



CAMPUS ITAPÚA
UNIVERSIDAD CATÓLICA
"Nuestra Señora de la Asunción" Campus Universitario de Itapúa



CAMPUS ITAPÚA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FINAL DE GRADO

TÍTULO:
PLAN DE MARKETING PARA IMPULSAR LA COMERCIALIZACIÓN
DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL PESCADO DE LA CIUDAD DE
AYOLAS CORRESPONDIENTE AL PERIODO 2021-2022"

AUTOR:
Univ. Evelin Noelia Centurión González
Univ. Zunilda Galeano Cabañas

Encarnación - Paraguay
2021

Resumen

La siguiente investigación de carácter disciplinario que involucra a la carrera de administración de empresas tiene como objetivo general diseñar un plan de marketing para impulsar la comercialización de productos derivados del pescado de la ciudad de Ayolas, como herramienta para implementar nuevas estrategias con el fin de expandir las ventas a diversos puntos del país donde son demandados dichos productos, de tal forma se buscó proponer alternativas de diversificación en la presentación del producto para obtener mayor aceptación del consumidor meta y aumentar la participación en el mercado, determinando la capacidad de los pescadores de realizar la comercialización de los mismos. Finalizando dicho trabajo, se pudo concluir que sería factible impulsar la comercialización de los productos derivados del pescado con los recursos que se posee, para tal efecto se pretende aumentar dicha producción a través de la creación de estanques para cada pescador, y así ofrecer productos de calidad logrando posicionarse en el mercado favorablemente. Algunas de las estrategias más viables que se recomiendan, son la de crear estanques con mayor capacidad para cultivo de peces, lograr alianza estratégica comercial con otros pescadores para unificar la producción de manera a satisfacer y distribuir los subproductos a diferentes puntos de ventas (Supermercados, autoservicios, despensas, restaurant), otra estrategia conveniente sería lograr la mayor capacidad de producción a menor costo (Economía de Escala) y tercerizar la comercialización con frigoríficos y distribuidores potenciales de la zona, las cuales coincidentemente fueron las opciones preferidas por las muestras para un plan con el fin de tener una efectiva organización comercial.

Key words: Marketing Plan, Fishermen, Basin, Commercialization, By-product

Palabras claves: Plan de Marketing, Pescadores, Impulsar, Comercialización, Subproductos.