



Participación de Mercado de la Panadería Zuriyhon en la ciudad de Estelí en el primer trimestre del 2019.

Jaqueline Jessenia López Córdoba.

Onelia Jasmina Lazo Palacios

Yasmina Ramírez Sobalvarro, tutora de tesis.

UNAN-Managua.

Correo Electrónico: jaquelinelopez1802@gmail.com

Correo Electrónico: oneliayasminlazo@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación tiene como objeto general analizar la Participación de Mercado de la Panadería Zuriyhon en la ciudad de Estelí el primer trimestre del 2019,

Como parte del proceso investigativo se procedió a la búsqueda de información relacionada con el tema de estudio. Dicha búsqueda se llevó a cabo en el repositorio unan managua, así como de sitios web y revistas electrónicas indexadas habiendo encontrado documentos impresos todo esto para la construcción del marco teórico.

Esto sirvió como base para la elaboración de los instrumentos como es la encuesta y la entrevistas dirigidas a clientes y a la propietaria de la panadería Zuriyhon con el objetivo de conocer la Participación de Mercado de la Panadería y el tipo de posicionamiento que esta tiene en el mercado de la ciudad de Estelí, así elaborar resultados que permitan dar repuesta al problema y objetivos propuestos, así como la elaboración de estrategias que faciliten la fidelización de los clientes actuales y potenciales.

Palabras Claves: Posicionamiento, Participación de Mercado, Fidelización, Clientes, Estrategias.

ABSTRACT

The general purpose of this research is to analyze the Market participation of the Zuriyhon Bakery in the city of Estelí in the first quarter of 2019.

As part of the investigative process, we proceeded to search for information related to the subject of the study. This search was carried out in the repository UNAN-MANAGUA, as well as indexed web sites and electronic journals having found printed documents all this for the construction of the theoretical framework.

This served as the basis for the elaboration of the instruments such as the survey and the interviews directed to clients and the owner of the Zuriyhon bakery with the objective of knowing the Market Participation of the Bakery and the type of positioning it has in the



market of the city of Estelí, so to elaborate results that allow to give answer to the problem and proposed objectives, as well as the elaboration of strategies that facilitate the loyalty of the current and potential clients.

Keywords: Positioning, Market Participation, Loyalty, Clients, Strategies.

INTRODUCCIÒN

El presente estudio de investigación se realizó con el propósito de analizar y recopilar información sobre la Participación de Mercado de la Panadería Zuriyhon, en la ciudad de Estelí del primer trimestre del año 2019. En la actualidad el rubro Panificador es cada día más competitivo y por consiguiente buscan herramientas y técnicas que les ayuda a fidelizar clientes de acuerdo a la calidad del servicio y el segmento de Mercado.

Una vez aplicado los instrumentos para la recopilación de datos se procede al uso del programa SPSS versión 22 y Excel 2016, obteniendo los resultados del estudio, esto se hace con el fin de lograr los objetivos de la investigación de la Participación de Mercado de la Panadería Zuriyhon en la ciudad de Estelí, utilizando información del marco teórico, se procesó y posteriormente se analizó para obtener información que serán de utilidad para el propietario de la panadería.

Por consiguiente, a esto, se muestran los supuestos de la investigación y el diseño metodológico, en el cual se muestra el tipo de estudio que es cualitativa, en el que también incluye, universo de estudio y etapas de la investigación, así también los mecanismos utilizados para la recopilación de datos.

Al final del documento se presentan las conclusiones y recomendaciones las cuales permitirán a la panadería Zuriyhon hacer propuestas que se consideran más pertinentes para la formulación de las estrategias dirigidas a la empresa para una mejora continua en el Mercado. Así mismo las bibliografías y anexos, donde se describen todas las fuentes consultadas para corroborar la cientificidad en este trabajo de investigación.

MATERIALES Y MÉTODOS

De acuerdo al propósito, naturaleza del problema y objetivos formulados, la investigación es de tipo cualitativa porque solo se habla de una unidad de estudio en este caso la Panadería Zuriyhion de la ciudad de Estelí. Además, representó un estudio descriptivo, porque permite el análisis de las variables de forma inductiva. (Vera Velez, 2008).

Por otra parte, las técnicas de recolección, que se emplearon fueron: la encuesta dirigida a clientes reales y potenciales de la Panadería Zuriyhion y entrevista, es importante recalcar que la entrevista fue dirigida a propietaria de la Panadería Zuriyhion Estelí. Estas fueron la base para descubrir la información que sustentó cada uno de los objetivos propuestos, además de que sirvió para comprobar que la información obtenida es real (Tamayo, 2001 p. 182).



Para este estudio dado, se utilizó dos universos o población de estudio, las cuales son:

Universo 1: 234 clientes de la Panadería Zuriyhon.

Universo 2: 25 pulperías de la ciudad de Estelí.

Esto es lo que se va a tomar como universo para efectos de la investigación y así obtener la muestra de la misma (Alvarez, 2012).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Identificar los factores que influyen en la Participación de Mercado de la Panadería Zuriyhon en la ciudad de Estelí.

Este apartado es de primordial importancia así se enfatiza en entrevista sostenida con la propietaria de la panadería Zuryhion cuando hace referencia sobre la producción, y utilidad del rubro panificador. (Sarantes k. (2019) Participación de Mercado (entrevista). Estelí Panadería Zuryhion.

Una vez aplicado el trabajo de campo se obtuvieron los siguientes resultados

Gráfico No.1



Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a clientes de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí.

Del total de las personas encuestados el 71% (89) indicaron que los precios en la Panadería Zuriyhon con respecto a la competencia son accesible y el 23% (29) manifestaron que los precios con respecto a la competencia son iguales, 6% (7) que los precios son bajos y el 1% (1) que son altos.

De acuerdo a los datos encontrados sobre los precios que Panadería Zuriyhon ofrece a sus clientes con respecto a la competencia, son bastantes accesibles lo cual indica que los compradores al momento de comprar el producto toman en cuenta el grado o el nivel que va



más allá de su condición. Lo que muestra que el precio para la Panadería Zuriyhon no es un problema para competir en el mercado con las demás Panaderías. Que ofrecen el mismo servicio en la ciudad de Estelí.

Tabla cruzada No.2

		¿Qué otra panadería ha visitado y en cuál de ellas se siente fidelizado como cliente?					Total
		Aurami	Lanuzá	Cajina	Zuriyhon	Otras	
¿A través de qué medios de publicidad usted conoce la panadería Zuriyhon?	Radio	0	0	0	5	0	5
	Volante	1	0	0	0	0	1
	Rótulos	0	2	0	4	0	6
	TV	1	1	0	5	0	7
	Recomendaciones Personales	0	4	4	95	4	107
Total		2	7	4	109	4	126

Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a clientes de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

De los 126 clientes encuestados de la panadería zuriyhon 95 personas indicaron que conocen la panadería zuriyhon a través de recomendaciones personales 5 por medio de radios y 5 por tv. Pero también se observa 4 personas indican que visitan panadería Cajina y 4 la panadería Lanuzá como también 4 visitan otras panaderías.

De acuerdo a los datos obtenidos en la tabulación cruzada nos muestra que la mayoría de los clientes que compran en la panadería zuriyhon la conocen por recomendaciones personales esto es por la calidad y la variedad de productos que ofrece ya que los mismos clientes recomiendan a otros compradores comprar en panadería zuriyhon. Pero también hay clientes fieles de la panadería zuriyhon que realizan sus compras en otras panaderías por el tipo de pan que estas otras ofrecen, pero ellos se sienten más fidelizados con la panadería Zuriyhon.



Gráfico No.3



Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a clientes de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

Del total de los encuestados; 47% (80) indicaron que les motiva comprar en la Panadería Zuriyhon por la calidad del producto; 21% (36) opinan que les motiva por la variedad que ofrece; 19% (32) por el buen servicio; 11% (18) por el precio y el 2% (4) dijeron que por el tiempo.

Dado a los resultados obtenidos de la población, el motivo de compra en la Panadería Zuriyhon, es la calidad de sus productos y variedad, como también el buen servicio que se les brinda; por lo tanto, la calidad del producto que la Panadería ofrece es lo que motiva al cliente visitar y realizar sus compras esto hace que obtenga una ventaja competitiva en sus productos tanto para la Panadería como también para sus clientes los cuales son vendedores independientes.



Gráfico No.5



Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a clientes de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

De los 126 clientes encuestados el 44% (55) afirman que la calidad que ofrece la Panadería Zuriyhon es muy bueno; un 35% (44) indican que es excelente; un 19% (24) que es bueno y un 2% (3) que la calidad es regular.

En cuanto a la calidad, que ofrece la Panadería Zuriyhon se observa en primera instancia que es muy buena, por otro lado, se puede apreciar es excelente la calidad, esto es un buen indicador lo cual califica a la Panadería para su participación de Mercado con respecto a la competencia.

Como se ha mencionado anteriormente la calidad es el principio de la satisfacción de los clientes, dado que estas es la consecuencia de un alto nivel o un bajo nivel de las ventas. Esto se traduce como un veneficio de hacer bien las cosas.



Tabla cruzada No.1

¿ En qué Panadería compra el pan? / ¿ Qué tipo de pan prefiere?				
		¿ Qué tipo de pan prefiere?		Total
		Repostería	Pan Comercial	
¿En qué panadería compra el pan?	Lanuzá	2	2	3
	Salvadoreña	5	3	5
	Aurami	4	11	12
	Zuriyhon	4	8	8
	Cajina	3	3	3
	Valdez	1	0	1
Total		14	21	25

Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a clientes de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

De los 25 propietarios de pulperías encuestados 4 personas realizan sus compras en la panadería Zuriyhon, como también 4 indicaron que compran en la panadería Aurami y 5 en la panadería salvadoreña.

Esto demuestra que las personas encuestadas compran el pan para surtir sus negocios en la panadería salvadoreña, Aurami, y Zuriyhon. Y el pan de preferencia al momento de comprar es el pan comercial que estas ofrecen. Ya que este tipo de pan es el más preferido por sus clientes de acuerdo al precio que tiene el producto, que es de bajo costo. Sin embargo, se debe destacar que dado que la panadería Aurami hace uso de la publicidad en sus empaques y rótulos en sus camiones repartidores esto ha permitido a la panadería Aurami un reconocimiento de marca por partes de los clientes.



Gráfico No.7



Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a clientes de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

De 25 personas encuestadas de las pulperías un 92% (23) compran habitualmente en camiones repartidores y un 8% (2) afirma que hacen sus compras directamente en las Panaderías.

Dado a los resultados obtenidos los propietarios de las pulperías, realizan sus compras para surtir en camiones repartidores, es necesario recalcar ya que les llegan a ofrecer el producto directamente a sus negocios, esto les permite ahorro de tiempo y opciones de compras a sus conveniencias.

De acuerdo a la variedad de sus productos que ofrecen a sus clientes les permite a ellos incrementar sus ventas, por lo tanto, ofrecer al consumidor final un producto de acuerdo a sus gustos y preferencias, pero también fidelizar al cliente con la gama de productos de Panadería.



Tabla cruzada No.4

		¿Es usted un cliente satisfecho al comprar en panadería Zuriyhon?		Total
		Si	Talvez	
¿Cómo es la atención del servicio brindado en la panadería Zuriyhon?	Excelente	41	1	42
	Muy Buena	44	2	46
	Buena	37	0	37
	Regular	1	0	1
Total		123	3	126

Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a clientes de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

De los 126 clientes encuestados de la panadería zuriyhon 123 personas dicen estar satisfechos al comprar en la panadería zuriyhon 3 clientes tal vez, de igual manera 44 clientes nos reflejan que la atención del servicio brindado por la panadería zuriyhon es muy buena y 41 clientes de los encuestados dicen que es excelente 37 que es buena y una persona que es regular.

En cuanto al resultado obtenido de la tabla cruzada se puede observar que los clientes de la panadería zuriyhon se sienten satisfechos al comprar sus productos, y que la atención en el servicio que les brinda la panadería es muy buena, Por lo tanto, esto es un buen indicador para la panadería como para sus clientes debido que esto le permite una ventaja competitiva para diferenciarse de la competencia y captar más clientes.



Gráfica No.14



Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a pulperías de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

Un 61.1% (22) consideran que lo más importante cuando compran pan es la calidad del producto.

Por otra parte, nos afirman que un 13,9 % (5) el precio es lo más importante y otro 13,9% (5) el sabor y un 11,1% (4) el servicio.

En cuanto a los resultados, el aspecto más importante que consideran los propietarios de las pulperías cuando compran pan, es la calidad del producto lo que garantiza la satisfacción del cliente y hace que se perciba la marca, esto permite al propietario de la pulpería identificarse de la competencia brindándole al cliente un producto de calidad, es decir darle al cliente más de lo que espera superando sus expectativas.



Tabla cruzada No.3

¿Cuántas veces a la semana compra pan de Panadería?/¿Cuánto invierte cada vez que compra para surtir?							
		¿Cuánto invierte cada vez que compra para surtir?					Total
		100 a 200	200 a 300	300 a 400	400 a 500	500 a 1000	
¿Cuántas veces a la semana compra pan de panadería?	Diario	1	0	1	1	3	6
	Dos veces a la semana	5	2	4	0	7	18
	Semanal	1	0	0	0	0	1
Total		7	2	5	1	10	25

Fuente: Elaboración Propia basada en las encuestas realizadas a pulperías de Panadería Zuriyhon de la ciudad de Estelí

De las 25 propietarias de pulperías encuestados 7 nos indican que compran dos veces a la semana e invierten de 500 a 1000 córdobas de igual manera 5 personas, pero con una inversión de 100 a 200 córdobas. Y otras 4 realizando compras de 300 a 400 y 2 de 200 a 300 pero también otras compran a diario de 100 a 200, 300 a 400 y 400 a 500 córdobas.

De acuerdo al resultado de la tabla cruzada ¿Cuánto invierte cada vez que compra para surtir? versus ¿cuántas veces a la semana compra pan de panadería? dirigidas a propietarios de pulperías. Nos muestra un total de 10 personas que invierten 500 a 1000 córdobas en productos de panadería con una frecuencia de compra de dos veces por semana lo que nos permite darnos a conocer que la mayoría invierten menos y lo hace de forma diario esto es de acuerdo al tamaño del negocio y el volumen de ventas que ellos realizan haciendo mención que alrededor de estas pulperías existen panaderías donde algunos consumidores compran directamente el pan para su consumo.



Propuesta de estrategia

En el siguiente cuadro se proponen estrategias competitivas de Phillip Porter que contribuyen a la Participación de Mercado en la ciudad de Estelí, que nos permita darles salida a las propuestas de estrategias, para mejorar el rendimiento de las ventas, aumento de cartera de clientes y retener los que tiene, siendo las estrategias el enfoque principal de la mejora continua. Por lo cual se proponen las siguientes: (Ricardo, 1997 Pag.81).

Objetivo	Estrategia	Acciones	Posibles resultados
Implementar una estructura de precios justos en conformidad con la calidad de los productos que ofrece Panadería Zuriyhon en la ciudad de Estelí	Estrategias de precio orientada a la competencia	<ul style="list-style-type: none">-Mantener el precio en relación a la calidad del producto que ofrece.-Brindar descuentos de precios a clientes que compran mayor volumen de compras.-Realizar convenios con los proveedores de la materia prima, para mantener los precios.-Producir mayores volúmenes de productos, para reducir costos.	<ul style="list-style-type: none">-Incremento de la cartera de clientes de la panadería Zuriyhon.-Mayor producción del producto, alto volumen de ventas.-Obteniendo máximas ganancias.-Prestigio de la empresa.
Promover la marca de la Panadería Zuriyhon en las	Estrategias de diferenciación	<ul style="list-style-type: none">-Etiquetar todos sus productos.-Participar en ferias de ventas.	<ul style="list-style-type: none">-posicionarse en la mente del consumidor.



diferentes presentaciones de sus productos, que le permitan diferenciarse ante los consumidores y de la competencia.		<ul style="list-style-type: none">-Realizar campañas publicitarias.-Desarrollar productos exclusivos en los supermercados.-Crear su propia ruta de ventas con sus camiones debidamente identificado con su marca.-Que su personal se identifique con un uniforme.-Utilizar las tic's (Facebook, correo electrónico, sitio web)-Hacer concursos de elaboración de productos de panadería y repostería.	<ul style="list-style-type: none">- Teniendo una ventaja competitiva que la identifique de la competencia.-Ser diferentes en el mercado.-Llenar las expectativas del cliente.-Minimizar la competencia.
Dar a conocer sus productos al Mercado de la ciudad de Estelí.	Estrategias de enfoque	<ul style="list-style-type: none">-Abrir una plaza estratégica para la venta de sus productos especiales (repostería, pastelería).-Promocionar sus productos de acuerdo a diferentes ocasiones (bodas, cumpleaños,)-Personalizar sus productos de acuerdo a la demanda del cliente.	<ul style="list-style-type: none">-Mayor participación del producto en el mercado.-obteniendo un mayor crecimiento de las utilidades.-Generando empleos en la ciudad de Estelí.-Mayor crecimiento en el Mercado.



CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados obtenidos de este estudio, en el que se fundamenta y se basa en una serie de características que están relacionados con la participación del mercado. A continuación, se presentan las conclusiones:

- ☑ El precio que ofrece Panadería Zuriyhon comparándola con la competencia, nos permitirá determinar, que los clientes consideran los precios accesibles lo cual tienen el poder adquisitivo de pagar el producto que compran en la Panadería Zuriyhon.
- ☑ La fidelidad de los clientes le ha permitido a la Panadería Zuriyhon participar y crecer en el mercado a través de las compras que realizan los mismos, obteniendo un alto volumen de producción y mayor índice de ventas. Los mismos clientes visitan otras panaderías, pero su mayor confiabilidad y seguridad del producto se encuentra en Panadería Zuriyhon. Esto permite a la Panadería contar con un buen número de clientes reales.
- ☑ La motivación de los clientes que visitan Panadería Zuriyhon se debe a la calidad del producto y la variedad que ofrece, esto nos indica que el producto que elabora Panadería Zuriyhon es lo que demanda el consumidor para satisfacer sus deseos y necesidades.
- ☑ Uno de los motivos por los cuales visitan la Panadería Zuriyhon, es la variedad de los productos que ofrece a sus clientes siendo esta una de las alternativas que la propietaria de la Panadería ha desarrollado para el crecimiento de la Panadería.
- ☑ La calidad del producto de la Panadería Zuriyhon los clientes consideran que es muy buena siendo un indicador muy alto para la Panadería, obteniendo como resultado un buen porcentaje en sus ventas lo que permite una buena Participación de Mercado.

Según la información brindada por la propietaria de la Panadería Zuriyhon, se puede decir que cuenta con Participación de Mercado, ya que esto se refleja a través de las ventas obtenidas y por la lealtad de los clientes.

Para la investigación se plantearon una serie de supuestos, donde se puede decir que, a través de los resultados obtenidos en las gráficas, que las Estrategias competitivas implementadas por Panadería Zuriyhon contribuyen a la participación de Mercado, como también elementos internos y externos utilizados.

RECOMENDACIONES

Debido a los precios que la Panadería Zuriyhon ofrece a sus clientes, deberá estimar un precio justo con base a la calidad del producto, llenando las expectativas del cliente y así identificarse con la competencia.



Aun cuando cuenta con clientes fieles, la Panadería deberá trabajar en función de conocer los gustos y preferencias de los clientes y de esta manera poder atenderles y garantizar la permanencia con la empresa.

Realizar campañas publicitarias para dar a conocer la marca y logre un buen posicionamiento en el Mercado de la ciudad de Estelí, porque la mayoría de la población no conoce la Panadería ni el producto.

Desarrollar nuevos productos y diversificar para mantener fundamentados a sus clientes ya que estos visitan la Panadería por la variedad que se les ofrece.

Promover el pan de repostería con sus clientes debido a que son vendedores independientes para que los propietarios de las pulperías conozcan la marca de la Zuriyhon y ofrezcan el producto a sus consumidores.

Poner en práctica la propuesta estratégica descrita en esta investigación, para la mejora en cuanto a la competencia en el rubro panificador dentro del mercado en la ciudad de Estelí.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alvarez, R. P. (2012). Metodología de la investigación .
2. Molina Tamayo, O. D. (2014.). *Calidad de los Servicios*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios#Servicio
3. Ricardo, M. C. (13 de Febrero de 2014). *Estrategia competitiva*. . Obtenido de Estrategia competitiva. : <https://www.gestiopolis.com/estrategia-competitiva/>
4. Vera Velez, L. (2008). Técnicas cualitativas para la investigación social.

Entrevistas.

5. (Sarantes k. (2019) Participación de Mercado (entrevista). Estelí Panadería Zuryhion).