ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas

"PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CATEGORÍA DE CEPILLOS DENTALES A BATERÍA. CASO ORAL B, COMPAÑÍA PROCTER & GAMBLE"

PROYECTO DE GRADO
Previo a la obtención del Título de:
INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN COMERCIO EXTERIOR Y MARKETING

Presentado por

ANDRÉS BLUM TAMAYO
LUIS MORALES BAQUERIZO

Guayaquil - Ecuador

2006

Dedico este trabajo a quienes desde el comienzo de mi vida Universitaria estuvieron pendientes de mi desarrollo y me brindaron su apoyo.
Primero a Dios ya que me permitió estudiar y trabajar a la vez y por haberme dado más fuerza y energía en mi último semestre para empezar la tesis, trabajo del cual estoy muy orgulloso.
A mi familia, Adolfo, Patricia, Andrea, María Gabriela y María José, por su participación diaria y la preocupación en que el trabajo sea realizado a tiempo. En especial a mis padres por sus constantes palabras de aliento y por la sana presión que ejercieron en mí.
A mi enamorada Adriana Leonhardt, primero por ser mi amiga, y aparte por ser esa consejera que toda persona necesita en su vida.
Y por último a mi hermano Jorge Orellana ya que nunca olvidaré las palabras que en algún momento me dijo... "Estoy muy orgulloso de ti y de que continúes en la ESPOL"
Para todos ustedes es esto, los amo.

Andrés Blum Tamayo

A mi papá, Lucho, el hombre más valiente que conozco.
A mi mamá, Margarita, la mujer más fuerte que existe.
A mis hermanas Margarita, Mao y Gabriela, el grupo más extraordinario de mujeres que puede haber.

Luis Morales Baquerizo

Este agradecimiento no es solo para las personas que estuvieron a mi lado durante este proyecto sino a todas esas personas que me apoyaron y ayudaron durante toda mi carrera, espero no olvidar algún nombre y en caso de ser así pido disculpas por anticipado y hacerles saber que mi gratitud con todos es eterna e infinita.

Primero Dios por estar siempre conmigo y aún más cuando mediante oraciones necesitaba una ayuda extra por parte de Él, no me ha fallado.

A mis padres, Adolfo Blum y Patricia Tamayo, ya que sin ellos nada de esto se hubiera conseguido, éste es el resultado de todos sus esfuerzos y sacrificios, los amo. A mis hermanas Coco, Pucho y Tete que estuvieron presentes en los buenos y malos momentos. De igual manera a mi tío Johnny y mi tía Pita que de un problema encontraron una solución. A la familia Tamayo Durango que es como mi segunda familia.

Al IECE que me abrió las puertas y me permitió ser uno de sus beneficiados los 2 últimos años de mi carrera.

Al amor de mi vida, Adriana, que a pesar de que nos conocimos cuando estaba por salir de la Universidad es como si hubiera estado a mi lado toda la vida. A los amigos que estuvieron presente y que conocí en esta etapa de mi vida: Gisela Arenas, Sulma Hidalgo, Johanna Centeno, Jennifer Guerrero, María Fernanda Salas, Lulu González, Andrea Quimí, Alejandro Peña, Gonzalo García-Sarda, Danilo Álvarez, Jorge Álava y Luis Morales quien además resultó ser un excelente compañero de tesis.

A mis hermanos Jorge Orellana y Marcos Pérez por ser ese apoyo incondicional no solo durante la Universidad sino durante toda mi vida.

A todas las personas de COLGATE PALMOLIVE por la apertura que tuvieron conmigo y por ayudarme a encontrar el balance entre el estudio y el trabajo.

A la familia Leonhardt Arcos por el interés mostrado en la culminación de mi carrera.

Un agradecimiento especial a Erik Lilliegren por el trabajo profesional en los diseños gráficos de este proyecto.

Al mejor Director de Tesis que alguien puede tener, el Econ. Hugo García. Y finalmente la Escuela Superior Politécnica del Litoral y sus profesores por todas sus enseñanzas, como estudiante de esta entidad continuaré dejando en alto su nombre.

A todos ustedes muchísimas gracias, tienen un lugar muy especial en mi corazón.

Andrés Blum Tamayo

Mi agradecimiento especial a Dios, por permitirme estar donde me encuentro.

A mi familia, única. Mis papás, pilares de formación. Mis hermanas, de cada una de ellas con sus diferentes personalidades he aprendido a lo largo de toda mi vida.

Al Econ. Hugo García por su guía durante la realización de este proyecto.

A los profesores que compartieron sus conocimientos conmigo durante estos años de estudios.

A Erik por su ayuda en la elaboración del material publicitario presentado en este proyecto.

A mis amigos Federico, Carlos, Santiago, Guido y Jaime, aunque la vida nos lleve por diferentes caminos, sé que podré contar con ellos cuando lo necesite.

A mis amigas de la universidad María Fernanda y Lulú. A Andrés, mi compañero de tesis y amigo. Hasta que por fin!

En especial a Jennifer, amiga incondicional, compañera, consejera y por sobre todo presente en momentos difíciles.

Y a todas las personas que directa o indirectamente tuvieron algo que ver con la realización de este proyecto.

Luis Morales Baquerizo

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Ing. Oscar Mendoza Macías
Decano de la Facultad de
Ciencias Humanísticas y Económicas

Econ. Hugo García Poveda
DIRECTOR DEL PROYECTO

Ing. Constantino Tobalina
VOCAL PRINCIPAL

Ing. Luis Miranda
VOCAL PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral".

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

Andrés Blum Tamayo

Luis Morales Baquerizo

RESUMEN

Procter & Gamble, compañía que recientemente adquirió Gillette y las marcas que ésta comercializaba se encuentra en la necesidad de ampliar su gama de productos para hacerle frente a la competencia.

La tendencia en el mundo actual es el cuidado personal, tanto de la apariencia física como de la salud interna por lo que la innovación en la categoría de cepillos dentales se dirige por los cepillos dentales a batería. En el caso de Procter & Gamble, los cepillos Oral B.

Los objetivos del proyecto son crear un producto innovador, que cumpla con las demandas de los consumidores y que logre posicionar a la marca Oral B sobre la competencia, ya que ésta tiene un muy buen posicionamiento.

Se elaborará un plan de mercadeo adecuado para la introducción del producto al mercado, el cual se basará en la consecución de los objetivos planteados, mediante la utilización de todos los recursos que se encuentren disponibles incluyendo el factor humano y el desarrollo de todo su potencial así como también el del mercado.

Se desarrollaron las siguientes estrategias que conllevan al cumplimiento de los objetivos establecidos dentro del proyecto:

- Alianza estratégica con los canales de distribución
- Plan publicitario a largo plazo
- Diferenciación de producto

Se realizará una inversión publicitaria considerable para ingresar al mercado por motivo de lanzamiento del producto y se mantendrá una publicidad constante durante los siguientes años en plazas estratégicas. Se considera de gran efectividad los medios alternativos que servirán de apoyo a los medios tradicionales que tienen resultados ya comprobados.

El análisis financiero fue elaborado tomando información de ventas de la competencia en la misma línea de producto, considerando proyecciones futuras de crecimiento en ventas y gasto publicitario proyectado. Especial consideración se tuvo con el presupuesto publicitario y su impacto en las utilidades de la empresa. Se realizaron también análisis de escenarios, para comprobar que aún en un escenario desfavorable, a largo plazo los resultados en las utilidades son positivos.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO V

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO 3:
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 3:
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

CAPÍTULO 4:
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADEO

CAPÍTULO 5:
ESTUDIO FINANCIERO

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 19
Material publicitario – Valla publicitaria

Anexo 20
Material publicitario – Sit & Watch

Anexo 21
Pauta televisiva

Anexo 22
Presupuesto – Revista

Anexo 23
Presupuesto – Televisión

Anexo 24
Presupuesto – Diarios

Anexo 25
Presupuesto – Vía pública

Anexos 26-27
Presupuesto – Medios alternativos

Anexo 28
Mercado total

Anexo 29
Mercado tradicional

Anexo 30
Mercado autoservicios

Anexo 31
Mercado farmacias

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

- Kinnear Thomas y Taylor James, Investigación de Mercados, Quinta edición, Mc. Graw Hill, Colombia 1998.

- Lambin Jean-Jacques, Marketing Estratégico, Tercera edición, Mc. Graw Hill, Madrid, 1995.

- Kotler Philip y Armstrong Gary, Marketing, Prentice Hall, México, 2001.

- Russell Thomas J. y Ronald Lane W., Kleppner Publicidad, Decimocuarta edición, Prentice Hall, México, 2001.

- Sapag Chain Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta edición, Mc. Graw Hill, México 2003.

- IPSA Group Latinamerica

- Páginas de Internet: www.odontomarketing.com

  www.marketing-xxi.com

  http://iris.cnice.mecd.es