**RESUMEN**

El presente proyecto tiene como objetivo principal proponer un sistema de comercialización para mejorar las ventas en las Pymes de la zona urbana de la ciudad de Ambato, provincia del Tungurahua. Actualmente, estas empresas se encuentran con problemas económicos debido a los bajos ingresos por ventas que generan ya que de acuerdo a una investigación realizada éstas han sufrido una baja significativa, es por eso que algunas se han visto obligadas a finalizar su actividad económica. Por esta razón se desarrolló ésta investigación con la finalidad de analizar y dar una solución a esta problemática mediante el desarrollo de un sistema de comercialización que se adapte a cualquier tipo de Pymes sin importar el tipo de actividad económica a la que se dedique. Para esto, se realizó la identificación respectiva del problema y los objetivos a desarrollarse durante toda la investigación, se procedió a la realizar el marco teórico para ampliar más los conocimientos conceptuales sobre el tema para entenderlos de una mejor manera, además, se utilizó el marco metodológico para conseguir información más relevante y evidenciar el problema más de cerca, lo que conllevó a la utilización de una encuesta dirigida a los propietarios y gerentes de las Pymes, dando como resultado la necesidad de implementar un sistema que ayude a mejorar las ventas. Llegando de esta manera a proponer una reestructuración de un sistema de comercialización para dar solución a la problemática y mejorar los niveles de ingresos mediante un plan de mejoramiento del sistema de comercialización.

**Palabras claves:**

* **SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN**
* **NIVEL DE VENTAS**
* **PLAN DE MEJORAMIENTO**

**ABSTRACT**

The present project has as main objective to propose a marketing system to improve the sales in the SMEs of the urban zone of the city of Ambato, province of Tungurahua. Currently, these companies are facing economic problems because of the low sales revenues because according to a research conducted sales this year have suffered a significant drop, that is why some of them have been forced to end their economic activity. Reason why this research was developed in order to analyze and give a possible solution to this problem with the development of a marketing system that adapts to SMEs no matter what type of economic activity is involved. For this, the respective identification of the problem and the objectives to be developed during the whole investigation was carried out; the theoretical framework was developed to further expand the conceptual knowledge on the subject in order to understand it better. In addition, the methodological framework to obtain more relevant information and to highlight the problem more closely, which leads to the use of a survey aimed at the owners and managers of SMEs, resulting in the need to implement a system to help increase sales. In this way, to propose a restructuring of marketing system to solve the problem and improve sales levels through a plan to improve the marketing system.

**Key words:**

* **MARKETING SISTEM**
* **SALES LEVEL**
* **IMPROVEMENT PLAN**