



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

“PASIÓN POR EDUCAR”.

**“INFLUENCIA DEL MARKETING OPERATIVO EN EL NIVEL DE
COMPETITIVIDAD DE LAS TIENDAS DE BARRIO DEL CENTRO DE
PALENQUE CHIAPAS”**

PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Asignatura:

SEMINARIO DE TESIS

PRESENTA

NOMBRE DEL ALUMNO

IXCHEL QUETZALY LIMÓN CABRERA

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

Mtro. Iván Alberto Morales Ocaña

VILLAHERMOSA, TABASCO, MARZO DE 2021.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El bajo nivel de competitividad en las tiendas de barrio del centro de Palenque Chiapas provocado por la entrada de cadenas de supermercados en el mercado popular, ha significado un notable decrecimiento en el volumen de ventas de los canales de distribución tradicionales y, a su vez el bajo poder de negociación frente a los proveedores que poseen actualmente los mismos. De la misma manera es evidente el desconocimiento de técnicas que les permitan a estos negocios potencializar sus actividades y a su vez fidelizar a sus clientes por lo cual es óptimo el empleo de estrategias que les generen nuevamente mayor participación en el mercado.

El constante decrecimiento en la participación en el mercado por parte de las tiendas de barrio en estos sectores ha creado una serie de problemáticas relacionadas con la falta de competitividad, aumento del número de tiendas que cierran en distintos sectores.

Cada negocio da empleo al menos a 2 personas”. Con esto, se puede deducir que las consecuencias de este fenómeno ocasionarían la reducción de las fuentes de ingreso de las familias en sectores suburbanos lo que a su vez provoca nuevas tensiones sociales como aumento del desempleo, propagación de malestar social e y el deterioro de la cohesión social y de la familia nuclear cuyo eje suele girar en torno de los negocios de las mencionadas familias. Por esto se hace necesario el análisis de esta situación compleja como una forma más en como la falta de protección de los pequeños negocios y emprendimientos frente a las grandes cadenas puede empeorar las condiciones de vida de parte de la población.

Ésta problemática logro ser descubierta siguiendo un proceso de análisis de diferentes factores que, tras estudiarlos detenidamente se determinó que apuntaban a esta situación que necesita ser combatida cuanto antes.

2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

De qué manera influye el marketing operativo en el nivel de competitividad en el mercado de las tiendas de barrio de Palenque Chiapas?

3. OBJETIVO GENERAL

Evaluar el nivel de competitividad en el mercado de las tiendas de barrio del centro de Palenque Chiapas a través de un análisis situacional. Diseño de estrategias de marketing operativo.

4. OBJETIVO ESPECÍFICO

Diseñar estrategias de marketing operativo para potencializar el nivel de competitividad de las tiendas de barrio del centro de Palenque Chiapas.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VISITAS A LAS TIENDAS DE VARRIO DEL CENTRO DE OALENQUE CHIAPAS	semana 1		
ACUERDO CON LOS TIENDEROS DEL SECTOR PARA ESTABLECER LA ASOCIATIVIDAD	semana 2		
ELABORACIÓN DE UN PRESUPUESTO EN EL QUE SE DETALLE LA INVERSIÓN REQUERIDA	semana 3		
SOCIALIZAR EL ESLOGAN Y COLORES CON LOS QUE SE IDENTIFICARÁ LA ASOCIACIÓN	semana 4		
ELABORACIÓN DE APLICACIONES PARA LA ASOCIACIÓN		semana 5	
CONCRETAR LA ADQUISICIÓN DE PERCHAS Y VITRINAS A USARSE EN LAS TIENDAS		semana 6	
ADQUISICIÓN DE ARTÍCULOS NECESARIOS PARA LA ADECUACIÓN DE LOS LOCALES		semana 7	
ORGANIZAR, PINTAR Y LOGRAR LA ESTANDARIZACIÓN DE LAS TIENDAS		semana 8	
CONCRETAR CON LOS PROVEEDORES LA ENTREGA DE MATERIAL POP (IMPLEMENTOS DESTINADOS PARA LA PROMOCIÓN DE UNA EMPRESA)			semana 9
DETERMINAR LA NUEVA ORGANIZACIÓN DE LOS ARTÍCULOS QUE SE OFERTAN EN TODAS LAS TIENDAS			semana 10
RECIBIR Y COLOCAR EL MATERIAL POP OTORGADO POR LA EMPRESA			semana 11

DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES
EN TODAS LAS TIENDAS DE LA
ASOCIACIÓN

semana 12