

UNIVERSIDAD ESAN



**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO Y OPERATIVO DE
MARKETING PARA LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN
DE LA LIBERTAD”**

Lenny Carbonel Namay

Fanny Fiestas Calderón

Alix Lu Chau

Maestría en: Magíster en Dirección de Marketing y Ventas
Título de la tesis: **Propuesta de diseño de un plan estratégico de marketing para la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad**
Autor(es): Lenny Carbonel Namay
Fanny Fiestas Calderón
Alix Lu Chau

RESUMEN:

La Cámara de Comercio y Producción de La Libertad (CCPLL) es una importante institución representativa del conjunto de empresarios de la región, cuya problemática está vinculada a su posicionamiento, estabilidad de ingresos y su capacidad de afiliación y cercanía a los empresarios liberteños. La presente tesis propuso concretar los siguientes objetivos:

- Conocer el entorno económico, político, social y cultural en el que se enmarca las actividades de la CCPLL
- Identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de la CCPLL frente a la situación actual.
- Realizar una investigación de mercado utilizando instrumentos tanto cuantitativos como cualitativos.
- Elaborar la propuesta de marketing en base a los datos del entorno, FODA y la investigación de mercado.
- Evaluar la factibilidad económica-financiera del proyecto de marketing propuesto.

Para poder realizar todas estas indagaciones se recurrió al análisis documental-bibliográfico que dio el marco conceptual necesario para la recolección de datos. Los resultados de esta fase del estudio en base a los objetivos trazados son los siguientes:

- El entorno económico mundial todavía es incierto y a nivel nacional y regional varios sectores económicos están desacelerando sus exportaciones. Sin embargo, aún la economía se mantiene estable. El nuevo gobierno tiene propuestas alentadoras como la simplificación tributaria y la estabilidad política para las inversiones. Los demás entornos presentan indicadores variados.
- Como oportunidades la CCPLL tiene un mayor apoyo del nuevo gobierno a la formalización y desarrollo de los emprendedores, entre otros. Como amenaza principal tenemos la desaceleración económica. Entre las fortalezas la CCPLL cuenta con reconocimiento como organismo representativo e influyente entre los empresarios de la región. No obstante, solo ha podido afiliar al 20% de su mercado efectivo. Su principal debilidad es ser percibida como una institución solo de las grandes empresas.
- El análisis económico de la CCPLL arrojó ingresos estables, por cuota de socios, pero los ingresos por venta de servicios son erráticos y poco predecibles. En promedio los servicios en conjunto han crecido a una tasa de 3.5% anual en los últimos 4 años, pero hay

servicios que tienen tasas negativas. Los ingresos por servicios dependen en un 70% de cuatro servicios que no corresponden al rubro principal de la cámara.

-La investigación de mercado definió en su etapa cualitativa (focus group, entrevistas) que efectivamente la Cámara es vista como una institución de las grandes empresas por parte de los no asociados. Los expertos recomendaron por otro lado, mayor integración entre empresas de diferentes tamaño, y servicios más segmentados. La etapa cuantitativa (cuestionario) informó sobre el uso de los servicios de la Cámara con una alta satisfacción por parte de la gran mayoría de asociados.

Contando con estos datos se ha elaborado la presente propuesta de marketing con el fin de reforzar la postura competitiva de Líder, con la que cuenta la institución, así mismo, se propone trabajar con los sectores estratégicos tanto por su nivel de aportes y por su actuación en el desarrollo económico y productivo de la Región; esto permitirá llegar de manera focalizada tanto a los socios y no socios, asegurando así el incremento en el uso de los servicios y en las cuotas por afiliación de nuevos socios. Asimismo se ha elaborado un plan de Branding para reforzar el posicionamiento de la CCPLL.

El Plan de Marketing está enfocado en mejorar los actuales servicios usando como herramienta la Flor de Lovelock; así mismo, se propone la creación de nuevos servicios como Alianzas estratégicas con Universidades para la realización de Maestrias y Diplomados, Feria Tecnológica Agroindustrial, Misiones comerciales y Asesoría Integral en compras públicas. La mejora de los servicios actuales y la implementación de los nuevos servicios, permitirá alcanzar los objetivos de posicionamiento, ingresos estables y mejora de la rentabilidad actual.

Con la presente propuesta la CCPLL pasará de una participación de 20% del mercado efectivo a 28%, aumentando los ingresos por cuotas de S/. 1,438,000 (2016) a casi tres millones de soles (2021), pasando de 908 socios (2015) a casi 2000 para el término del proyecto. Los ingresos por ventas de servicios crecerán a una tasa promedio anual de 8%, pasando de 1.3 millones de soles (2016) a casi 2 millones de soles (2021) gracias también a la creación de nuevos servicios que aportaron un 22% a los ingresos anuales de los servicios actuales. Finalmente, la rentabilidad sobre las ventas del proyecto será de 55% el primer año y 83% para el 2021, superando la rentabilidad actual de la CCPLL (64%).

Los indicadores de rentabilidad demuestran que el proyecto es viable y rentable (B/C: 10.92; VAN: S/. 519,684; TIR: 95.28%) cumpliendo con los objetivos de marketing trazados en relación al posicionamiento de la CCPLL en las Mypes, la satisfacción de sus socios, afiliación de nuevas empresas, incremento de sus ingresos por cotizaciones, aumento de sus ingresos por ventas de servicios y la obtención de una rentabilidad superior a la actual. Se ha elaborado también proyecciones en base a un escenario optimista y pesimista, desarrollando planes de contingencia viables que garanticen la rentabilidad del proyecto en caso de presentarse estas dificultades.