



“Universidad del Sureste”

Turno matutino.

Desarrollo empresarial.

“El mercado”

Presenta:

Yadira Barrios López.

Sexto Cuatrimestre ‘U’.

Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Catedrático:

Lic. Víctor Antonio González Salas

Domingo 05 de julio de 2020

Tapachula, Chiapas, México.

## **Postres mexicanos.**

### **Objetivos del marketing a corto, mediano y largo plazos**

- **Corto plazo (6 meses).**

Competir en el mercado de postres y dulces localizado en las cafeterías de la UNACH, Campus Tapachula alcanzando niveles de venta de 30 000 porciones (150 g cada una) al mes.

- **Mediano plazo (1 año).**

Distribuir el producto en tiendas de conveniencia y en supermercados ubicados en Tapachula, vendiendo 42 000 porciones (150 g cada una) al mes.

- **Largo plazo (2 años)**

Permanecer en el mercado y distribuir el producto en otros estados de la República Mexicana, vendiendo 63 000 porciones (150 g cada una).

### **Consumo aparente.**

- a) El número de clientes potenciales es de 12, 758.
- b) El consumo unitario aparente (por cliente) es de
  - 7 531 personas lo consumirían 1 vez por semana.
  - 994 lo consumirían 2 veces por semana.
  - 3 317 lo consumirían 1 vez al mes.
  - 944 lo consumirían ocasionalmente

El consumo mensual aparente del mercado es de 41 553 porciones individuales.

### **Demanda potencial a corto, mediano y largo plazos**

- **Corto plazo:** para que la empresa sea rentable tiene que cubrir 70% del mercado potencial (cafeterías de la UNACH); es decir, tener una producción total mensual de 30 000 porciones.

- **Mediano plazo:** un crecimiento del mercado de 40%; es decir, se espera vender 42 000 porciones mensuales al comenzar a distribuirlo en tiendas de conveniencia, tales como OXXO y Modelo Plus, así como en supermercados como Soriana, Chedraui y Walmart.
- **Largo plazo:** un crecimiento de 70%; es decir, se esperan ventas de 63 000 porciones mensuales al comenzar a introducir el producto en otros estados de la República Mexicana.

### Participación de la competencia en el mercado.

Nombre del competidor	Ubicación	Principal ventaja
Pastelería <i>Los Ángeles</i>	Tapachula, Chis.	Es conocido y tiene buena presentación
Pastelería <i>La casita de Mariana</i>	Tapachula, Chis.	Es conocido y tiene buena presentación
Pastelería <i>Santa Mónica</i>	Tapachula, Chis.	Es conocido y tiene buena presentación

### Distribución y puntos de venta

El sistema de distribución seleccionado es la venta directa del productor al consumidor final. Escogimos este sistema debido a que República, como empresa prestadora de servicios, está consciente de que el trato personal ayuda a mejorar la comunicación con el cliente, así como el entendimiento de sus necesidades y expectativas particulares. Además, se puede guiar al cliente por la galería de proyectos de República que mejor reflejen sus intereses, como plantear los valores agregados de la empresa y obtener realimentación inmediata.

### Promoción del producto o servicio

- **Spot de radio.**

La cocina mexicana es una de las más ricas en todo el mundo; dentro de ella, los postres son una de las más suculentas delicias para el paladar de toda la familia. Ahora en México usted puede comer un delicioso y nutritivo postre sin tener que invertir tanto tiempo en la cocina. Postres Mexicanos ha creado La Morenita, el flan más delicioso y lo pone en su mesa en una práctica presentación económica. Postres Mexicanos La Morenita. La tradición mexicana en su mesa

– **Volante publicitario.**

Si usted gusta del sabor inigualable de los postres mexicanos, queremos invitarle a que pruebe el flan La Morenita, el único con el tradicional sabor mexicano, elaborado con ingredientes de alta calidad. Adquiera un flan La Morenita. La tradición mexicana en su mesa.

...