatoria	X
	Agradecimiento	XI
	Presentación	XIII
	Índice	XIV

### CAPÍTULO I

1.	Diagnóstico Situacional	21
1.1	Antecedente Histórico del Cantón Ibarra	21
1.1.2	Reseña Histórica de Intaco	26
1.1.5	Objetivos	28
1.1.5.1	Objetivo general	28
1.1.5.2	Objetivos específicos	28
1.1.6	Variables e indicadores	29
1.1.7	Mecánica Operativa	31
1.1.7.1	Análisis externo	31
1.1.7.2	Macro Ambiente Pest	32
1.1.7.3	Microambiente (5 fuerzas de porter)	37
1.1.7.3.1	Análisis Interno	37

1.1.8	Identificación de la Población	39
1.1.9	Evaluación de la Información	39
1.1.9.1	Tabulación de la Información	39

## **CAPÍTULO II**

2	Marco Teórico	62
2.1	Historia de Evolución de la Construcción	62
2.2	Marketing	65
2.2.2	Variables Básicas del Marketing	65
2.2.3	Análisis de la Competencia	68
2.3	Marketing Mix o Mezcla del Marketing	69
2.3.1	Producto	69
2.3.1.1	Clasificación del Producto	69
2.3.1.2	Desarrollo de Nuevos Productos	71
2.3.1.3	Etapas del desarrollo de nuevos productos	71
2.3.1.4	Garantía del producto	71
2.3.2	Precio	72
2.3.2.1	Factores que influyen en la fijación del precio	72
2.3.3	Distribución	76
2.3.3.1	Canales de Distribución	76
2.3.4	Promoción	77
2.3.4.1	Desarrollo de Programas de promoción	77
2.3.4.2	Publicidad	77
2.3.4.3	Promoción y Ventas	79
2.3.4.4	Relaciones Públicas	80
2.3.4.5	Ventas Personales	80
2.3.4.6	Marketing Directo	80
2.3.4.6.1	Características y Ventajas del Marketing	82
2.3.4.6.1.1	Ventajas más representativas	

	del Marketing Directo	83
2.3.4.6.2	Desventajas del Marketing Directo	84
2.3.5	Desarrollo de mezcla de marketing	84
2.3.6	Plan de marketing	84
2.4	Planeación Estratégica	85
2.4.1	Plan Estratégico de Marketing	86
2.4.2	Ventajas de Planeación de Marketing	88
2.4.3	Contenido del Plan Estratégico de Posicionamiento	88
2.5	Posicionamiento	89
2.5.1	Pasos de una estrategia de posicionamiento	89
2.5.2	Estrategias de posicionamiento	89
2.6	Merchandising	90
2.6.1	Tipos de merchandising	91
2.6.2	Merchandising dirigido a facilitar que el producto se venda a si mismo frente al consumidor	91
3.7	Misión	93
3.8	Visión	94
 <b>CAPÍTULO III</b>		
2	Propuesta estratégica	95
3.1	Introducción a la propuesta	95
3.2	Justificación	95
3.3	Descripción y Alcance del Proyecto	96
3.4	Objetivo de la Propuesta	96
3.4.1.1	Objetivo Específico	96
3.5	Base Legal Intaco Ecuador S.A. División Ibarra	96
3.5.1	Nombre o Razón Social	96
3.5.1.2	Titularidad de la Propiedad de la Empresa	96



3.6	Estructura de la propuesta	97
3.6.1	Misión	97
3.6.2	Visión	97
3.6.3	Políticas	97
3.6.4	Objetivo estratégico del plan	98
3.6.5	Organización	98
3.6.6	Estrategias Empresariales	113
3.6.7	Presupuesto y Actividades	128
2.6.8	Cronograma Operativo	131
2.6.9	Reparto de Responsabilidades	133
3.6.10	Costo Beneficio	134
3.11	Metas a Alcanzarse	138

#### **CAPÍTULO IV**

4	Impactos	139
4.1	Impacto Comercial	141
4.2.	Impacto Social	142
4.3	Impacto Ético	143
4.4	Impacto Económico	144
4.5	Impacto Educativo	145
4.6	Impacto Ambiental	146
4.7	Impacto General	147
	CONCLUSIONES	148
	RECOMENDACIONES	149
	BIBLIOGRAFÍA	150
	LINCOGRAFÍA	151
	ANEXOS	154

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>NÚMERO</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
Cuadro N.1	Situación Geográfica de Ibarra	23
Cuadro N.2	Situación Demográfica de Ibarra	23
Cuadro N.3	Matriz de Relación Diagnóstica	30
Cuadro N.4	Matriz Pest	32
Cuadro N.5	Tabulación Encuesta Pregunta 1	40
Cuadro N.6	Tabulación Encuesta Pregunta 2	41
Cuadro N.7	Tabulación Encuesta Pregunta 3	42
Cuadro N.8	Tabulación Encuesta Pregunta 4	43
Cuadro N.9	Tabulación Encuesta Pregunta 5	44
Cuadro N.10	Tabulación Encuesta Pregunta 6	45
Cuadro N.11	Tabulación Encuesta Pregunta 7	46
Cuadro N.12	Tabulación Encuesta Pregunta 8	47
Cuadro N.13	Tabulación Encuesta Pregunta 8	48
Cuadro N.14	Tabulación Encuesta Pregunta 8	49
Cuadro N.15	Tabulación Encuesta Pregunta 8	50
Cuadro N.16	Tabulación Encuesta Pregunta 9	51
Cuadro N.17	Análisis de la Competencia	52
Cuadro N.18	Matriz FODA Diagnóstico	52
Cuadro N.19	Antigüedad Laboral	54
Cuadro N.20	Integración, coordinación y comunicación	55
Cuadro N.21	Toma de decisiones	56
Cuadro N.22	Posición de la empresa	57
Cuadro N.23	Matriz FODA Entrevista y Encuesta	58
Cuadro N.24	Síntesis FODA	59
Cuadro N.25	Ruteo Intaco	121
Cuadro N. 26:	Desarrollo de la integración de	

Impulsadores-Promotores.	126
Cuadro N. 27 Matriz de Plan de Medios Publicitario y Promocionales Año 1	128
Cuadro N.28: Plan de Medios Publicitarios y Promocionales Año 2	129
Cuadro N.29: Plan de Medios Publicitarios y Promocionales Año 3	130
Cuadro N.30: Cronograma anual Año 1	131
Cuadro N.31: Cronograma anual Año 2	132
Cuadro N. 32: Reparto de Responsabilidades	133
Cuadro N. 33: Matriz Costo Beneficio	134
Cuadro N.34: Presupuesto de ventas	135
Cuadro N. 35: Comportamiento de las Ventas Año 2011	136
Cuadro N. 36: Proyección Ventas 2012	137
Cuadro N.37 Matriz de Valoración	139
Cuadro N.38 Índice de Criterios	140
Cuadro N.39 Impacto Comercial	141
Cuadro N. 40 Impacto Social	142
Cuadro N.41 Impacto Ético	143
Cuadro N.42 Impacto Económico	144
Cuadro N.43 Impacto Educativo	145
Cuadro N.44 Impacto Ambiental	146
Cuadro N.45 Impacto General	147

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

NÚMERO	CONTENIDO	PÁG.
Gráfico N.1	Mapa del Cantón Ibarra	22
Gráfico N.2	Vista panorámica de la ciudad de Ibarra	25
Gráfico N.3	Tabulación Encuesta Pregunta 1	40

Gráfico N.4	Tabulación Encuesta Pregunta 2	41
Gráfico N.5	Tabulación Encuesta Pregunta 3	42
Gráfico N.6	Tabulación Encuesta Pregunta 4	43
Gráfico N.7	Tabulación Encuesta Pregunta 5	44
Gráfico N.8	Tabulación Encuesta Pregunta 6	45
Gráfico N.9	Tabulación Encuesta Pregunta 7	46
Gráfico N.10	Tabulación Encuesta Pregunta 8	47
Gráfico N.11	Tabulación Encuesta Pregunta 8	48
Gráfico N.12	Tabulación Pregunta 8	49
Gráfico N.13	Tabulación Encuesta Pregunta 8	50
Gráfico N.14	Tabulación Encuesta Pregunta 9	51
Gráfico N.15	Antigüedad Laboral	54
Gráfico N.16	Integración, coordinación y comunicación	55
Gráfico N.17	Toma de decisiones	56
Gráfico N.18	Posición de la empresa	57
Gráfico N.19	Organigrama Estructural	99
Gráfico N.20	Implementación de línea 1800INTACO	113
Gráfico N. 21	Flujograma Línea 1800 INTACO	115
Gráfico N. 22	Herramientas Tecnológicas	116
Gráfico N.23	Flujograma sistema de usuario cliente Intaco	117
Gráfico N.24	Bolígrafos promocionales	119
Gráfico N. 25	Jarro Térmico	119
Gráfico N.26	Fichas Técnica	120
Gráfico N. 27	Dispositivo de Almacenamiento Masivo	123
Gráfico N. 28	Vidrio grabado	123
Gráfico N.29	Facebook	124