



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE  
CAMPUS SAN CRISTÓBAL**

**LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA**

**TALLER DE ELABORACIÓN DE TESIS**

**PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN**

**“EXPANSIÓN DE MERCADOS”**

**ALUMNO:**

**HUGO ALBERTO PÉREZ GONZÁLEZ**

**San Cristóbal de Las Casas, a 10 de julio de 2021.**

# CAPITULO I

## PROTOCOLO DE INVESTIGACION

### **Tema:**

Expansión en el Mercado de servicios en el régimen competitivo de Bodega Aurrera, en Chiapa de Corzo, Chiapas.

### **Título:**

Expansión en el mercado de servicios del régimen competitivo, en la tienda de conveniencia “Bodega Aurrera”, área de marketing, Ciudad de Chiapa de Corzo, Chiapas.

### **1.- Delimitación del Planteamiento de la Investigación**

Al pasar de los días las tiendas grandes al igual que bodega empiezan a sacar publicidad más enfocada a las personas más jóvenes, esto provoca una nueva reestructuración de la publicidad y poder confrontar a las otras empresas, pero al hacer esto se generan pérdidas a la empresa.

Ha tenido mucho éxito la publicidad de parte del área de marketing, tienen una gran estructura de publicidad, esto para dar competencia a los demás supermercados, en sus campañas ponen a figuras populares de México con eslogan que te dan un buen mensaje de lo barato que es comprar en esta tienda.

Durante muchos años usaron la campaña de “Bodega Aurrera la campeona de los precios bajos” esto fue un gran atractivo para las personas e incentivarlos para comprar, más reciente sacaron una campaña para atraer a clientes más jóvenes y seguir con el proceso de expansión al público joven.

Estas iniciativas dentro de la competitividad entre las empresas es algo bueno ya que no solo se estarán enfocando en las personas adultas, si no que están entrando a una nueva área para las ventas, que tienen un gran potencial económico para la empresa, porque las personas jóvenes no solo están interesados en artículos de primera necesidad, si no que ven más los productos inteligentes o los aparatos tecnológicos que prometen hacer más fácil las cosas cotidianas.

La estrategia que usa bodega Aurrera en chiapa de corzo es de las ofertas y publicidad por medio de perifoneo, con esto para llegar a las personas que no tienen el acceso a canales televisivos o acceso a internet, con esto se atraen a las personas por los beneficios económicos que dan a diferencia de la competencia.

Estas estrategias que usan están llegando a personas que pensaban que esta marca solo tenía productos que sus precios estaban por arriba del nivel económico al que ellos podían acceder, con el perifoneo se busca dar a conocer dentro de un sector económico un poco más bajo y que sepan que la tienda tiene muy buenas ofertas para las personas que no obtienen una gran fuente de ingresos.

Dentro de los problemas que ha dado la llegada de las grandes empresas, en cierta forma a pegado un gran golpe a la economía local, ya que muchos micros empresas han tenido una disminución en ventas, algunas han tenido que cerrar por la falta de clientes, pero dentro de esto, los mercados y algunas tiendas han podido competir

contra estas empresas, esto por la calidad y la frescura de los productos que se ofrecen.

Por tanto la delimitación de esta investigación, se centrará en las competencias entre franquicias dentro del rubro del servicio, enfocándose en empresas, con miras a la expansión dentro del mercado obteniendo así la valides de las personas y poder generar las ventas necesarias para que la franquicia pueda subsistir y en el mejor de los casos seguir con su expansión a nivel estatal, ya que esto sería a lo que muchas empresas aspiran en un futuro

## **2.- Planteamiento del Problema**

Chiapa de Corzo tiene una población de 113, 221 personas en el cual el rasgo social predominante es bajo, de este índice se estructura por cinco apartados. Chiapa de Corzo no tiene tan buena calidad socioeconómica dado que no se tiene tanto acceso a servicios básico y la mayoría de la población es de origen campesino.

Esto predomina por la falta de trabajo también, las personas al ver poca oportunidad deciden emigrar a diferentes partes donde tengan más posibilidades, y por parte del estado y del gobierno de Chiapa de Corzo tienen propuestas para que las personas puedan optar por abrir negocios o para que empresas opten por el pueblo para establecer una sucursal.

Bodega Aurrera surge en el centro de la ciudad de México, en el mes de diciembre, en el año de 1958, fue fundado por los hermanos jerónimo, Manuel y placido Aragón. La meta de la tienda es llevar a la mayor parte de la población del país productos de calidad a los precios más bajos en forma permanente.

Bodega Aurrera es una tienda en donde se obtienen muchos productos, donde encuentra artículos de primera necesidad, estas están ubicados principalmente en zonas urbanas, donde las personas tengan un índice económico medio y tengan una buena población.

La presencia de bodega Aurrera es para competir con otras franquicias y convertir la tienda en la mejor y más grande empresa detallista, atreves de ofrecer a tiempo los mejores productos y brindar un servicio excelente, esto con lleva a mejorar las estrategias publicitarias, para poder llegar a todo tipo de consumidores.

Las tiendas de Aurrera, llegaron a Chiapas en el año de 1998 para que la empresa empezara a incursionar en el estado, tuvieron que aportar 131 millones de pesos con los cuales crearon cuatro sucursales en los municipios de Las Margaritas, Berriozábal, Teopisca y Motozintla, con lo cual generaron 249 empleos directos y 243 indirectos. En la actualidad, bodega tiene proveedores establecidos en Chiapas, de los cuales hay 20 empresas de origen chiapaneco, que venden 66 productos en estas tiendas.

La estructura que tiene bodega Aurrera en Chiapa de Corzo, consta de un gerente el cual tiene una subgerencia a su disposición ante cualquier situación, la subgerencia trae a cinco departamentos las cuales son, el área de seguridad, área de operación, área administrativa, de ventas y el área de sistemas, todas estas áreas deben de estar relacionadas para el buen funcionamiento de la empresa.

La estructura de trabajo que tiene bodega, es muy buena ya que no recarga todo los deberes y obligaciones a la gerencia, sino que tiene que pasar por un filtro lo que en este caso sería la subgerencia, es una buena estrategia, porque la

subgerencia puede analizar los problemas o datos de las demás áreas y notificar a la gerencia para los datos o problemas más complicados o de mayor relevancia para el funcionamiento de la empresa.

El área de marketing es la encargada de hacer los anuncios publicitarios de la empresa, pero para esto se deben de hacer juntas o investigaciones para saber las tendencias en los clientes, así como descubrir nuevas plataformas para darse a conocer a través de las diferentes plataformas que a día de hoy se manejan entre los ciudadanos de cualquier lugar

Esta área no se encuentra en todas las tiendas, toda la publicidad que se hace es para todas las tiendas que se encuentran en la república mexicana, esto por que generaría más gastos a la empresa y no sería buena idea en el ámbito de las ventas, porque en cada lugar urbano hay más de una tienda Aurrera y quedaría producto rezagado.

Gracias a los esfuerzo y las buenas decisiones tomadas el área de marketing ha hecho que Aurrera tenga los resultados esperados en las ventas, en lo más relevante que han hecho es la creación de la icónica mamá lucha, la cual es la figura que se asocia a las tiendas, y con los buenos eslogan que crearon dio un gran resultado, con el que se ganan a más clientes a lo largo de la república.

El problema es que al pasar de los días las tiendas grandes al igual que bodega empiezan a sacar publicidad más enfocada a las personas más jóvenes, esto provoca una nueva reestructuración de la publicidad y poder confrontar a las otras empresas, pero al hacer esto se generan pérdidas a la empresa.

Ha tenido mucho éxito la publicidad de parte del área de marketing, tienen una gran estructura de publicidad, esto para dar competencia a los demás supermercados, en sus campañas ponen a figuras populares de México con eslogan que te dan un buen mensaje de lo barato que es comprar en esta tienda.

Durante muchos años usaron la campaña de “Bodega Aurrera la campeona de los precios bajos” esto fue un gran atractivo para las personas e incentivarlos para comprar, más reciente sacaron una campaña para atraer a clientes más jóvenes y seguir con el proceso de expansión al público joven.

Estas iniciativas dentro de la competitividad entre las empresas es algo bueno ya que no solo se estarán enfocando en las personas adultas, si no que están entrando a una nueva área para las ventas, que tienen un gran potencial económico para la empresa, porque las personas jóvenes no solo están interesados en artículos de primera necesidad, si no que ven más los productos inteligentes o los aparatos tecnológicos que prometen hacer más fácil las cosas cotidianas.

La estrategia que usa bodega Aurrera en Chiapa de corzo es de las ofertas y publicidad por medio de perifoneo, con esto para llegar a las personas que no tienen el acceso a canales televisivos o acceso a internet, con esto se atraen a las personas por los beneficios económicos que dan a diferencia de la competencia.

Estas estrategias que usan están llegando a personas que pensaban que esta marca sólo tenía productos que sus precios estaban por arriba del nivel económico al que ellos podían acceder, con el perifoneo se busca dar a conocer dentro de un sector económico un poco más bajo y que sepan que la tienda tiene muy buenas ofertas para las personas que no obtienen una gran fuente de ingresos.

Dentro de los problemas que ha dado la llegada de las grandes empresas, en cierta forma a pegado un gran golpe a la economía local, ya que muchos micros empresas han tenido una disminución en ventas, algunas han tenido que cerrar por la falta de clientes, pero dentro de esto, los mercados y algunas tiendas han podido competir contra estas empresas, esto por la calidad y la frescura de los productos que se ofrecen.

La importancia sobre esta investigación que realizare seria el poder trabajar con más conocimientos en la materia de la competencia entre franquicias en el rubro de servicio, esto se enfocaría más para las empresas que quisieran expandirse en el campo competitivo.

para que tengan una base del cual guiarse para poder establecerse en el mercado, obteniendo así la valides de las personas y poder generar las ventas necesarias para que la franquicia pueda subsistir y en el mejor de los casos seguir con su expansión a nivel estatal, ya que esto sería a lo que muchas empresas aspiran en un futuro.

### **3.- Pregunta de Investigación:**

¿Qué estrategias competitivas, genera el departamento de marketing entorno a las ventas en Bodega Aurrera de Chiapa de Corzo?

### **4.- Preguntas de Investigación:**

¿Cuáles son las características de las promociones, como una estrategia competitiva del departamento de marketing de Bodega Aurrera, Chiapa de Corzo?



¿Cuáles son las características del análisis de mercado, que coordina el departamento de marketing como una expansión territorial, de Bodega Aurrera

¿Qué riesgos conlleva el hacer un mal manejo del márketing dentro de la empresa?

### **5.- Objetivo General:**

Analizar la expansión dentro del régimen competitivo del área de marketing, mediante la evaluación en la tienda conveniencia “Bodega Aurrera”, para realizar una propuesta de preparación del personal que interactúa con los clientes.

### **6.- Objetivos Específicos:**

1.- Identificar las diferentes estrategias competitivas de la empresa Bodega Aurrera en el entorno de Chiapa de Corzo, a través de un diagnóstico de las diferentes áreas, para valorar el impacto en el incremento de ventas mensuales.

2.- Describir y evaluar el área de marketing, mediante un análisis de mercado en cuanto a las características de las campañas publicitarias principalmente en Chiapa de Corzo, para descubrir la estructura organizativa del plan de calidad enfocado a la producción de esta tienda de conveniencia.

3.- Generar un plan financiero y de marketing, a través proyecto de impacto de mercado, para incrementar la pequeña y mediana industria de Chiapa de Corzo, a fin de acrecentar la economía en la región chiapaneca.

## **7.- Justificación**

Lograr es tener siempre un acciones las cuales sean ofensivas y defensivas, para cuando las demás empresas decidan atacar con alguna publicidad dirigida hacia cierto sector de la población, nosotros tener un plan que pueda contra restar las acciones de los demás y no tener un gran impacto negativo en las ventas por parte de la publicidad de otros.

Durante este proceso se llevaran a cabo investigaciones de acuerdo el entorno donde queramos establecer el negocio, dentro de esto deberemos sacar las conclusiones de como deberíamos prepararnos dentro de las áreas que más interactuaran con los clientes, para poder dar una buen a impresión de la tienda y que se vea que se tiene el profesionalismo para poder atraer más clientes indirectamente.

Con esto se busca tener una posición arriba del resto de las empresas, esto lleva a que debemos tener ciertas características que nos distingan, con esto se busca tener una mayor rentabilidad y siempre estar a la vanguardia por posibles campañas que pongan a competir con los precios o diferentes actividades que beneficien a los clientes.

Lo que buscamos con esto es aportar el conocimiento de cómo pueden hacer las pequeñas empresas para poder seguir creciendo en el ámbito competitivo, de las estrategias, acciones y riesgos que pueden surgir durante el proceso de expansión y con esto lograr un mejor desarrollo en su tienda o negocio para que siga escalando en el mercado

Esto para que, se empiece a tener en cuenta todos los factores de riesgo, pero más el riesgo que las grandes empresas representan a los que quieren empezar, y que siempre se tenga en cuenta a los clientes que nos queremos dirigir por medio de la publicidad, directa o indirecta.

Atraves de la buena gestión de las estrategias, las cuales deberán de ser coherentes con los valores y metas de la empresa, que tengan un buen panorama de su entorno, que puedan solventar los gastos y que se tenga una buena organización, para que esto fluya como se quiere y no se tengan demasiados problemas a la hora de dar el primer paso para empezar una expansión.

Dentro de este aparatado se tendrá que dejar muy en claro los valores y metas de la empresa ya que eso será fundamental para poder dirigir bien el rumbo de la empresa junto con el área de marketing, para que se puedan crear slogans y la publicidad que den a conocer los valores de la empresa y el compromiso con los clientes de todas las edades.

Lo que se evaluara como procedimiento de una investigación será el nivel económico de la población del sector elegido para establecerse, esto conlleva q que las empresas también querrán llegar a ese sector ya que también querrán a los potenciales clientes de la zona.

Esto tendría un impacto en la economía de muchas personas, por la cantidad de personas que se contrataran para los diferentes sectores de la tienda y la construcción de la misma, pero también significara un problema para las tiendas de abarrotes o informales que son las que daban este servicio y tendrán que competir con una empresa más estructurada y planeación por delante.

El marketing es un sistema que se utiliza para el para analizar e identificar las necesidades de las personas, cuando se identifica esto se hace un estudio de mercado para analizar si es factible hacer publicidad del producto y el precio para poder venderlo.

Hay varios tipos de marketing, los cuales se adaptaron a los diferentes entornos, en que las personas pasan la mayor parte del tiempo, ya sea publicidad en las calles o en redes sociales.

El área de marketing es indispensable en bodega Aurrera como en cualquier empresa, esto por la alta competitividad que existe en el mercado, todo esto para que puedan ser un negocio rentable. Para lograrlo deben de estar al pendiente de las áreas que más interactúan con los clientes y las necesidades que surgen día a día.

Son diferentes factores los cuales emplea para lograr los resultados esperados, tales como el analizar indicadores económicos, la demografía, la situación política del país, bodega Aurrera frecuenta los estudios de diferentes empresas para saber cómo está la situación del lugar donde están presentes.

Las estrategias que se emplean para la venta, es en conjunto al departamento de ventas con el cual hacen un estudio cada cierto tiempo, con esto se tiene contemplado el entorno competitivo para ver los resultados que se obtienen a diferencia de la competencia.

Para que la empresa tenga éxito se tiene que hacer siempre investigaciones exteriores y interiores, para tener una siempre estrategias contra amenazas internas, encontrar los puntos débiles de nuestra empresa y enfocar para mejorar, se necesita saber lo que pasa en el exterior para poder visualizar las oportunidades.

## **8.- Hipótesis**

Hemos dicho que el problema de investigación se configura con la pregunta o la enunciación realizada por el investigador en torno de una necesidad teórica o práctica. Dichas preguntas o afirmaciones se resuelven en forma preliminar a la investigación con la formulación de la hipótesis de trabajo. En este sentido la hipótesis es la respuesta inicial y previa que presenta el/ la investigador (a) ante una problemática concreta.

La hipótesis se constituye en una explicación posible, aproximada que da el / la investigador(a) antes de iniciar la ejecución del proyecto. Al igual que el problema de investigación, la hipótesis no sale de la nada, enlaza lo conocido con lo desconocido, relaciona el conocimiento anterior con las posibles conclusiones que de él se obtienen.

En últimas impulsa el progreso de la investigación y conduce a nuevos resultados. Resulta conveniente señalar que no se debe temer al hecho de que las hipótesis iniciales o de trabajo sean refutadas.

Por lo que a continuación se plantea la siguiente hipótesis de investigación:

**Las estrategias competitivas del departamento de marketing, se están centrando en la reestructuración de la publicidad y se está dando la confrontación de las empresas, se debe a que se han acomodado en una zona de confort, trayendo por consecuencia bajas sustancias respecto a las ventas se refiere.**