

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN MARKETING**

Plan Anual de Marketing para la empresa Road Tracking S. A.

**Patricia Gabriela Escobar Jarrín
Verónica Fernanda Tobar Estrella**

Director: Jorge Cruz, Ph.D.

2006

Quito, Ecuador

SÍNTESIS

Road Track inició sus actividades el 23 de octubre del año 2001, dio inicio a sus operaciones en el mes de noviembre del 2002. Su actividad principal es proveer Sistemas y Servicios Telemáticos a General Motors del Ecuador y sistemas Telemáticos para Exportación.

El 31 de marzo del 2006 Road Tracking Ecuador logra la certificación ISO TS 16949, siendo la segunda empresa en el Ecuador que alcanza la certificación con esta norma.

Dentro del portafolio de productos de Road Tracking se encuentran:

- *Alarma ChevyStar.* Servicio de antiatraco, armado automático y código para encendido del vehículo.
- *ChevyStar Silver.* Sistema desarrollado con avanzada tecnología en inmovilización remota.
- *ChevyStar Platinum.* Sistema de monitoreo, rastreo y localización satelital del vehículo.

Los productos de Road Track son un conjunto de atributos tangibles e intangibles que brindan seguridad vehicular a los usuarios.

General Motors en Ecuador es el principal usuario de los productos ChevyStar, ya que adquiere toda de la producción para instalarla en sus vehículos.

En el presente trabajo se encuentra desarrollado un plan de marketing para el período de Enero a Diciembre del año 2007.

El plan de marketing está compuesto por un resumen estratégico para establecer la situación del marketing actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, fijación de objetivos, puntos clave, establecimiento de programas de acción, presupuestos y controles.