



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS**  
**UNIDAD ACADÉMICA MULTIDISCIPLINARIA DE COMERCIO Y**  
**ADMINISTRACIÓN VICTORIA**



**División de Estudios de Posgrado e Investigación**

**T E S I S**

**EL PAPEL DE LA MERCADOTECNIA EN LAS ESTRATEGIAS**  
**EMPRESARIALES: EL CASO IKEA**

**Que para obtener el grado de:**

**MAESTRO EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**  
**CON ÉNFASIS EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

Presenta: Ixchel Verónica Ruiz Balboa

Asesoras: Dra. Maritza Álvarez Herrera

Dra. Maribel Guerrero Cano

**Ciudad Victoria, Tamaulipas**

**Enero, 2010**

# ÍNDICE

	No. DE PÁGINA
<b>I. Introducción</b>	8
I.1.Planteamiento del Problema	8
I.2.Justificación	9
<b>II. Marco Teórico</b>	11
II.1.Administración Estratégica	11
II.2.Estrategias Empresariales	20
II.3.La Mercadotecnia	26
<b>III. Metodología</b>	32
III.1.Estudio de Caso	32
III.2.Diseño Metodológico	33
III.3.VARIABLES	35
<b>IV. Caso IKEA</b>	36
IV.1.Descripción de la Empresa	36
IV.2.Estrategias Empresariales Implementadas por el Grupo IKEA y su Relación con las Estrategias de Mercadotecnia	41
<b>V. Conclusiones</b>	45
<b>VI. Referencias</b>	49
VI.1.Referencias Bibliográficas	49
VI.2.Referencias Electrónicas	50
<b>Anexos</b>	51
Anexo 1	51
Anexo 2	52
Anexo 3	53
Anexo 4	54

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>No. DE PÁGINA</b>
<b>Tabla No.1:</b> Estrategias Alternativas Definidas	22
<b>Tabla No. 2:</b> Estrategias Genéricas de Michael Porter	23
<b>Tabla No. 3:</b> Tipos de Estrategias	25
<b>Tabla No. 4:</b> Recolección, Tratamiento y Análisis de la Información Para la Validación del Estudio de Caso	34
<b>Tabla No. 5:</b> Relación de la Mercadotecnia con la Administración Estratégica	35
<b>Tabla No. 6:</b> Ficha de Presentación del Grupo IKEA	36
<b>Tabla No. 7:</b> Evolución de los Productos y Expansión del Grupo IKEA	38
<b>Tabla No. 8:</b> Responsabilidad Social y Medioambiental del Grupo IKEA	40
<b>Tabla No. 9:</b> Estrategias Empresariales Implementadas por el Grupo IKEA Relacionadas con la P1, P3 y P4 (Producto, Promoción y Plaza) de Mercadotecnia	42
<b>Tabla No. 10:</b> Estrategias Empresariales Implementadas por el Grupo IKEA Relacionadas con la P2 (Precio) de Mercadotecnia	43
<b>Tabla No. 11:</b> Relación Entre las Estrategias Empresariales Implementadas por el Grupo IKEA y la Mercadotecnia	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura No. 1:</b> Jerarquía de los Objetivos en las Organizaciones	12
<b>Figura No. 2:</b> Modelo de Administración Estratégica de Stonner	15
<b>Figura No. 3:</b> Modelo de Administración Estratégica de David	17
<b>Figura No. 4:</b> Modelo de Administración Estratégica de Soriano	19
<b>Figura No. 5:</b> Las cuatro "pes" de la mercadotecnia	27
<b>Figura No. 6:</b> Mercado del Grupo IKEA	37