



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LAS VENTAS DE LA
EMPRESA CONFECCIONES JHINO'S EN LA PROVINCIA DE
IMBABURA**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del grado de Magíster en
Administración de Negocios.**

Autor: Esteban Marcelo Placencia

Tutora: Margarita Clerque

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutora del Trabajo de Grado, presentado por el señor Estaban Marcelo Placencia Enríquez, para optar por el grado de Magíster en Administración de Negocios, doy fe, de que dicho trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 19 días del mes de octubre de 2009.

Margarita Clerque

C.C. 100142186-4

**PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA
CONFECCIONES JHINO´S EN LA PROVINCIA DE IMBABURA**

Por. Esteban Marcelo Placencia

Trabajo de grado de Maestría aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte,
por el siguiente Jurado, a los 27 días del mes de enero de 2010.

Dr. Mario Montenegro.
C. C. 050081803-4

Ec. Estuardo Ayala.
C. C. 040046798-1

Dr. Eduardo Lara
C. C. 100074831-7

DEDICATORIA

A los seres que más amo en este mundo: Mi esposa, Nelita y mis hijos, Emily y Marcelito, por ser la fuente de mi inspiración y motivación para superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

Marcelo

AGRADECIMIENTO

A **Dios**, por estar conmigo en cada paso que doy, al Instituto de Postgrado de la Universidad Técnica del Norte y a su cuerpo colegiado por haberme brindado la oportunidad de formarme en sus aulas y en especial a mi Directora de Tesis.

A Confecciones Jhino's empresa que me ha visto formarme profesionalmente y abrirme las puertas para realizar éste trabajo.

El Autor.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Págs.
Portada.	i
Aprobación Tutor.	ii
Aprobación del Jurado Examinador.	iii
Dedicatoria.	iv
Agradecimiento.	v
Índice General.	vi
Lista de gráficos.	ix
Resumen.	xi
Summary.	xii

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1	Reseña histórica.	13
1.2	Antecedentes.	16
1.3	Objetivos.	18
1.4	Preguntas de investigación.	19
1.5	Justificación.	19
1.6	Viabilidad.	20

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1	Definición de demanda.	22
2.2	Análisis estructural de la demanda.	23
2.3	Definición de mercado.	24
2.4	Ventas.	27
2.5	Marketing.	29
2.6	Plan de marketing.	32
2.7	Segmentación y posicionamiento.	44
2.8	La empresa.	45
2.9	Análisis FODA.	46
2.10	La Planificación.	49
2.11	Artesanía textil.	52

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

3.1	Tipo de investigación.	56
3.2	Diseño de investigación.	56
3.3	Población muestra.	56
3.4	Determinación de la muestra.	57
3.5	Procedimiento seguido en la recopilación de la información.	58
3.6	Métodos.....	59
3.7	Variables.	60
3.8	Proceso investigativo del problema.	64
3.9	Proceso de construcción de la solución.	64

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

4.1	Detalle de la recopilación de resultados.	65
4.2	Análisis e interpretación de resultados dirigido a los Jefes Departamentales.	66
4.3	Análisis e interpretación de resultados dirigido a los trabajadores.	73
4.4	Análisis e interpretación de resultados dirigido a los clientes.	80
4.5	Análisis FODA de Confecciones Jhino's.	87
4.6	Discusión de los resultados.	89
4.7	Contrastación de los resultados con las preguntas de investigación. ...	93

CAPÍTULO V. SOLUCIÓN PERTINENTE Y VIABLE DEL PROBLEMA.

5.1	Presentación de la propuesta.	95
5.2	Antecedentes de la propuesta.	95
5.3	Objetivos de la propuesta.	96
5.4	Fundamento teórico.	97
5.5	Beneficiarios.	97
5.6	Diseño técnico de la propuesta.	98
5.6.1	Misión.	98
5.6.2	Visión.	98
5.6.3	Objetivos empresariales.	98
5.6.4	Valores institucionales.	99
5.6.5	Mercado de Confecciones Jhino's.	100

5.6.6 Estrategias de crecimiento.	100
5.6.7 Tipos de productos o servicios.	105
5.6.8 Marca.	114
5.6.9 Logotipo.	114
5.6.10 Estrategias de marca.	115
5.6.11 Estrategias de promoción.	115
5.6.12 Material pop.	117
5.6.13 Reproducciones.	119
5.6.14 Material impreso.	120
5.6.15 Gigantografías.	122
5.6.16 Publicidad y medios de comunicación.	123
5.7 Plan de implementación de la propuesta.	126
5.8 Impactos de la propuesta.	130
5.9 Validación de la propuesta.	136
5.10 Contrastación de los resultados con las preguntas de investigación. ...	137
CONCLUSIONES.	139
RECOMENDACIONES.	141
BIBLIOGRAFÍA.....	143
ANEXOS.	153

LISTA DE GRÁFICOS

CONTENIDO	Págs.
Estrategias para obtener nuevos clientes.	66
Resultados de la aplicación de estrategias.	67
Estrategias en la retroalimentación de compra.	67
Ciclo de vida de los interiores.	68
Ciclo de vida de los exteriores.	68
Rentabilidad de los uniformes.	69
Infraestructura instalada.	69
Aplicación del merchandising.	70
Canales de distribución.	70
Planes de venta.	71
Aplicación de los planes de venta.	71
Estrategias de servicio al cliente.	72
Resultado de las estrategias de servicio al cliente.	72
Misión de la empresa.	73
Difusión de la misión.	73
Visión institucional.	74
Difusión de la visión.	74
Objetivos empresariales.	75
Difusión de los objetivos empresariales.	75
Valores institucionales.	76
Difusión de los valores institucionales.	76
Resultados de la aplicación de estrategias.	77
Ciclo de vida de los interiores.	77
Ciclo de vida de los exteriores.	78
Rentabilidad de los uniformes.	78
Infraestructura instalada.	79
Canales de distribución.	79
Resultado de las estrategias de servicio al cliente.	80
Precios de los uniformes.	80
Precios con relación a la competencia.	81
Satisfacción de los diseños de los uniformes.	81
Inconformidad en los diseños.	82

Frecuencia en la confección de uniformes deportivos.	82
Cambio de fabricante.	83
Materia prima utilizada en los uniformes deportivos.	83
Calidad de la materia prima en relación a la competencia.	84
Marca Gioco.	84
Marca Gioco en el ámbito deportivo.	85
Uniformes más confeccionados en Jhino´s.	85
Inconformidad en la confección de uniformes.	86
Visitas a los sitios de trabajo.	86
Página WEB de Jhino´s.	87
Proceso de producción de uniformes sublimados.	106
Proceso de corte.	107
Proceso de diseño.	108
Proceso de revelado.	109
Proceso de estampado.	110
Proceso de sublimado.	111
Proceso de confección.	112
Proceso de acabados.	113
Logotipo Gioco.	114
Sticker Gioco.	115
Promoción por temporada.	116
Etiquetas de Confecciones Jhino´s.	117
Uniformes de fútbol.	117
Uniformes de básquet.	118
Uniformes de ciclismo.	118
Calendario.	119
Tríptico de Confecciones Jhino´s.	120
Papelería.	121
Tarjetas de presentación.	121
Rótulo de la empresa.	122
Vallas publicitarias.	122
Publirreportaje de Confecciones Jhino´s.	124
Página WEB de Confecciones Jhino´s.	126

**PLAN DE MARKETING PARA MEJORAR LAS VENTAS DE LA EMPRESA
CONFECCIONES JHINO´S EN LA PROVINCIA DE IMBABURA**

Autor: Esteban Marcelo Placencia Enríquez

Tutora: Margarita Clerque. Msc.

Año: 2009

RESUMEN

Este trabajo de investigación consiste en dar a conocer la problemática por la que atraviesa Confecciones Jhino´s, durante los meses de noviembre, diciembre del año que fenece y los meses de enero y febrero de cada año que comienza, donde la fábrica se ve obligada a realizar artificios administrativos y financieros dentro del periodo económico de los distintos años, para poder producir durante este tiempo considerado por los empresarios como críticos, y dar solución a este problema se ha propuesto la implementación de un plan de marketing, para llegar a la propuesta se consideró los siguientes aspectos, se comienza informando el problema de investigación con una breve reseña histórica de la fábrica, continúa sustentando las bases teóricas en los que se fundamenta el marketing, luego hace referencia a la metodología que se utilizó en la investigación. Más adelante se realiza un análisis e interpretación de los resultados fruto de una encuesta realizada a los accionistas, jefes departamentales, trabajadores y clientes, de donde se pudo analizar a fondo sobre la situación actual de la empresa y saber lo que los clientes piensan acerca de los productos confeccionados en Jhino´s, se realizó un FODA misma que permitió conocer como se encuentra actualmente la fábrica, para finalmente presentar la propuesta contenida básicamente en un plan estratégico para pequeñas empresas, plantear estrategias mercadológicas de promoción y ventas, un plan de costos y los impactos que ocasiona el plan propuesto. Con la implementación de este plan de marketing se espera mejorar la demanda de la empresa y por ende aumentar los réditos económicos a sus accionistas, lograr crear la necesidad de utilizar los uniformes sublimados en los deportistas de las diferentes disciplinas, posicionar la marca Gioco en la mente de los consumidores y así dar solución en gran medida a esta problemática que por varios años ha ocasionado dificultades en la administración de la institución.

MARKETING PLAN TO IMPROVE THE SALES OF JHINO'S CLOTHING COMPANY IN THE PROVINCE OF IMBABURA.

Author: Esteban Marcelo Placencia Enríquez

Tutor: Margarita Clerque. Msc.

Year: 2009

SUMMARY.

This investigation is about the problems that Jhino's Clothing Company has faced for some years during the months of November, December, January and February when the company is required to carry out administrative and financial tasks within each financial year, thus affecting the production at a time that is considered crucial by the managers. In order to resolve this problem the implementation of a marketing plan has been proposed. To decide upon the proposals the following were taken into account: identifying the problem to be investigated; a brief historic account of the company; marketing theories; the methodology to be used in the investigation; the analysis and interpretation of the results of a survey carried out on the investigation; the analysis and interpretation of the results of a survey carried out on the shareholders, departmental managers, employees and clients thinks (this gave a deeper insight into the current state of the company and what the clients think about the clothing manufactured in Jhino's); and a SWOT analysis (this showed the positioning of the company). The final proposal that is presented consists of a strategic plan for a small business, marketing strategies for promotion and sales, a costing plan and the impacts that the proposed plan cause. With the implementation of this marketing plan it is hoped to improve the sales of the company and therefore increase the economic yields for the shareholders, create the need to use sublimated uniforms for sportspersons from different disciplines and increase consumer awareness of the brand name "Gioco". This would resolve, to a large extent, the problems that have caused difficulties over the last number of years in the administration of the company.