



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO**  
**“LA MANÁ”**

**CARRERA:**

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**PROYECTO DE TITULACIÓN**

**TEMA:**

“PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE SUPLEMENTOS DEPORTIVOS DE  
LA EMPRESA “NATURES HOUSE” DEL CANTÓN LA MANÁ,  
PERIODO 2023”

**AUTORES:**

MARIELA SOLEDAD PALACIOS CÓRDOVA  
OLIVER JOAO REYES VARGAS

LA MANÁ – COTOPAXI - ECUADOR

2022-2023

## RESUMEN EJECUTIVO

El ámbito de comercialización reflejado dentro del cantón La Maná indica nivel de productividad y el poder de capacidad de la transformación de productos y la pronta comercialización de la misma, satisfaciendo las necesidades y requerimientos de toda la población objetiva. Poniendo énfasis a los hábitos de la vida diaria, estrés, baja capacidad física y la baja limitante de preocupación por parte de las personas, se ha visto la necesidad de comercializar suplementos deportivos energéticos y activos, para recubrir todas las necesidades que surgen dentro de los mercados, y por ende apoyar en el índice de crecimiento económico de la empresa mejorando así el nivel físico y la salud de las personas. En la actualidad se manobra un estructurado plan que se integra dentro de los productos, por tal motivo se estableció un diseño de propuesto en el presente trabajo investigativo con el cual se desea agilizar los niveles de comercialización y los régimen de consumos de los suplementos deportivos, teniendo en cuenta las leyes y normativas estipuladas por el Ministerio de Salud pública en la expansión y venta de todo tipo de productos. Bajo la percepción de un análisis emitidos por medio de encuestas realizado a todos los clientes exponenciales y potenciales, se descubren nuevos segmentos de crecimiento en la segmentación de los mercados. El producto que lidera los mercados y obtiene un eficiente posicionamiento dentro de los potenciales consumidores adquiere participación de las fases de acrecimiento productivo y tiende a valorizar más las participaciones dentro del mercado.

**Palabras claves:** mercado, comercialización, clientes, potenciales, posicionamiento.