

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA TESIS

Las autoras de esta investigación declaran que no existe investigación alguna del tema: **ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA LUBRICADORA “VICTOR HUGO” EN LA CIUDAD DE BABAHOYO PARA EL AÑO 2015** en la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, ni en ninguna biblioteca de las otras universidades en el Ecuador.

Alexandra María Miranda Ruiz

Marilyn Estefanía Recalde Salazar

AGRADECIMIENTO

Por haber obtenido el logro de esta Tesis de Grado doy mi más sincero agradecimiento a Dios Todopoderoso, quién merece todo nuestro respeto y consideración, y es quien me guío y seguirá dándome las fuerzas necesarias para seguir alcanzando mis objetivos y demás metas profesionales, así como ahora que estoy ostentando el título de Ingeniera Comercial de la República del Ecuador.

También agradezco infinitamente a mis padres que con esfuerzo, amor y sabiduría contribuyeron cada día para que no me detenga y continúe con mis estudios.

Agradezco también a los Ingenieros de la Facultad De Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo por ofrecerme sus valiosos conocimientos , experiencias profesionales , por animarme y alentarme en cada una de las fases de investigación y a todos aquellos que de una u otra manera estuvieron prestos para ayudarme, que Dios siga derramando bendiciones en sus vidas.

Alexandra María Miranda Ruiz

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis a Dios por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres que con su amor y enseñanza han sembrado las virtudes que se necesitan para vivir con anhelo y felicidad. También porque me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente.

A mi amado esposo que ha sido el impulso durante mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento.

Alexandra María Miranda Ruiz

AGRADECIMIENTO

Este esfuerzo lo dedico a Dios quien nos ha permitido llegar hasta este momento para continuar con mi carrera a la que le he dedicado trabajo, esfuerzo y sacrificio para lograr mejores días y cosechar muchos éxitos propios y de la sociedad.

A mis Padres, quienes con su comprensión, amor han sabido guiarme por el camino de la dedicación y responsabilidad, para así alcanzar una profesión que será el sustento del mañana.

Marilyn Estefanía Recalde Salazar

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis Padres, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi hijo que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, él fue quien en los momentos más difíciles me dio su amor y comprensión para poderlos superar, quiero también dejarle a él una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo lograr.

Marilyn Estefanía Recalde Salazar

INDICE

Contenido	Pág.
PORTADA	
CONTRAPORTADA	
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	vi
RESUMEN EJECUTIVO	viii
INTRODUCCIÓN	1
I. OBJETIVOS	
1.1. Objetivo General	2
1.2. Objetivos Específicos	2
II MARCO REFERENCIAL	
2.1. ANTECEDENTES	3
2.2. MARCO TEÓRICO	8
2.3. MARCO CONCEPTUAL	33
2.4. POSTURA TEÓRICA	36
2.5. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	37
2.5.1. Hipótesis general	37
2.5.2. Hipótesis específicas	37
III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	
3.1 Descripción de resultados	38
3.2. Interpretación y discusión de resultados.	48
IV. CONCLUSIONES	49
V. RECOMENDACIONES	50

VI. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.	
6.1. Título	51
6.2. Objetivos de la propuesta	51
6.2.1. General.	51
6.2.2. Específicos.	51
6.3. Justificación	52
6.4. Factibilidad de la propuesta.	53
6.5. Actividades.	54
6.6. Evaluación de la propuesta	55
VII. BIBLIOGRAFÍA	69
VIII. ANEXOS	70

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis se está realizando sobre “Estrategias de Publicidad y su incidencia en las ventas de la lubricadora Víctor Hugo. En la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos tiene como objetivo principal, incrementar las ventas.

El mercado es amplio en cuanto lubricantes existen muchas empresas dedicadas a lo mismo, las gestiones opulentas en el presente plan busquen hacer frente a las dificultades que el mercado competitivo presenta y así poder mantenerse en la mente del consumidor por mucho tiempo y lograr fidelizar un mayor número de clientes.

El capítulo I, contiene los objetivos.

El capítulo II, desarrollado del Marco Teórico, el cual ha sido estructurado en función de las variables investigadas.

El capítulo III, elaboración de instrumentos adecuados de recolección de datos, lo cual nos permitió obtener la información real de los aspectos investigados y se presenta el Análisis e Interpretación de datos de la investigación.

El capítulo IV, se establece las Conclusiones a las que se ha llegado a lo largo de la investigación.

El capítulo V, se establece las recomendaciones.

El capítulo VI, contiene la propuesta en el que detalla el mejoramiento de gestión de calidad que propone Lograr minimizar los problemas.

EXECUTIVE SUMMARY

This thesis is being done on “Advertising Strategies and their impact on sales of the lubricator Victor Hugo. In the city of Babahoyo, Los Ríos province's main objective, increasing sales.

The market is large as lubricants there are many companies engaged in the same, the opulent steps in this plan seek to address the difficulties that the competitive market is so you can stay in the consumer's mind for a long time and achieve greater loyalty number of clients.

Chapter I contains the objectives.

Chapter II, developed Theoretical Framework, which has been structured according to the variables investigated.

Chapter III, development of appropriate data collection instruments, which allowed us to get the real information of the investigated aspects and the analysis and interpretation of research data is presented.

Chapter IV, the conclusions set to those reached during the investigation.

Chapter V, the recommendations set.

Chapter VI, contains the proposal detailing the improvement of quality management proposed Achieve minimize problems.