

## RESUMEN EJECUTIVO

La elaboración de la investigación tiene como fin diseñar un plan estratégico de marketing para incrementar el posicionamiento de la empresa Filicréditos en el mercado en el cual se desenvuelve, fue constituida en 1976 y se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, específicamente en la intersección de las calles Bolívar y García Moreno en el Centro Histórico del Distrito Metropolitano. El negocio de Filicréditos gira en torno a la comercialización de productos de las diferentes líneas de Electrodomésticos y muebles, la mayor parte del local esta utilizada por la línea blanca, café y de muebles (comedores, salas, juegos de cama). Con la realización de la investigación de mercados se identificó el segmento seleccionado para Filicréditos y al cual debe de enfocar sus esfuerzos y principalmente los atributos que las personas prefieren, dando como resultado la prioridad al servicio, parqueadero y variedad, por lo que hay que enfocar en mejorar y resaltar esos atributos en la empresa. El plan de marketing, se enfoca en desarrollar estrategias para cada uno de los elementos del marketing Mix (producto, plaza, promoción y publicidad) los cuales permitan contrarrestar los problemas que tiene actualmente la empresa. La implementación del plan de marketing en la empresa conlleva beneficios tanto económicos como de posicionamiento en los clientes y potenciales clientes de Filicréditos, además de establecer mejoras internas en beneficio del principal activo de la empresa ofreciendo productos y servicios de calidad.

### **Palabras claves:**

- ✓ Posicionamiento
- ✓ Implementación
- ✓ Electrodomésticos
- ✓ Filicréditos
- ✓ Plan de marketing