



# **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LA MANÁ**

**Carrera:**

**Tecnología Superior en Administración Financiera**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**Previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TEMA:**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DEL  
ASADERO D´VERO EN EL CANTÓN LA MANÁ, PERÍODO 2024”**

**TUTOR:**

**MGS. LUIS MORÁN**

**AUTORAS:**

**ILIANA YURIVIX BURGOS AVILA  
FERNANDA NICOLE MACAS DELGADO**

**La Maná, Marzo 2024**

## RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de este estudio fue desarrollar un plan estratégico para el Asadero D´Vero, ubicado en el Cantón La Maná. Con el objetivo primordial de incrementar las ventas, se ha desarrollado una propuesta integral que aborda aspectos clave de marketing, gestión operativa y expansión de la clientela. La investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque descriptivo, exploratorio y explicativo, cambiando métodos deductivo e inductivo y adaptando un diseño mixto que integra tanto métodos cualitativos como cuantitativos. Se realizaron encuestas a una muestra de 382 personas, entre clientes actuales y potenciales del Cantón La Maná, utilizando un cuestionario diseñado con 11 preguntas dirigidas al público objetivo. Los resultados revelaron que el mayor número de clientes son hombres en un rango mayor de tender a ser jóvenes, tienden a visitar el asadero dos veces al mes, es decir de manera quincenal y además en la elección del precio se tienden a ir por precios moderados. Se llevó a cabo un análisis exhaustivo de la situación interna y externa, utilizando matrices como el FODA, EFE, EFI y PESTEL, y el diagrama de Gantt, también desarrollando un plan de acción y un diagrama de Gantt para la ejecución de las estrategias planteadas. Esta información proporciono la base para la propuesta del plan estratégico, que se estructuró en tres áreas principales: estrategia de publicidad, estrategia de expansión del menú y estrategia de capacitaciones a todo el personal del Asadero D´Vero. La implementación del plan estratégico requerirá una inversión de \$4.720, y se espera que mejore las ventas de servicio de alimentación en el Cantón La Maná.

**Palabras clave:** Plan estratégico, ventas, gestión operativa, estrategias, análisis, clientes.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The purpose of this study was to develop a strategic plan for D'Vero Steak house, located in La Maná Canton. With the primary objective of increasing sales, a comprehensive proposal has been developed addressing key aspects of marketing, operational management, and customer expansion. The research was conducted using a descriptive, exploratory, and explanatory approach, employing both deductive and inductive methods, and adapting a mixed design integrating qualitative and quantitative methods. Surveys were conducted with a sample of 382 individuals, including current and potential customers of La Maná Canton, using a questionnaire designed with 11 questions aimed at the target audience. The results revealed that the majority of customers are males in a younger age range, tend to visit the steak house twice a month, approximately every two weeks, and tend to opt for moderating prices when making their choices. A comprehensive analysis of the internal and external situation was carried out using matrices such as SWOT, EFE, EFI, and PESTEL and Gantt chart, also developing an action plan and a Gantt chart for the execution of the proposed strategies. This information provided the basis for the proposed strategic plan, which was structured into three main areas: advertising strategy, menu expansion strategy, and training strategy for all D'Vero Steak house staff. The implementation of the strategic plan will require an investment of \$3,310, and is expected to improve food service sales in La Maná Canton.

**Keywords:** Strategic plan, sales, operational management, strategies, analysis, customers.