



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “LA MANÁ”

CARRERA:
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA

PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA:

PLAN ESTRATÉGICO PARA POSICIONAR LA MARCA “RONNY
CAR” EN EL MERCADO, EN EL CANTÓN LA MANÁ, PERÍODO 2024.

AUTORES:

Peralta Velez Angy Belen

Romero Jimenez Antonelly Tatiana

TUTOR:

Mg. Edison Crow Sarmiento

LA MANÁ – COTOPAXI – ECUADOR

2024

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de investigación se detallan los hallazgos encontrados en la Micro Empresa Ronny Car del Cantón La Maná, con la finalidad de proponer un plan estratégico que permita posicionar la marca en la plaza local, con miras al mercado nacional e internacional. La principal actividad es comercializar auto lujos para automotores y apliques adhesivos para diferentes tipos de superficie y para promover la mercadotecnia de empresas. El diseño de las estrategias permitirá seguir un proceso adecuado que permita aumentar el número de clientes y de esta manera mejorar las ventas. Al realizar un diagnóstico interno y externo encontramos que la marca no es muy conocida; por lo tanto, como principal estrategia se sugiere que se convierta en importadores directos y de esta manera disminuir los costos para tener precios más competitivos. Abarcando más mercado así se posicionará la marca, hemos propuesto El Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación para crear entre otras cosas una página web y un catálogo virtual de productos para también poder vender de manera digital. La capacitación impartida también permitirá tener una mejor calidad en el servicio, beneficiando al dueño en una manera más ordenada que podrá gestionar y administrar mejor el negocio. Es importante destacar que el desarrollo del trabajo de investigación beneficiará de forma directa a la micro empresa, además de beneficiar a los autores o investigadores permitiendo aplicar los conocimientos teóricos aportando soluciones a los problemas reales. Para finalizar se plantea en plan de acción que se deben ejecutar para fomentar de manera objetiva el cumplimiento de las metas establecidas.

Palabras clave: Estrategia, mercado, mercadotecnia

ABSTRACT

This research work details the findings found in the Micro company Ronny Car of canton La Maná, with the aim of proposing a strategic plan to position the brand in the local market, with a view to the national and international market. The main activity is the commercialization of luxury cars for automobiles and adhesive applications for different types of surfaces and to promote the marketing of companies. The design of the strategies will allow us to follow an adequate process that allow us to increase the number of clients and thus improve sales. When carrying out an internal and external diagnosis we found that the brand is not very well known; therefore, as a main strategy it is suggested to become direct importers and, in this way, reduce costs in order to have more competitive prices. We have proposed the use of Information and Communication Technologies to create among other things a website and a virtual catalogue of products in order to be able

