



TRABAJO FINAL DE GRADO LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Título del trabajo: Plan de marketing para una empresa bahiense dedicada a la elaboración y comercialización de productos de pastelería gourmet

Nombre y apellido del alumno: Florencia Mariana Clemente

Nombre y apellido del tutor(es)/colaborador especial: Carolina Pereyra Huertas

Correo electrónico del alumno: FM.Clemente@hotmail.com

Palabras clave: Plan de marketing, sector gastronómico, propuestas de mejora

Resumen

En los últimos años se ha observado que existe una propensión a la apertura de locales gastronómicos en la ciudad de Bahía Blanca. Esta tendencia es acompañada por nuevos gustos y preferencias de los consumidores que disfrutan del juntarse entre amigos y salir en búsqueda de entretenimiento y distensión.

Esta realidad ha producido que el sector gastronómico se convierta en un área de creciente competitividad, de un vertiginoso desarrollo de nuevos negocios, y donde los competidores incrementan su oferta para mantener y ampliar su participación en el mercado.

El presente trabajo consiste en desarrollar un plan de marketing para una empresa local, dedicada a la producción y comercialización de productos de pastelería gourmet, para identificar metas y estrategias con el propósito de lograr el posicionamiento deseado.

En primer lugar se efectuó un análisis y una descripción del negocio, respecto de sus características internas para identificar fortalezas y debilidades.

Luego, se procedió a analizar el entorno, y para definir la situación del mercado, se realizó un análisis de los competidores actuales, potenciales, los productos sustitutos, los proveedores y clientes.

Para identificar el perfil del consumidor se llevó a cabo una investigación de mercado y, mediante una encuesta, que se realizó a una muestra representativa de la población, se obtuvieron los datos necesarios para conocer el posicionamiento de la empresa, el grado de aceptación de los productos e información respecto de factores a mejorar para ofrecer un servicio de excelencia.

Posteriormente, se desarrolló una descripción del plan de marketing que actualmente aplica la organización con el propósito de posicionarse como una pastelería de alta calidad, lograr que la marca se perciba como única y exclusiva y diferenciarse del resto de sus competidores.

Finalmente, se procedió a realizar propuestas de mejora con el propósito de lograr un mejor posicionamiento en el mercado.