



ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA PARA LAS PYMES, PARA EL AUMENTO DE SUS VENTAS Y LA COMPETENCIA EN EL MERCADO ABARROTERO

Cristian de Jesus Macias Ruiz ¹ y Virginia Azuara Pugliese²

1 Coordinacion Academica Region Altiplano Oeste, 2 coordinacion academica region altiplano oeste uaslp.
criz1095@hotmail.com

La mercadotecnia se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas hoy en día por las organizaciones ya que nos brinda una seria de información la cual ayuda al funcionamiento de las empresas y que nos ayuda a generar estrategias, es por ello que se pretende estudiar los negocios en el ramo abarrotero del municipio de salinas para conocer qué tipo de estrategias utilizan para el aumento de sus ventas y así mismo tener competitividad con otros negocios. Se estudiará a los dueños de los negocios del ramo abarrotero y así mismo a un total de población de 100 clientes, esto con la finalidad de conocer porque asisten a realizar sus compras en esos establecimientos. De acuerdo a los datos que arroje la investigación se generara un manual de estrategias de mercadotecnia las cuales los dueños puedan utilizar dentro de sus establecimientos para que les pueda ayudar para mejorar las ventas y su servicio hacia los clientes, sin que teman al cambio de su negocio tanto estructuralmente como física. La investigación puede ser clasificada de tipo cuantitativo, cualitativo, transversal y de campo.