



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“PLAN DE MARKETING PARA ORIENTAR LA GESTIÓN
COMERCIAL DE LA EMPRESA “METAL MECÁNICA
OLMEDO EIRL, EN LA CIUDAD DE PIURA – 2013”.**

AUTOR:

Morales Kashimoto, Sueki

ASESOR

Bayona Espinoza Ricardo

Línea de Investigación:

Gestión para la Micro y Pequeña Empresa

PIURA- PERÚ

2013

JURADO

.....

Bayona Espinoza Ricardo

PRESIDENTE

.....

Flores Córdova Víctor

SECRETARIO

.....

Vílchez Madrid Nancy

VOCAL

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor, y **a mis padres**, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

AGRADECIMIENTO

La presente Tesis es un esfuerzo en el que, directa o indirectamente, participaron varias personas, leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad. Por ello empiezo agradeciendo a los docentes Bayona Espinoza, Ricardo y Flores Córdoba, Víctor, por haber confiado en mi persona, por la paciencia y por la dirección de este trabajo, a mi madre, padre y hermanos que me acompañaron en esta aventura que significó la tesis y que, de forma incondicional, entendieron mis ausencias y mis malos momentos. A mi madre, que a pesar de la distancia siempre estuvo atenta para saber cómo iba mi proceso, y desde un principio hasta el día de hoy sigue dándome ánimo para terminar este proceso y por último, pero no menos importante, también a mis queridos compañeros, que me apoyaron y me permitieron entrar en su vida durante estos casi cinco años de convivencia dentro y fuera del salón de clase, por todo lo que hicieron.

Gracias a todos.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Morales Kashimoto, Moises Sueki con DNI N° 46185681, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 19 de Agosto del 2013.

Moises Sueki Morales Kashimoto

PRESENTACIÓN

Señores miembros de Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “PLAN DE MARKETING PARA ORIENTAR LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA “METAL MECÁNICA OLMEDO EIRL, EN LA CIUDAD DE PIURA – 2013”, con la finalidad de mejorar el servicio, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional en administración de empresas

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Morales Kashimoto, Sueki

Autor

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. MARCO METODOLÓGICO.....	21
2.1. Variables	211
2.2. Operacionalización de variables	21
2.3. Metodología.....	222
2.4. Tipo de estudio.....	222
2.5. Diseño	222
2.6. Población, muestra y muestreo	233
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	244
2.8. Métodos de análisis de datos	244
III. RESULTADOS.....	255
3.1. Resultados de investigación:	255
3.1.1. Análisis interno:.....	255
3.1.2. Análisis de la capacidad directiva	266
3.1.2.1. Planeación	266
Tabla N° 1. Matriz de Observación de Planeación	266
Tabla N°2 Matriz de Observación de Organización	277
Tabla N° 3. Matriz de Observación de Dirección	288
Tabla N° 4. Matriz de Observación de Control.....	299
3.1.3. Análisis de infraestructura.....	30
3.1.3.1. Ubicación	30

Tabla N° 5. Matriz de Observación de Ubicación	30
Tabla N° 6. Matriz de Observación de Características del Local	311
Tabla N° 7. Matriz de Observación de Seguridad.....	322
3.1.4. Análisis de Recursos humanos	333
Tabla N° 8. Matriz de Observación de Número de Colaboradores.....	333
Tabla N° 9. Matriz de Observación de Compromiso	344
Tabla N° 10. Matriz de Observación de Preparación	355
Tabla N° 11. Matriz de Observación de Desempeño y Servicio.....	366
3.1.5. Análisis de capacidad Tecnológica.....	377
Tabla N° 12. Matriz de Observación de Innovación	378
Tabla N° 13. Matriz de Observación de Equipamiento	388
3.1.6. Análisis de la Capacidad financiera.....	399
3.1.7. Matriz E.F.I.	488
Tabla N° 14. Ponderado Matriz E.F.I.	488
3.2. Análisis del entorno	499
3.2.1 Análisis del entorno general	499
Tabla N° 15. Ponderado Análisis PEST	566
Tabla N° 16. Ponderado de proveedores.....	588
Tabla N° 17. Ponderado de Competencia	599
3.2.2. Matriz E.F.E.....	777
Tabla N° 30. Ponderado Matriz E.F.E.	777
4.2 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS INVESTIGACIÓN.....	833
4.3 Matriz F.O.D.A.....	855
4.4 Propuesta de Plan de Marketing.....	866
4.4.1 Estrategias de Marketing por seguir.....	877
4.4.1.1 Ampliar la participación en el mercado	877
Tabla N° 45. Segmentación del mercado.....	877
Posicionamiento.....	888
Mezcla del marketing	888
Plan de acción.....	922
Tabla N° 46. Cronograma de Actividades	922
4.4.2 Presupuesto y Financiamiento	933

Tabla N° 47. Presupuesto de capacitación.....	933
Tabla N° 48. Presupuesto de campañas.....	933
Tabla N° 49. Financiamiento de campañas.....	944
Tabla N° 50. Presupuesto de nueva maquinaria:.....	944
Tabla N° 51. Presupuesto de remodelación del local:	944
Tabla N° 52. Presupuesto Final	955
4.4.3 Razón Beneficio-Costo.....	955
ANEXO 1: ENCUESTA	100
ANEXO 2: ENTREVISTA.....	1033
ANEXO 3: EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD DIRECTIVA	1044
PLANEAMIENTO:.....	1044
ORGANIZACIÓN:	1055
DIRECCIÓN:.....	1077
CONTROL:	1099
ANEXO 4: GUÍAS DE OBSERVACIÓN: Capacidades internas	1111
INFRAESTRUCTURA:.....	1111
RECURSOS HUMANOS:.....	1143

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue elaborar un Plan de Marketing para orientar la gestión comercial de la empresa Metal Mecánica Olmedo EIRL, en la ciudad de Piura – 2013. Para ello, se realizó un análisis de la situación de la empresa, así como también se analizaron los factores externos que influyen a la misma; después, con los resultados se desarrolló un análisis F.O.D.A. Por último, se determinaron las estrategias que se utilizaron para desarrollar el plan de marketing.

Esta tesis se ha desarrollado utilizando métodos deductivos y de análisis debido a que la investigación tiene un diseño no experimental, ya que la información se recolectó tal y como está sin intervención del investigador y luego se siguió rigurosamente un proceso de acuerdo con los datos analizados. Las fuentes de información primaria fueron la entrevista, guías de observación y encuesta.

Esta investigación se limitó a recopilación de información en el período comprendido entre Septiembre 2012 – Junio 2013.

Palabras clave: Plan de marketing, estrategias.

ABSTRACT

The main objective of this research was to develop a Marketing Plan to guide the company's business management Metal Mechanics Olmedo EIRL, in the city of Piura. For this, we performed a review of the situation of the company, and also examined the factors that influence external to it; then, with the results, we developed a S.W.O.T. analysis. Finally, we determined the strategies used to develop the Marketing Plan.

This thesis has been developed using deductive methods of analysis and research since has a non-experimental design, because the information was collected as it is without the intervention of the researcher and the followed a process strictly according to the analyzed data. The primary information sources were interview, observations guides and survey.

This investigation was limited to information gathering in the period from september 2012 – June 2013.

Keywords: Marketing plan, strategy.