RESUMEN

La Panificadora Súper Pan establecida en la ciudad de Machachi desde hace más de 20 años, dedicada a la producción y comercialización de productos de panadería y pastelería y complementarios, busca posicionarse como la número uno dentro del mercado local, es así, que se lleva a cabo una propuesta estratégica de marketing para posicionar la panificadora Súper Pan en la ciudad de Machachi.

Como primera actividad se realizó un análisis de los factores situacionales que afectan y favorecen a la empresa, dando como resultado que actualmente la panificadora posee grandes ventajas que provienen del Gobierno central, las cuales pueden ser aprovechadas como son: el ámbito tecnológico e industrial. Con el fin de conocer más a fondo los requerimientos y necesidades de sus clientes, se llevó a cabo una investigación de mercado, obteniendo resultados interesantes, como la demanda de nuevos productos y servicios. La investigación también arrojó datos que sirven para estructurar mejor el servicio actual, la oferta de sus productos y la demanda insatisfecha.

Con los datos obtenidos y bien procesados, se obtuvo la información que dio lugar a una planificación y estructuración técnica de la empresa. Se definió el direccionamiento estratégico y se propuso un plan de marketing que fomente el consumo y ayude a conseguir el objetivo deseado, que es posicionar la empresa como la número uno del mercado local.

Dentro de la propuesta, se establecieron aplicar estrategias bien definidas referentes a: precio, plaza, promoción, producto, procesos y personal. El proyecto

requiere de una inversión de $25.325,00 dólares. Valores que van a ser financiados directamente por parte de la empresa con capital propio.

En la evaluación financiera se plantearon tres escenarios posibles: probable 15% de incremento en ventas, optimista 30% y pesimista 10%. Tomando como referencia el escenario probable, se calculo que la TIR es de 45% superior a la TMAR que es de 14%, lo que indica que la aplicación del proyecto es viable.

La recuperación de la inversión, se dá en un periodo de tiempo de 1 año, 4 meses y 9 días. Tiempo razonable y adecuado para recuperar la inversión. La razón beneficio costo (RB/C) es de $3,90 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene una rentabilidad de $2,90 dólares. En cuanto a la sensibilidad del proyecto, el mismo se hace vulnerable a la disminución de la demanda y al incremento indiscriminado de los costos de salarios y materias primas para la producción y comercialización.

SUMMARY

The Super Pan Bakery established in the city of Machachi for over 20 years, dedicated to the production and marketing of bakery products and complementary to position itself as the number one in the local market, so, that takes out a strategic marketing to position the Super Bread bakery in the city of Machachi.

The first activity is an analysis of the situational factors that affect the company and favor, resulting in the bakery currently has great advantages that come from the central government, which can be exploited as: the technological and industrial. To better understand the requirements and needs of its customers, was conducted market research, obtaining interesting results, as the demand for new products and services. The investigation also yielded data used to structure the current service, the supply of its products and the unmet demand.

With the data obtained and processed well, information was obtained that led to a technical planning and structuring of the company. We defined the strategic direction and set a marketing plan to promote consumption and help achieve the desired goal, which is to position the company as the number one local market.

Within the proposal, applying established cut strategies regarding: price, place, promotion, product, processes and personnel. The project requires an investment of $25,325.00 dollars. Values will be funded directly by the company with equity.

The financial evaluation raised three possible scenarios: likely 15% increase in sales, 30% optimistic and 10% pessimistic. Taking the likely scenario is that the IRR calculation is 45% higher than the MARR is 14%, indicating that the implementation of the project is viable.

The payback occurs in a time period of one year, four months and nine days. Reasonable and adequate time to recover the investment. The cost benefit ratio (RB / C) is $ 3.90 U.S. dollars, which means that for every dollar spent you get a return of $ 2.90 U.S. dollars. Regarding the sensitivity of the project, it becomes vulnerable to falling demand and rising costs indiscriminate wages and raw materials for production and marketing.