

UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
MODALIDAD: Proyecto de Inveatigación



“ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO EN LA EMPRESA TEZAN DE LA  
CIUDAD DE TARIJA”

Docente guía: Raquel Buitrago Pacheco

Autor (a).-: María Esther Aramayo Mercado

Proyecto de investigación presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar el grado académico en licenciatura en ADMINISITRACION DE EMPRESAS.

Tarija – Bolivia

## **Dedicatoria de tesis**

*El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y cuidándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mis padres que con su apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.*

*A mi esposo En el camino encuentras personas que iluminan tu vida, que con su apoyo alcanzas de mejor manera tus metas, a través de sus consejos, de su amor, y paciencia me ayudo a concluir esta meta.*

### **Agradecimiento:**

*El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.*

*A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.*

*A mi esposo por ser el apoyo incondicional en mi vida, que con su amor y respaldo, me ayuda alcanzar mis objetivos.*

<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b>	
<b>PORTADA.....</b>	<b>I</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>PENSAMIENTO.....</b>	<b>IV</b>
<b>INDICE GENERAL.....</b>	<b>V</b>
<b>INDICE DE TABLAS.....</b>	<b>VI</b>
<b>INIDICE DE GRAFICOS.....</b>	<b>VII</b>

## **CAPITULO I**

<b>1.-INTRODUCCIÓN.-.....</b>	<b>1</b>
<b>1.-PROPOSITO DEL ESTUDIO .....</b>	<b>4</b>
<b>2.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>4</b>
<b>3.-FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
<b>4.-HIPÓTESIS.....</b>	<b>5</b>
5.variable independiente: plan de marketing.....	5
5.1.-variable dependiente: posicionamiento dela empresa TEZAN .....	5
<b>6.-OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
6.1.-objetivo general .....	6
6.2.-objetivos específicos .....	<b>6</b>
<b>7.-JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>8.-MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>7</b>
8.1.De acuerdo al nivel de profundidad .....	<b>7</b>
8.2. De acuerdo al diseño de la investigación .....	<b>7</b>
<b>9.-DELIMITACIÓN.....</b>	<b>8</b>
9.1. Delimitación especial.....	<b>8</b>
9.2. Delimitación temporal.....	<b>8</b>
<b>10.-DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>8</b>
<b>OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE .....</b>	<b>9</b>

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>9</b>
<b>OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....</b>	<b>9</b>
<b>VARIABLE DEPENDIENTE: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO .....</b>	<b>9</b>

**CAPITULO II**

<b>MARCO TEORICO: .....</b>	<b>11</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>11</b>
1).-Desarrollo de te saludable en base de la zanahoria .....	11
2).-Producción de zanahoria en Bolivia. ....	11
3).-Te de zanahoria en Bolivia.....	12
4).-Plan estratégico.....	12
5).-Formulación de las estrategias. ....	12
6).-Definición de marketing,.....	12
7).-Objetivo del marketing.....	13
8).-Plan de marketing.....	13
9).-Función del plan de marketing.....	13
10).-Importancia del plan de marketing.....	13
11).-Ventajas del plan de marketing.....	14
12).-Propósitos del plan de marketing.....	15
13).-Definición de investigación de mercados. ....	15
14).-Que es una recopilación de la información. ....	16
15).-Que es propuesta de valor.....	16
16).-Que es el marketing digital.....	16
17).-Que es la productividad.....	16

**CAPITULO III**

<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>19</b>
1.-formulación del problema .....	19
2.-formulaciones del problema de investigación de mercado .....	20
2.1.identificaron del problema de la investigación .....	20

2.2.OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	20
2.2.1.objetivos específicos de la investigación .....	20
<b>3.METODOS DE ENCUESTA.....</b>	<b>21</b>
<b>4.OBSERVACION: .....</b>	<b>21</b>
4.1 encuesta directa al (dueño o personal a cargo) .....	21
4.1.1 encuesta a los trabajadores .....	22
4.1.2.La se encuentra en el Anexo N°1 y Anexo N°2 .....	22
4.2 encuesta general. ....	22
<b>5.SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....</b>	<b>22</b>
5.1 población sujeta a estudio.....	22
5.2 ciudad Tarija provincia cercado .....	22
<b>6.-ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>24</b>
6.1.-tabulación de los datos de la encuesta.....	24
<b>7.-CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>8.-RECOMENDACIONES .....</b>	<b>33</b>

#### CAPITULO IV

<b>PROPUESTA DE VALOR PARA LA EMPRESA TEZAN .....</b>	<b>35</b>
1.Análisis del mercado .....	35
2.Analisis foda.....	36
3.Estrategias de marketing para el posicionamiento del producto.....	38
<b>3.1.Plan estratégico de marketing.....</b>	<b>38</b>
<b>3.2.Objetivo General.....</b>	<b>38</b>
<b>3.2.1.Objetivos Específicos .....</b>	<b>38</b>
<b>4.-Marketing MiX.....</b>	<b>38</b>
<b>4.1.-Proporción nutricional por unidad de producto (bolsita de te .....</b>	<b>39</b>
<b>4.2.-Materia prima para el desarrollo del producto .....</b>	<b>39</b>
<b>4.3.-Tabla de información nutricional de la zanahoria.....</b>	<b>40</b>
<b>4.4.-Ventaja Competitiva .....</b>	<b>40</b>
<b>5.-Nutricionales y medicinales, también tiene poder antioxidante, .....</b>	<b>41</b>
<b>5.1.-Presentación y diseño del envase .....</b>	<b>41</b>

5.2.-Logotipos .....	41
5.3.-Etiqueta:.....	41
5.4.-Programa de precios.....	43
5.5.-Plaza. ....	43
5.6.-Procesos.....	44
5.7.-Personas.....	44
<b>6.-Estrategias de Publicidad y Promoción de Tezan. ....</b>	<b>45</b>
6.1.-Comercialización y márgenes atractivos por su distribución y ventas. ..	46
6.2.-Estrategias de Lanzamiento .....	46
6.3.-Medios de Comunicación.....	46
6.4.-Presupuesto y productividad del plan de marketing.....	49
6.5.-Cronograma de Actividades.....	50
6.6.-CONCLUSIONES.....	50
6.7.-RECOMENDACIONES .....	50
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>52</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>49</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>49</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>50</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>51</b>

## INDICE DE CUADROS

Cuadro nº 1. Tarija: crecimiento de la población por municipio.....	21
Cuadro nº 2. Análisis de las variables de un foda.....	34
Cuadro nº 3 propuesta nutricional por unidad.....	37
Cuadro nº 4 informacional nutricional de la zanahoria.....	38
Cuadro nº 5 canales de distribución .....	41
Cuadro nº 6 procesos .....	42
Cuadro nº 7.estrategias de publicidad y promoción.....	43
Cuadro nº 8. Canales de comunicación.....	44
Cuadro nº 9 degustaciones.....	46
Cuadro nº 10 presupuesto.....	47

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura nº 1. Grafica de participantes por sexo.....	22
Figura nº 2. Grafica de participantes por edad.....	22
Figura nº 3. Grafica de participantes que consumen te.....	23
Figura nº 4. Grafica de marcas de té que conoces.....	23
Figura nº 5. Grafica según la preferencia de té.....	24
Figura nº 6. Grafica de donde suele comprar su te.....	25
Figura nº 7. Grafica de consumo de té de zanahoria.....	25
Figura nº 8. Grafica de consumo semanal.-}.....	26
Figura nº 9. Grafica de precios que están dispuestos a pagar por una caja de té.....	26
Figura nº 10. Grafica de factores que determinan la compra de un producto.....	27
Figura nº 11. Grafica de consumo en la época.....	28
Figura nº 12. Grafica de lugar de compra.....	29
Figura nº 13. Grafica de información sobre el producto.....	30