



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

## **CARRERA:**

**TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

## **PROYECTO DE TITULACIÓN**

## **TEMA:**

**“PLAN DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DEL  
COMISARIATIO EL AHORRO, SU MEJOR OPCIÓN EN EL CANTÓN  
LA MANÁ, PERIODO 2023”**

## **AUTOR:**

**IRALDA SHIRLEY MONSALVE FLORES**

**LA MANÁ – COTOPAXI - ECUADOR**

**2023**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo tiene como objetivo principal la elaboración de un Plan de Marketing en el comisariato “El Ahorro, su mejor opción” ubicado en el Cantón La Maná, para que mediante esta forma se eleve el incremento de las ventas después de haber pasado por momentos negativos como la delincuencia, lo cual afecto en gran medida a la economía de varias empresas y microempresas es por ende que en su gran mayoría se vieron en la penosa decisión de cerrar algunos establecimientos debido a que por estos motivos y frente a esas adversidades no se desarrolla por completo el alcance de los objetivos propuestos, otra situación muy importante es por la poca experiencia y capacitación que tienen los trabajadores que colaboran en el comercial lo cual afecta a la imagen y sobre todo se encuentran clientes totalmente insatisfechos.

Mediante los datos que se han obtenido en la presente investigación desarrollada de manera cuantitativa, descriptiva y analítica se concluyó que es esencial la elaboración de un plan de marketing en el comercial, para así poder mejorar e incrementar el nivel de ventas y de la misma manera lograr posicionarse dentro de los mercados maduros.

En base a los resultados obtenidos mediante la tabulación de los datos se determina que el comisariato el Ahorro, su mejor opción adquiere una mayor demanda de las personas que pertenecen al rango de edad de 19 a 25 años de edad, considerando que el número de encuestados es de 379, el 41% de personas mencionan que si realizan compras esto significa que una plan de marketing será de suma importancia para mejorar las ventas del comercial.

Es por ello que después de la realización de toda la presente investigación se da como conclusión la implementación de plataformas digitales como Facebook, Instagram, entre otras y diferentes medios de comunicación, para así poder integrar la marca del comisariato dentro de los mercados obteniendo una comunicación más eficiente entre el cliente y el comisariato.