PROYECTO DE DESARROLLLO Y EJECUCION: PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING Y DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DE UNA DISTRIBUIDORA DE ALEGRO PC'S

Givanna Alexandra Figueroa Rodríguez [1] Martha Alejandra Olivo Olivo [2], Jorge Luis Miranda[3]

[1] Ingeniera Comercial y Empresarial con Mención en Marketing y Comercio Exterior 2005
[2] Ingeniera Comercial y Empresarial con Mención en Marketing y Comercio Exterior 2005
[3] Director de Tesis, Ingeniero Comercial

RESUMEN.

Las empresas de telecomunicaciones en nuestro país, están comenzando a desperezarse mediante procesos paulatinos, que ofrecen oportunidades florecientes a los consumidores. En éstas nos enfocaremos para nuestro plan estratégico.

Nosotras hemos concentrado nuestro trabajo en un plan de marketing estratégico, para que la distribuidora se posicione como una de las mejores en la ciudad con una excelente calidad de servicio, satisfaciendo todas las necesidades de nuestros clientes, con la mejor tecnología y alineada con las promociones de Alegro.

Para esto, hemos emprendido un análisis de mercado mediante encuestas de tipo personal, al norte y sur de la ciudad de Guayaquil. También realizamos Focus Groups. No sólo hemos centrado nuestro trabajo en la parte de marketing sino que también hemos revisado y analizado la estructura de la empresa como tal.

En nuestro proyecto hemos presentado el ambiente en el que se desarrolla la empresa a nivel económico, legal, económico, tecnológico y social. Además, realizamos el plan estratégico y el plan de marketing.

En nuestra tesis, mostramos los resultados de las encuestas y las acciones que tomaremos basándonos en los mismos. También realizamos el análisis financiero.

Además, concluimos nuestro trabajo con un análisis de impacto del proyecto, con lo cual aseguramos que, de ejecutarse el proyecto, será todo un éxito, ya que los resultados obtenidos en los análisis de mercado y financiero son muy favorables.

I. INTRODUCCIÒN

ALEGRO PCS, es la marca comercial de Telecomunicaciones Móviles del Ecuador TELECSA S.A., la nueva compañía de telefonía móvil, creada para prestar servicios de telecomunicaciones móviles avanzadas (SMA), definidos por la regularización de telecomunicaciones.

La operadora móvil ALEGRO espera revertir en dos años el cash flow (lo que queda en efectivo después de los gastos) negativo que registra la empresa, que comenzó a operar en diciembre de 2003.

Siendo así, el objetivo de este estudio es el siguiente: Establecer estrategias para una distribuidora de Alegro Pc's que den como resultados beneficios económicos para el inversionista y lograr un posicionamiento estratégico donde los objetivos del plan de marketing se cumplan, técnicamente fundamentado en un adecuado análisis de mercado, financiero y de fortalezas, oportunidades y amenazas.

II. CONTENIDO

Los sistemas de telefonía móvil celular se basan en un principio donde la zona de cobertura deseada se divide en zonas más pequeñas llamadas células, a las que se asigna un cierto número de radio canales, persiguiendo los siguientes objetivos:

- Gran capacidad de abonados.
- Calidad telefónica similar al servicio telefónico convencional

Servicios que Ofrece la Empresa
Integridad: Nos especializaremos en brindar un servicio serio que garantice que esta nueva distribuidora cumpla de la forma mas adecuada con los parámetros de calidad y servicio que exigen los clientes.
Innovación: Día a día implementaremos nuevas técnicas que junto con equipos sofisticados nos permitirán alcanzar mejores resultados en nuestro servicio.

Satisfacción del Cliente: La distribuidora contará con la filosofía de complacer a sus clientes en todos sus requerimientos.

Una vez presentado el motivo de estudio, a continuación se procederá a realizar el análisis de mercado que nos permitirá conocer las debilidades que se deben contrarrestar como paso previo a la definición de estrategias.

OBJETIVO GENERAL

Investigar, identificar y analizar las variables de mercado mas importantes para la definición de nuestro Plan de Marketing.

II. ANÁLISIS DE LA SITUACION DEL MERCADO

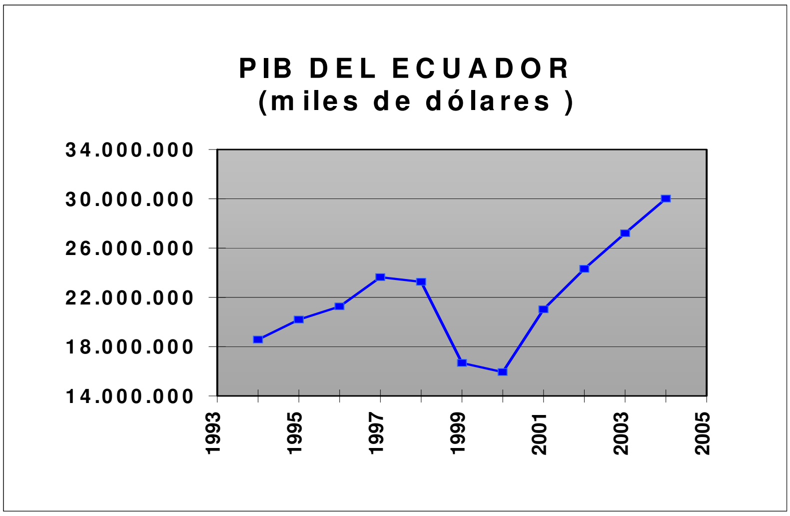
AMBIENTE SOCIO-CULTURAL

El avance de las telecomunicaciones han producido un cambio cultural en la trasmisión de las comunicaciones y formas de comercialización tal es el caso de internet, el e-comerce, la telefonía móvil, etc.

En nuestro país el segmento de Internet y la transmisión de datos empieza a desperezarse ofreciendo una buena oportunidad de negocio para las empresas proveedoras de este tipo de servicio

AMBIENTE ECONÒMICO

Hemos incluido la revisión del PIB desde el año 1993 y las variaciones de la inflación en los últimos años.



Inflación:
Reducción de la inflación
22,44% en 2001
9,36% en 2002.
6,07% en 2003.

Hasta junio del 2004, la inflación anual llegó a 2.87% (INEC)
Futuras Aspiraciones Inflación
2%, 2005 en adelante.

AMBIENTE POLÍTICO Y LEGAL.

El entorno político y legal influye considerable en las decisiones de marketing. Este entorno consiste en leyes dependencias de gobierno y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos y los limitan. Las leyes en materia de negocio tienen los propósitos principales en:

Proteger a las empresas contra la competencia desleal

Proteger a los consumidores contra las prácticas de negocios desleales.

Proteger los intereses de la sociedad contra una conducta irrestricta por parte de los negocios.

Desregulación en el mercado de la telecomunicaciones, aunque no alcanza a los sectores cooperativos que explotaban anteriormente el servicio telefónico.

IV. PLANEACION ESTRATEGICA DEL NEGOCIO

MISION

Posesionar a IMC Celular como una distribuidora estratégica dentro de comunidad guayaquileña, en la administración de comunicación e información apoyándonos en profesionales altamente especializados en cada uno de los segmentos que nos compete. En constante búsqueda de la excelencia a través de la investigación científico – técnica y la consecución de logros con ética profesional, contribuyendo así al desarrollo de ALEGRO

VISION

Cada empresa debe tener una visión si quieren llegar a un lugar y ser capaz de saber cuando han llegado a este sitio. Una visión clara es lo más importante para una independiente organización, en la cual los líderes esperan que el personal participe en el proceso de crear visión

Ser líder en el mercado guayaquileño a través de la excelencia e integridad de sus servicios y contribuir así al mejoramiento de la imagen

OBJETIVOS

- Desarrollar promociones adecuadas a cada una de las necesidades de los diferentes tipos de clientes según sea su característica, y poder mantener un margen de ventas superior al promedio de ventas de la competencia.

- Lograr un mayor mercado con un 3%-4%, aprovechándonos de las fallas que ha dejado la competencia (desarrollando productos, promociones a medida de las necesidades del usuario, aprovechando entre otros elementos la imagen y experiencia de ALEGRO)
- Elaborar distintos escenarios para desarrollar planes alternativos en el tiempo según los resultados.
- Asegurar una masa critica de clientes a través de la presentación de servicios eficientes
- Trabajar y desarrollar políticas de calidad para todos los proveedores de insumos y materiales (JIT Justo a tiempo, manejo de Stock, etc.)

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

Personal capacitado para el asesoramiento a los clientes
Ubicación estratégica de la distribuidora
Los servicios que presta son económicos
Tener publicidad informativa y de conocimiento

OPORTUNIDADES

La demanda creciente de mercado en cuanto a telefonía móvil
Aprovechar las fallas que deja la competencia en el mercado

DEBILIDADES:
Ser distribuidora de una empresa nueva en el mercado
La existencia en el mercado de otras distribuidoras de telefonía móvil

AMENAZAS :

El reconocimiento que tienen ciertas empresas reflejado por su acelerado crecimiento

La continua oferta que tiene las empresas en busca de ganar demanda de los clientes
Problemas externos no controlables: como la inflación, inestabilidad política y económica, entre otros
Entrada de nuevas empresas al mercado

OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING
En nuestro plan de marketing, hemos establecido los siguientes puntos que creemos que serían los más importantes a implementarse en la empresa:

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

Dar a conocer por lo menos a un 25% de los habitantes de la ciudad de Guayaquillos beneficios de los servicios que ofrece la distribuidora de Alegro Pc´s en un periodo de 1 año.

Definir y explicar como funcionan los servicios de la distribuidora

Contar con todos los recursos necesarios(humanos , técnicos y financieros de tal manera que se pueda cumplir a cabalidad las exigencias del cliente.

Tener incrementos constantes en ventas

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

Generar la lealtad de los clientes gracias a la calidad de servicio brindado.

MEZCLA PROMOCIONAL se conoce como mezcla promocional al conjunto de medios utilizados para llegar a todo el público.

PUBLICIDAD.- En el desarrollo de este proyecto se decidío dar tarjetas de presentación, volantes.
Entregaremos las volantes en la Av. Principal de la Alborada

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de mercado tenemos un mercado potencial del 57% del total de la población encuestada de los cuales tan solo el 4% tiene un conocimiento de los servicios de Alegro puesto que ya son usuarios. La falta de conocimiento de parte de la población y potenciales usuarios, tiene un efecto en el bajo nivel de usuarios al servicio de Alegro. Ante esta situación, es necesario realizar una campaña publicitaria enfocada básicamente en televisión; ya que los resultados de las encuestas demuestran que este medio es uno de los mas efectivos en el momento de dar a conocer un nuevo producto. Las otras acciones estratégicas propuestas, como son las de participar en ferias, y programar visitas a las diferentes instituciones educativas, financieras de la ciudad, definitivamente constituirán herramientas importantes al momento de captar mercado.

Este negocio a pesar de tener mucha acogida en el mercado es un negocio muy complejo que requiere mucho control tanto en la parte operativa como administrativa, motivo por el cual algunos emprendedores que han querido formar parte de este mercado se han visto obligados a salir del mismo, por lo que se recomienda modernizar los sistemas de administración, con sistemas de computación modernos para el control administrativo y operacional.

La distribuidora contara con el recurso humano, tecnológico, económico y de capital por medio del cual se puede implantar en el plan de marketing propuesto.

Realizado los análisis financieros se puede determinar que el proyecto es factible, por lo que se recomienda su realización en el mercado.

El estudio de mercado nos oriento a diseñar un plan de mercadotecnia acorde con la realidad de la demanda y la oferta del mercado. Se determino que tiene una oferta muy competitiva. De allì, que es muy importante captar a usuarios, para poder ofrecer un servicio a un costo promedio y atractivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

[1] Figueroa G, Olivo M,. “PROYECTO DE DESARROLLO Y EJECUCIÓN : Plan Estratégico de Marketing y de Comercialización para el posicionamiento de una DISTRIBUIDORA DE ALEGRO PC’S ”, Año 2005.

ABSTRACT

Telecommunication companies in our country, are beginning to stretch out, by means of gradual processes, wich offer flourishing opportunities to the consumers. In these ones we will focus our strategic plan.

We have concentrated our work in a plan of strategic marketing, so that the distributor could position itself like one of the best ones in town, with an excellent quality on service, satisfying all the necessities of our customers, and aligned with the best technology and with the Alegro promotions.

For this, we have undertaken an analysis of market by means of personal surveys, made at the north and south areas of Guayaquil city. Also we made Focus Groups. We have not only centered our work in the marketing issue, but also we have reviewed and analyzed the structure of the company as a whole.

In our project we have displayed the atmosphere in which the company is developing, from the economic, legal, technological and social point of view. In addition, we made the strategic plan and the marketing plan.

In our thesis, we show the results of the surveys and the actions that we will take based on them. We alse made the Financial Analysis.

In addition, we concluded our work with an impact analysis of the project, with which we assure that, if the project is execute, it will be a success, since the results obtained in the market share and financial analyses are very favorable.