

Resumen

El presente proyecto de investigación consiste en el desarrollo de una estrategia de penetración de mercado para la panadería Aparicio ubicada en el barrio Santa Rosa de la ciudad de Tarija, provincia Cercado.

El proyecto se basa en un perfil en el cual se dan a conocer todos los aspectos más relevantes de la empresa, como su modus operandi, los principales problemas que presenta y la justificación del mismo, también el alcance del proyecto, sus limitaciones, los métodos, técnicas y objetivos propuestos.

Se ha desarrollado un conjunto de aspectos teóricos relacionados a temas de marketing y dirección estratégica con la finalidad de facilitar la comprensión con conceptos clave y las herramientas utilizadas en el proyecto que se encuentran plasmados en el marco teórico.

Se podrá observar un diagnóstico realizado para comprender el entorno externo en el que se desenvuelve la panadería, con el fin de reconocer posibles oportunidades y amenazas a las que se ve expuesta, se hizo un análisis del microentorno para tener una visión más precisa acerca de cómo se maneja el sector en específico y poder conocer cuáles son las fuerzas que tienen mayor repercusión en la panadería. También se realizó un análisis interno que permite conocer las características que posee, pudiendo así determinar cuáles son sus mayores debilidades y fortalezas, haciendo énfasis en sus productos y su competitividad para tener en claro la situación actual en la que se encuentra.

Para finalizar se realizó una propuesta científica que consiste en el desarrollo de la estrategia intensiva de penetración de mercado, dándole nuevas directrices para lograr los objetivos de crecimiento, basándose en valores, un programa promocional que se basó en la información obtenida de la investigación de mercado y en un presupuesto detallado para cada actividad propuesta y respaldado por los recursos disponibles provenientes de las utilidades demostradas en el análisis interno.

Summary

This research project consists in the development of a market penetration strategy for the Aparicio bakery located in the Santa Rosa neighborhood of the city of Tarija, Cercado province.

The project is based on a profile in which all the most relevant aspects of the company are disclosed, such as its modus operandi, the main problems it presents and its justification, also the scope of the project, its limitations, the methods, techniques and objectives proposed.

A set of theoretical aspects related to marketing and strategic management issues has been developed in order to facilitate comprehension with key concepts and the tools used in the project that are embodied in the theoretical framework.

A diagnosis may be observed; carried out to understand the external environment in which the bakery operates, in order to recognize possible opportunities and threats to which it is exposed, an analysis of the microenvironment was made to have a more precise vision of how the sector is managed specifically and to know which are the forces that have the greatest impact on the bakery. An internal analysis was also carried out that allows to know the characteristics that it possesses, thus being able to determine which are its greatest weaknesses and strengths, emphasizing its products and its competitiveness to be clear about the current situation in which it is found.

Finally, a scientific proposal was made consisting of the development of the intensive market penetration strategy, giving new guidelines to achieve growth objectives, based on values, a promotional program that was based on the information obtained from market research and in a detailed budget for each activity proposed and backed by the resources available from the utilities demonstrated in the internal analysis.