

## RESUMEN

Faconza ha visto disminuir sus ventas y por tanto perder varias oportunidades en un mercado que tiene mucho mayor potencial. A través del diagnóstico estratégico será posible observar las fortalezas así mismo vulnerabilidades como el no disponer de procedimientos establecidos lo cual genera errores y problemas que finalmente disminuyen la confianza en sus clientes. Se realizará un estudio de mercado que permitirá determinar las características de los principales consumidores, sus hábitos de compra y requerimientos de servicios para sus vehículos, mostrando los aspectos clave que deben considerarse para satisfacer los mismos y con ello incrementar la clientela. El plan de marketing a desarrollarse, permitirá plantear estrategias orientadas a posicionar a la empresa respaldadas mediante el mejoramiento de los servicios y la garantía de una oferta de servicios de calidad, la creación de un nuevo punto de servicio que será importante para el crecimiento de las ventas y la sustentación de los nuevos costos requeridos para mejorar la calidad y finalmente una campaña comercial que logre que los clientes puedan recordar la marca y conocer donde se encuentra y por qué utilizar ese servicio, lo cual complementado con la calidad y la imagen permitirá lograr los objetivos de posicionamiento y crecimiento empresarial. Finalmente se realizará una evaluación financiera, donde encontraremos los estados financieros proyectados y el análisis de sensibilidad con el fin de determinar la viabilidad del proyecto.

Palabras clave:

- Marketing
- Posicionamiento
- Vehículos
- Estrategia
- Ventas