

## RESUMEN EJECUTIVO

Todos los conocimientos adquiridos en mis años de estudio en la Universidad Técnica del Norte, han sido mi soporte y sustento para llevar a cabo de manera profesional el desarrollo de mi trabajo de grado. Es así que se plantea la Elaboración de un Plan de Comercialización y Ventas enfocado en aspectos como: la importancia de la imagen corporativa, la comercialización y distribución de los productos, los medios de comunicación, la capacitación al personal, entre otras, todo esto posterior al análisis de datos y planificación. Desde la concepción del proyecto de investigación, la recolección de información nos da la pauta para proponer con la ayuda de los directivos de la empresa un plan para mejorar las ventas y la comercialización de los productos, el mismo que incluirá temas relacionados con el marketing, es decir una campaña publicitaria que se ajuste a la realidad de la empresa y al mismo tiempo ayude a que las personas lleven en su mente la marca MORO y la relacionen con los productos que comercializa.

Es necesario además concientizar que el éxito de la aplicación de un proyecto requiere necesariamente del compromiso de todos los miembros que desean el éxito, por ello con ayuda de los directivos, el ingenio, la creatividad y la buena toma de decisiones se logrará alcanzar los objetivos propuestos

## **EXECUTIVE SUMMARY**

All the knowledge acquired in my years of study at the Technical University of the North, have been my support and sustenance to perform professionally develop my grade. This research project has been developed in order to solve a problem that exists within the company's Industrial Products the SCC Chinito City Ibarra. Thus arises the Development of Sales and Marketing Plan focused on issues such as the importance of corporate image, product handling, making use of the media, all subsequent data analysis and planning. From the inception of the research project, gathering information that confirmed the existence of the problem we find that there is carelessness on the part of managers of the company and give little importance to marketing. It is true that a campaign is very expensive, but what this paper proposes is not expensive and if very beneficial for maintenance and projects in the market. Needless to say, the successful implementation of a project necessarily requires the commitment of all members who want success, its managers must be more creative, resourceful and confident when making important decisions, knowing and accepting and addressing internal weaknesses to overcome, and only with a compromise everyone will achieve the objectives.