



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “LA MANÁ”

CARRERA:

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA
TIENDA DE ROPA ZAE STORE UBICADA EN EL CANTÓN LA
MANÁ PERIODO 2024**

AUTORES:

CARLOS HERIBERTO ZAMBRANO VERDESOTO

MADELYN NALLELY HINOJOSA PICO

LA MANÁ – COTOPAXI – ECUADOR

2024

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo la implementación de un plan de marketing para incrementar las ventas de la tienda de ropa Zae Store ubicada en el cantón La Maná, llevar a cabo con sus planes de ventas por medio de las redes sociales ya que cada día hay nuevas innovaciones en el mercado de la moda, resaltar por medio de nuestras prendas novedosas en cada temporada del año la mayoría de medios de marketing son utilizados en la actualidad por la capacidad que tienen y proporcionan para hacer posible los negocios virtuales. Con la implementación de un plan de marketing como una herramienta para aumentar las ventas en la tienda Zae Store utilizando las técnicas y estrategias que permitan el incremento de las ventas tanto sean de manera interna y externa del cantón.

La falta de estrategias relacionadas con el marketing es lo que nos dificulta llevar a cabo los objetivos que propone la tienda, también la creación de nuevas competencias con el mismo servicio nos debilita, el crecimiento que se quiere llevar a cabo en la tienda de ropa.

Palabras claves: Marketing, innovaciones, Ventas, Estrategias, Plan de acción.

ABSTRACT

The present thesis aims to implement a marketing plan to increase sales at Zae Store, a clothing store located in the La Maná canton. The intention is to execute sales plans through social media, leveraging the constant innovations in the fashion market. Highlighting our novel garments in each season of the year, most marketing mediums are currently utilized due to their capacity to facilitate virtual businesses.

By implementing a marketing plan as a tool to boost sales at Zae Store, utilizing techniques and strategies to increase sales both internally and externally from the canton. The lack of marketing-related strategies is what hinders us from achieving the store's proposed objectives. Additionally, the emergence of new competitors offering similar services weakens us in achieving the desired growth in the clothing store.

Keywords: Marketing, innovations.

REVISADO Y VALIDADO POR:
<i>Mgs. BRAVO MINDA LUIS EDMUNDO/</i>
DOCENTE DE IDIOMAS IST “LA MANÁ”