

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de grado elaborado con el título “Plan estratégico de marketing para la captación y búsqueda de recursos para la Junta Provincial de la Cruz Roja de Imbabura, que permita impulsar proyectos institucionales”, cuyo propósito es el de formular estrategias las cuales estén encaminadas a buscar nuevas formas de financiamiento, que permita a la Institución promover proyectos de beneficio social y ayuda humanitaria, para el desarrollo de este trabajo se inicia con un Diagnostico Interno y externo con técnicas diseñadas y siguiendo un esquema estandarizado, la fuente primaria se la obtuvo por el método de observación directa y se verifico el estado actual de la organización. Se empleó una entrevista, la misma que fue realizada al presidente y administradora de la Institución, también se aplicaron encuestas externas aprovechando el cuestionario del estudio de mercado permitiendo establecer la problemática, se las aplicó a los diferentes gerentes de las grandes y medianas empresas tomadas al azar en toda la Provincia de Imbabura, manifestando la necesidad de la formulación de una planificación estratégica de marketing. El desarrollo del segundo capítulo detalla el análisis del mercado en el que se desenvuelve la Institución, mediante las encuestas se determinó nuevas fuentes de financiamiento y la manera de acceder a las mismas. El tercer capítulo sustenta el análisis y síntesis de la información bibliográfica, apoyado en textos y lincografías, la misma que fortalece y avala la investigación. En el capítulo cuarto se realizó la respectiva propuesta que se planteó un vez realizado el análisis del mercado. En el quinto capítulo se analizaron los resultados que pueden darse al momento de aplicar la propuesta, en el cual se consideran los impactos social, económico, empresarial, educativo y ambiental. Finalmente y luego de estudiar el problema, se plantean algunas conclusiones y recomendaciones, las cuales quedan a consideración de los directivos de la institución para ser tomadas en cuenta y aplicarlas.

SUMMARY EXECUTIVE

The project of degree elaborated with the title " strategic plan of marketing for the capture and search of resources for the Provincial Meeting of Imbabura's Red Cross, which allows to stimulate institutional projects ", whose intention is of formulating strategies which are directed to look for new forms of financing, which allows the Institution to promote projects of social benefit and humanitarian help, for the development of this work begins with an Internal and external Diagnosis with designed technologies and following a standardized scheme, the primary source obtained it for the method of direct observation and I check the current condition of the organization. There was used an interview, the same one that was realized to the president and administrator of the Institution, also external surveys were applied taking advantage of the questionnaire of the market research allowing to establish the problematic, they were applied to the different managers of the big and medium companies taken at random in the whole Imbabura's Province, demonstrating the need of the formulation of a strategic planning of marketing. The development of the second chapter details the analysis of the market in which the Institution is unrolled, by means of the surveys there decided new sources of financing and the way of acceding to the same ones. The third chapter sustains the analysis and synthesis of the bibliographical information, supported on texts and lincografías, the same one that strengthens and supports the investigation. In the fourth chapter there was realized the respective offer that a realized one time appeared the analysis of the market. In the fifth chapter there were analyzed the results that can be given to the moment to apply the offer, in which they are considered to be the impacts socially, economically, managerial, educationally and environmental. Finally and after studying the problem, there appear some conclusions and recommendations, which stay to consideration of the executives of the institution to be taken in account and to apply them.