



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING
EXAMEN COMPLEXIVO: COMPONENTE PRÁCTICO**

**TÍTULO:
CONSUMO DEL LUBRICANTE 12K 5W30 DE LA MARCA
GOLDEN BEAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

**AUTORA:
MARÍA BELÉN ZAMBRANO BAJAÑA**

**Componente práctico del examen complexivo previo a la
obtención del grado de Ingeniero en Marketing**

REVISORA

EC. MARIA MERCEDES BAÑO HIFÓNG, MSC.

**Guayaquil, Ecuador
16 de diciembre del 2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **MARÍA BELÉN ZAMBRANO BAJAÑA**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

REVISOR (A)

f. _____
Ec. María Mercedes Baño Hifóng, Msc.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs.

Guayaquil, a los 16 días del mes de diciembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **María Belén Zambrano Bajaña**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo, consumo del lubricante 12k 5w30 de la marca Golden Bear en la provincia de Santa Elena**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 16 días del mes de diciembre del año 2016

LA AUTORA

f. _____
María Belén Zambrano Bajaña



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **María Belén Zambrano Bajaña**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo, consumo del lubricante 12k 5w30 de la marca Golden Bear en la provincia de Santa Elena**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de diciembre del año 2016

LA AUTORA:

f. _____
María Belén Zambrano Bajaña



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Ec. María Mercedes Baño Hifóng, Msc.
REVISOR(A)

f. _____
Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____
Ing. Jaime Samaniego López, Msc.
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme salud y fuerza para finalizar este proyecto.
A mis padres, Wagner y Lourdes por su apoyo incondicional.

María Belén

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, por confiar en mí y estar siempre a mi lado.

María Belén

RESUMEN

El número del parque automotor en el Ecuador ha ido incrementando durante los últimos años, lamentablemente muchos de los dueños de vehículos desconoce acerca del lubricante correcto que deben utilizar y el ahorro que puede significar en su economía. El presente ensayo muestra la poca relevancia que tiene el aceite Full-Sintético en la provincia de Santa Elena, por lo cual mediante una buena campaña promocional, comunicacional y publicitaria en donde intervendrán las lubricadoras, tecnicentros, talleres y puntos de venta de lubricantes de la provincia, se pretende dar a conocer el lubricante Golden Bear 12K 5w30 Full-Sintético, sus características y los beneficios que brinda la utilización del mismo en los vehículos modernos con motores a gasolina. Se concluyó que se puede lograr el compromiso, fidelización y cambio de percepción del consumidor final gracias a lo planteado, además de un incremento en los ingresos de los distribuidores y en la empresa proveedora del producto.

Palabras claves: Lubricantes, autos, motores, marcas, sintético, promoción, publicidad, ventas, consumidor final.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	3
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	3
VENTA ANUAL DE LUBRICANTES POR MARCA EN EL ECUADOR.....	4
INVESTIGACION DE MERCADOS	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos	6
Tipo de investigación.....	6
Encuesta.....	6
Población y muestra.....	7
Análisis de los resultados.....	7
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	8
Beneficios	9
Calidad.....	10
Aplicaciones.....	10
Tabla 1	10
PROPIEDADES TÉCNICAS	10
MARKETING MIX	11
Producto.....	11
Precio	12
Tabla 2.....	12
Precios del producto por presentación	12
Plaza.....	13
Promoción.....	13
CONCLUSIONES	16
BIBLIOGRAFIA	17
ANEXOS	18

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Propiedades Técnicas	9
Tabla 2. Precios del producto por presentación	11

INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Obras Públicas (2008) indicó que el sector de transportes en el Ecuador ha sufrido cambios en los últimos años debido al incremento de su parque automotor y a la actualización de vehículos gracias al Plan Renova y chatarrización proporcionada por el Gobierno Nacional.

Gracias a ésta conclusión se ha visto la oportunidad para distribuir un lubricante full sintético y así brindar al consumidor un producto de buena calidad y asequible a su bolsillo.

Albarracín (2007) concluyó que “un lubricante es una película que separa dos superficies (las cuales se pueden encontrar en constante movimiento), a fin de disminuir el impacto directo, protegiendo al motor de daños. Los lubricantes son derivados del petróleo mezclados con aditivos para realzar su calidad, las bases marcan el tipo de viscosidad, la resistencia a la oxidación y el punto de fluidez que tendrá el producto final para establecer su aplicación, uso y calidad. Estas bases pueden ser minerales, aquellas derivadas del petróleo, y sintéticas, aquellas elaboradas con sustancias químicas.”

Al usar un lubricante Full-Sintético el cambio se puede extender hasta 12000 kilómetros, con un bajo incremento en el precio final. Desafortunadamente un gran porcentaje de dueños y usuarios de automotores no conocen acerca del lubricante Full Sintético a pesar de que en los manuales de los vehículos lo recomiendan, y aquellos que si conocen, piensan que es un lujo que solo pueden utilizar los autos de competencia. Quienes sí han probado éste lubricante saben que puede llegar a representar un ahorro en gastos de mantenimiento debido a que pueden extenderse en el cambio.

Estos lubricantes se inventaron a comienzos de la década de los 60 para ser utilizados en aviones militares que volaban a gran altura. Más tarde se aplicaron en motores diesel que funcionaban a temperaturas de 40 grados bajo cero. (Diario El Tiempo, 1999)

El aceite base, como tal, no tiene las propiedades adecuadas para lubricar un motor, por ello el proceso de desarrollo del producto y el uso de avanzadas tecnologías de aditivos juegan un papel esencial para la obtención de lubricantes de última generación capaces de lubricar las motorizaciones más modernas. (Cepsa, 2016)

La utilización de bases sintéticas se ha impuesto a nivel mundial con mayor fuerza, desde los años ochenta es común en Europa el uso de estas bases, por iniciativa entre los fabricantes de vehículos a través de la Asociación de Constructores Europeos de Automóviles (ACEA), con la finalidad de aumentar la calidad de los lubricantes para así reducir la cantidad de aceite usado y evitar contaminantes ambientales. Las bases sintéticas son la consecuencia de la sintetización de componentes químicos, además poseen diferentes características según los elementos químicos que se utilicen y los procesos de producción. (Lubrilaca.com)

Gracias al alto índice de viscosidad que tienen las bases sintéticas, se puede obtener los lubricantes multigrados, los mismos que poseen una gran capacidad de trabajo a altas temperaturas, lo que lo convierte en un producto más resistente a mantener sus propiedades viscosimétricas originales y el ahorro de combustible. Únicamente los lubricantes con bases sintéticas pueden satisfacer los requerimientos que exigen los motores modernos

DESARROLLO

Lubricantes y Lacas Lubrilaca Cía. Ltda. Es una empresa que se encarga de la fabricación y venta de lubricantes para motores de combustión interna en la marca Golden Bear en todo el Ecuador, a través de la comercialización directa y gracias a sus distribuidores a nivel nacional, además se encuentra ubicada entre las cinco primeras empresas de preferencia en el país. Cuenta con un portafolio de productos entre los que se encuentra la línea de lubricantes Full-Sintéticos para vehículos livianos con motores a gasolina, ésta línea actualmente reporta baja participación en el mercado de la provincia de Santa Elena, comparada con el resto de provincias del territorio nacional.

El uso del lubricante Full-Sintético en la Provincia de Santa Elena es de menor porcentaje comparado con los lubricantes semi-sintéticos y minerales, por lo cual la presente tiene como objetivo dar a conocer el producto y sus beneficios, plantear formas de comercialización, con la finalidad de fidelizar a los consumidores.

Es el consumidor final el principal beneficiario de este plan, quien gozará de utilizar un lubricante de alta tecnología, elaborado 100% con bases sintéticas importadas y bajo estrictos estándares de calidad, lo que permite proteger el motor del vehículo y disminuir los periodos de mantenimiento lo cual ahorra tiempo y dinero. Además contribuye al incremento de las ventas en la empresa y mejora sus niveles de rentabilidad.

ANALISIS SITUACIONAL

Es importante analizar los diferentes factores a los cuales la empresa debe acoplarse para el desarrollo de este proyecto. Kotler (2003) concluyó que “el Macro entorno son las grandes fuerzas de la sociedad”. Mientras que en el 2012 Rivera Camino y Marcillán López-Rúa concluyeron que el macrosegmento es la dimensión estratégica de la segmentación. Sirve para que la empresa determine su producto-mercado, defina con quién va a competir y exprese su compromiso por mantener un posicionamiento en el Mercado.

VENTA ANUAL DE LUBRICANTES POR MARCA EN EL ECUADOR

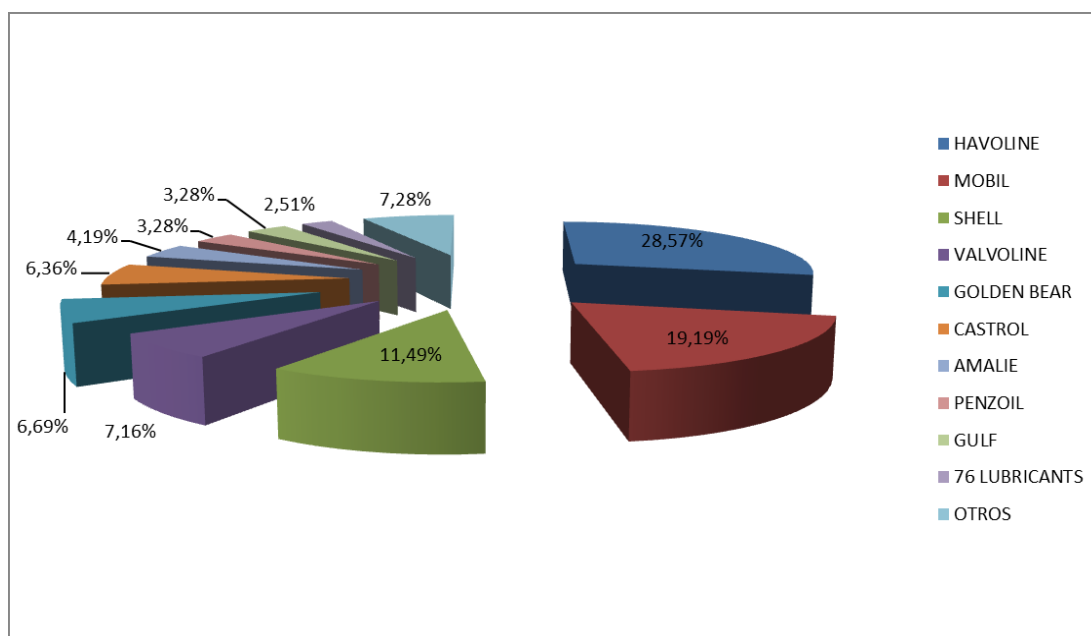


Figura 1. Venta anual de lubricantes por marca. Adaptado de *Colegio de Ingenieros Mecánicos del Pichincha*, AÑO 2012

El Colegio de Ingenieros Mecánicos de Pichincha en el año 2012 generó información en donde indica que el mercado de lubricantes se encontraba liderado por Havoline con el 28.57% de participación, sucedida por Mobil con participación del 19.08%, Shell con el 11.43%, después Valvoline y Golden Bear con participación del 6.69% de la totalidad del mercado, por lo tanto, estas marcas son las más compradas.

Entre las de menor porcentaje se encuentran marcas como Castrol con una participación del 6.36%, Amalie con el 4.19%, luego Penzoil y Gulf con 3.28% y la diferencia se lo dividen marcas pequeñas como 76 Lubricantes, Kendall, GP, etc.

En resumen, se puede indicar que las principales son Havoline, Mobil, Shell, Valvoline y Golden Bear, marcas que sumadas hacen cerca del 73% del mercado total. Las empresas productoras de Havoline, Valvoline, Gulf cuentan con planta propia local para la producción y comercialización a nivel nacional. Marcas como Mobil y Shell, importan sus productos desde Perú.

La Asociación Ecuatoriana Automotriz (2011) indicó que “el 61% de los lubricantes vendidos al año son elaborados localmente, el resto ingresa al Ecuador desde otros países, principalmente Estados Unidos y Perú.”

Nuestro país cuenta con diez marcas de lubricantes que se elaboran localmente:

- Havoline
- Catrol
- Valvoline
- PDV
- Gulf
- Total
- GP
- Horse Power
- Aroil
- Golden Bear

Las marcas mencionadas son fabricadas en 5 plantas que se encuentran en la provincia del Guayas - Ecuador, las cuales cuentan con su propio muelle para la descarga de materia prima. Son:

- Lubrian S.A.
- Swissoil del Ecuador
- Lubrisa
- PDV
- Biofactor

Amaya (2005) concluyó que “un Mercado o segmento del Mercado no será atractivo si los proveedores estén bien organizados gremialmente, tengan recursos puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. De igual manera Cajilima (2012) indicó “la situación siempre se complica aún más si los insumos que nos proveen son claves para nuestra empresa, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo”

INVESTIGACION DE MERCADOS

Objetivo general

Dar a conocer el lubricante Full Sintético 5w30 en la provincia de Santa Elena e incrementar las ventas del mismo a nivel nacional.

Objetivos específicos

- Analizar las perspectivas del cliente acerca del producto.
- Identificar cuáles son los factores que influyen en el proceso de compra.

Tipo de investigación

Se ejecutó una investigación de campo tipo cuantitativa, en donde se obtuvieron los datos directamente de los clientes de los diferentes puntos de ventas, lubricadoras y tecnicentros de la provincia, con la técnica de encuestas.

Encuesta

Nombre del cliente:

Tipo de negocio y nombre del mismo:

1. Ud considera que la calidad de la marca Golden Bear es:

Alta () Regular () Baja ()

2. ¿Cuál es la marca de lubricante Full Sintético para motores a gasolina que tiene mayor demanda en su negocio y por qué?

3. ¿Qué aspectos cree que debe mejorar la empresa para que lo incentive a Ud. a promover el producto Full Sintético en su local?

Precio () Publicidad () Promociones () Servicio ()

Población y muestra

Se tomó como muestra a los 50 clientes más representativos que la empresa Lubricantes y Lacas atiende en la actualidad en la provincia de Santa Elena.

Puntos de ventas de lubricantes y lubricadoras de la provincia de Santa Elena, legalmente formadas y equipadas, que atiendan vehículos modernos con motores a gasolina, vehículos que operen en duras condiciones de manejo y que manejen un galonaje mensual aproximado de 200 a 600 galones, con un área operativa mínima de 350 m².

Análisis de los resultados

1. Ud considera que la calidad de la marca Golden Bear es:

Alta 75%
Regular 25%
Baja

2. ¿Cuál es la marca de lubricante Full Sintético para motores a gasolina que tiene mayor demanda en su negocio?

Amalie 53%
Kendall. 30%
Penzoil 15%
Valvoline 2%

3. ¿Qué aspectos cree que debe mejorar la empresa para que lo incentive a Ud. a promover el producto Full Sintético en su local?

Precio 10%
Publicidad 85%
Promociones 100%
Servicio 0%

Se puede concluir que la marca Golden Bear es bastante reconocida y aceptada por los clientes, los mismos están dispuestos a apoyar impulsar el producto Full Sintético 5w30 en sus locales, por lo que el 100% está de acuerdo con que se realicen más promociones y se otorgue incentivos al consumidor final.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO



Figura 2. Imagen Gold 12K 5w30. Adaptado de www.lubrilaca.com/index.php/productos/gasolina/gold-12k.html

La compañía Lubricantes y Lacas indicó que su producto Hyper Zinc System 12000 km, es un lubricante multigrado Full-Sintético con bases importadas grupo III para motores a gasolina, el mismo que es elaborado 100% con bases sintéticas importadas y diseñado para motores modernos que operen bajo severas condiciones de manejo y temperatura, además ofrece una excelente protección en su uso diario.

GOLD12K

LINEA FULL-SINTETICA

PONLE LA FUERZA DEL OSO

Lubricante Multigrado Full Sintetico con base importada Grupo III para motores a gasolina.

12000 KM

TRIPLE SELLO DE SEGURIDAD

GOLD12K

HYPER ZINC SYSTEM

Figura 3. Afiche publicitario Gold 12K 5w30. Adaptado de www.facebook.com/GoldenBear.ec/photos/a

Beneficios

- Reducción en el consumo de aceite, gracias a su baja volatilidad.
- Gran estabilidad térmica en altas temperaturas, lo que permite proteger su viscosidad.
- Extensión del tiempo del cambio del lubricante.
- Mayor resistencia a la evaporación (NOACK).
- Optimo Índice de Viscosidad (IV) a altas y bajas temperaturas.

- Ahorro de combustible entre 1,8% y 5% debido a su superior lubricidad.
- Disminución de desgaste.
- Alarga la vida útil del motor.
- Mejor lubricación en el momento del encendido.
- Reducción de fricción.
- Disminución del costo del cambio de aceite, aunque el precio del producto es más costoso la vida útil es del doble del equivalente al aceite mineral.

Calidad

Gold 12K Full-Synthetic SAE 5w30, cumple y excede con los siguientes requisitos:

- API SERVICE SN, SM, SL,CF
- BMW LONGLIFE 98 – MB 229.1 Y229.3
- ACEA A2/B2-98, A3, -02, B-3 98, B-4 02

Ésta es la primera especificación a nivel mundial diseñada para trabajar con motores que funcionan con combustibles tradicionales y eco-combustibles.

Aplicaciones

Motores de combustión interna de 4tiempos a gasolina de vehículos modernos.

Tabla 1

PROPIEDADES TÉCNICAS

	5W30
VISCOCIDAD cSt40° C	72,40
VISCOCIDAD cSt 100° C	11,70
INDICE DE VICOSIDAD	157

TBN	7,2
HTHS Cp @ 150 C	3,30
CENIZAS SULFATADAS	0,84% Wt
FLASH POINT	238° C
C.C.S. cP @ °C	5700 cP @ -30 C
PUMPING VISCOSITY cP @ °C	20500 Cp @ -35 c
NOACK	8,60%
POUR POINT C°	-42

Nota: Tomado de “Ficha Técnica GOLD 12K”, por Lubricantes y Lacas.

MARKETING MIX

Producto

Lubricante Full-Sintético Gold 12K 5w30, recomendado para vehículos con motores a gasolina, que cumple con las normas internacionales API SN.



Figura 4. Imagen del product. Adaptado de www.lubrilaca.com/index.php/productos.html

Precio

Los precios son establecidos por la empresa Lubricantes y Lacas, dependiendo de sus presentaciones, el mismo variará de acuerdo al valor del petróleo. Los precios son los siguientes:

Tabla 2

Precios del producto por presentación

PRESENTACIÓN	PRECIO
Tanque 55 Gls	\$ 934.35
Balde 5 Gls	\$ 87.57
Galón	\$ 18.63
Litro	\$ 4.89

Nota: Tomado de “Lista de Precios”, por Departamento de crédito, Lubricantes y Lacas.

Plaza

El presente proyecto se llevará a cabo en la provincia de Santa Elena, principalmente en los cantones La Libertad, Santa Elena y Salinas, el producto se comercializará en las diferentes lubricadoras, tecnicentros y talleres en general.



Figura 5. Imagen del canal. Adaptado de www.facebook.com/GoldenBear.ec/

Promoción

A pesar de que el mercado al que se está dirigiendo tiene un alto nivel de conocimiento acerca de los lubricantes, es importante reforzar la existencia del aceite Full-Sintético para 12000 kilómetros, para lo cual es imprescindible aumentar estrategias de publicidad en medios como radio, televisión, prensa escrita e internet, de esta manera se puede llegar al mercado objetivo, resaltar los beneficios del producto y asegurar la fidelidad de los consumidores a largo plazo y de esta manera ganar posicionamiento en el mercado.



Figura 6. Promoción “Trivia” en un noticiero local. Adaptado de www.facebook.com/GoldenBear.ec/

Otra manera de afianzar la marca con el consumidor es mediante las relaciones públicas, por lo cual es recomendable dar auspicio a las exposiciones que ofrece cada año la Federación de autos y motos Tunning de Santa Elena, la cual cuenta con más de 300 agremiados.

A continuación se detallan las estrategias a utilizar en el proyecto:

- Dar precios suficientemente atractivos que dejen un buen margen de ganancia al dueño del local.

- Viajes anuales al exterior por acumulación de galonaje durante el periodo de promoción.
- Por la compra de la línea Full-Sintética 5w30 se dará material publicitario Golden Bear (ambientales, gorras, camisetas, etc.) para que entreguen al consumidor final.
- Exhibición del producto con impulsadoras.
- Material POP del producto 12K Full-Sintético Golden Bear en los puntos de venta donde se distribuya el producto.
- Entrega de exhibidores en donde se coloque únicamente el producto 12K Full-Sintética 5w30.
- Incentivo a los lubricadores mediante el pago de las etiquetas del producto 12K Full-Sintética 5w30.

Mediante estas estrategias se pretende involucrar a los dueños de los negocios y convertirlos en socios estratégicos para que puedan impulsar de mejor manera la venta del producto, además de fidelizar al consumidor final en el uso de la marca.



Figura 7. Imagen de Punto de venta. Adaptado de www.facebook.com/GoldenBear.ec/?ref=ts&fref=ts

CONCLUSIONES

- Incremento de las ventas en la provincia de Santa Elena, se estima lograr vender un 10% más sólo en la línea Sintética, lo que dará mayores ingresos a la empresa proveedora del producto, Lubricantes y Lacas.
- Compromiso y fidelización por parte del cliente y/o consumidor, gracias a los incentivos otorgados.
- Cambio de percepción del cliente hacia los aceites full sintéticos.
- La marca Golden Bear posee un alto potencial, gracias a la materia prima de excelente calidad con la que se elaboran los productos, además del cumplimiento de los parámetros internacionales que asegura un óptimo rendimiento para el consumidor final.
- Las estrategias planteadas (promociones, publicidad, material POP, impulsadoras, etc.) que se implementarán en los canales de distribución ayudarán a que se logre el proyecto actual y de esa manera el incremento de las ventas, presencia de la marca en los puntos de ventas, fidelidad, recordación y utilización del producto por parte del consumidor final.

BIBLIOGRAFIA

- Arias, M. (2012). *Proyecto de Producción y comercialización de un lubricante para motores de combustión interna*. (Tesis de grado). Universidad Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil.
- CIMEPI - Colegio de Ingenieros Mecánicos de Pichincha (2012). Reporte
- Santa Elena coordina ayuda para damnificados (2016). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/04/17/nota/5531415/santa-elena-coordina-ayuda-damnificados>
- David, F. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Editorial Pearson Educación.
- Egas, J. (2014). *Análisis de factibilidad de introducir en el Mercado ecuatoriano una marca nueva de lubricantes automotrices fabricada localmente* (Tesis de maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Porter, M. (1980). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria
- Henao, O y Cordoba, J. (2007). *Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica*. Colombia: Unilibre Cali.
- Lacas, L. (s.f.). *Golden Bear*. Obtenido de <http://www.lubrilaca.com/index.php/productos/gasolina/gold-12k.html>
- Albarracín. (2007). *Tribología y Lubricación Industrial y Automotriz*. Medellín: Omega Cuarta Edición.
- Ochoa, I. (2016). *Actualidad Motor*. Obtenido de <http://www.actualidadmotor.com/cepsa-xtar-lubricantes/>

ANEXOS

LINEA SINTETICA

CAPACITACION A CLIENTES EN LA CIUDAD DE AMBATO



LINEA SINTETICA
PINTADO DE LUBRICADORAS



LINEA SINTETICA

PROMOCION DEL PRODUCTO EN LA CIUDAD DE PALMAR-SANTA ELENA EN FERIADO DE CARNAVAL



LINEA SINTETICA

PUBLICIDAD VIA FACEBOOK

PONLE LA FUERZA DEL OSO
#GOLDENBEARECUADOR

GOLDEN BEAR
LUBRICANTS

LINEA SINTETICA

The advertisement features a large, realistic-looking brown bear standing on its hind legs on the right side. In the background, a silver sedan is parked on a beach, with a person visible in the driver's seat and another person in a bikini near the car. The top left corner has a yellow and black diagonal graphic. The bottom of the ad is split into a black section with the Golden Bear logo and text, and an orange section with the words 'LINEA SINTETICA'.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Zambrano Bajaña María Belén**, con C.C: # **0922440102** autor/a del **componente práctico del examen complejo: Consumo del lubricante 12k 5w30 de la marca Golden Bear en la provincia de Santa Elena** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **16 de diciembre de 2016**

f. _____

Nombre: **Zambrano Bajaña María Belén**

C.C: **0922440102**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Consumo del lubricante 12k 5w30 de la marca Golden Bear en la provincia de Santa Elena		
AUTOR(ES)	María Belén Zambrano Bajaña		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ec. María Mercedes Baño Hifóng, Msc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Marketing		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de diciembre de 2016	No. DE PÁGINAS:	20
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing, comportamiento al consumidor, ventas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Lubricantes, motores, marcas, sintéticos, ventas, promoción, consumidor final		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El número del parque automotor en el Ecuador ha ido incrementando durante los últimos años, lamentablemente muchos de los dueños de vehículos desconoce acerca del lubricante correcto que deben utilizar y el ahorro que puede significar en su economía. El presente ensayo muestra la poca relevancia que tiene el aceite Full-Sintético en la provincia de Santa Elena, por lo cual mediante una buena campaña promocional, comunicacional y publicitaria en donde intervendrán las lubricadoras, tecnicentros, talleres y puntos de venta de lubricantes de la provincia, se pretende dar a conocer el lubricante Golden Bear 12K 5w30 Full-Sintético, sus características y los beneficios que brinda la utilización del mismo en los vehículos modernos con motores a gasolina. Se concluyó que se puede lograr el compromiso, fidelización y cambio de percepción del consumidor final gracias a lo planteado, además de un incremento en los ingresos de los distribuidores y en la empresa proveedora del producto.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-967573253	E-mail: mabetoti@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Jaime Samaniego López		
	Teléfono: +593-4- 2209207		
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			