

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN (TPF501)**



**“DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN PARA EL CENTRO DE  
ESPECIALIDADES PEDIÁTRICAS (C.E.PED) DE LA CIUDAD DE TARIJA”**

**POR**

**SUSAN ABIGAIL YAÑEZ FIDEL**

[Susanfidel0@gmail.com](mailto:Susanfidel0@gmail.com)

Wpp +59176187793

**Docente**

**Lic. RAQUEL BUITRAGO PACHECO**

Trabajo de profesionalización, presentado a consideración de la universidad autónoma Juan Misael Saracho como requisito para optar el grado académico de licenciatura en administración de empresas.

**TARIJA-BOLIVIA**

***DEDICATORIA***

*A mis Padres por ser el pilar  
fundamental en mi vida, por  
brindarme su apoyo  
incondicional  
desinteresadamente durante  
todos estos años de estudio.*

### ***AGRADECIMIENTO***

A Dios por ser mi fortaleza, alegría y luz en todo momento y por permitirme concluir el proyecto.

A mis padres por el gran esfuerzo, apoyo y gran cariño que me impulsaron a seguir luchando.

Al Centro de Especialidades Pediátricas que me permitió realizar por primera vez un trabajo de investigación.

**ÍNDICE**  
**I PERFIL**

<b>1.1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. ANTECEDENTES.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>4</b>
1.3.1 Justificación Teórica.....	4
1.3.2 Justificación Práctica .....	4
1.3.3. Justificación Social .....	4
<b>1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>6</b>
1.6.1 Objetivo General .....	6
1.6.2 Objetivos Específicos .....	6
<b>1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>1.7.1. Tipos de Investigación .....</b>	<b>7</b>
1.7.1.1 Investigación Exploratoria .....	7
1.7.1.2 Estudio Descriptivo .....	7
<b>1.8. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>8</b>
1.8.1 Técnicas de Investigación .....	8
<b>1.9. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>9</b>
1.9.1. Delimitación Geográfica.....	9
1.9.2 Delimitación Teórica. ....	9
1.9.3 Delimitación Temporal.....	9
<b>II MARCO TEORICO CONCEPTUAL</b>	
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>
2.1Estrategia.....	11

2.2. Marketing Operativo .....	12
2.3. Marketing Estratégico .....	12
2.4 Concepto de Marketing mix .....	12
2.4.1 Producto .....	13
2.4.2 Ciclo de vida del producto .....	14
2.4.2.1 Precio .....	14
2.4.2.2. Plaza .....	15
2.4.2.3 Promoción .....	15
2.5. Investigación de Mercado.....	16
2.6. Crecimiento Corporativo .....	18
<b>2.7 Estrategia de Crecimiento Corporativo .....</b>	<b>22</b>

### III DIAGNOSTICO

<b>3. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO .....</b>	<b>24</b>
3.1 Análisis PESTA .....	24
3.1.1 Entorno Político Legal.....	24
3.1.2. Entorno Económico .....	26
3.1.3. Entorno Social .....	31
3.1.4. Entorno Tecnológico .....	32
3.1.5. Entorno Ambiental .....	33
<b>3.2 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO.....</b>	<b>33</b>
3.2.1. Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	33
3.2.1.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores .....	35
3.2.1.3. Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes.....	35
3.2.1.4. Amenaza de Productos sustitutos .....	36
3.2.1.5. Rivalidad entre los Competidores .....	36
<b>3.3. LA EMPRESA .....</b>	<b>37</b>
3.3.1. MISIÓN .....	38
3.3.2. VISIÓN.....	38
3.3.3. VALORES .....	39
3.3.4 ORGANIGRAMA.....	39

3.3.5. Matriz FODA .....	39
--------------------------	----

#### **IV INVESTIGACION DE MERCADO**

<b>4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....</b>	<b>41</b>
4.1. Proceso de Investigación de Mercado .....	41
4.2. Problema de Decisión Gerencial.....	41
4.3 Problema de Investigación de Mercado .....	41
4.4 Objetivos de Investigación .....	42
4.4.1. Objetivo General .....	42
4.4.2. Objetivos Específicos .....	42
4.6 Metodología de la Investigación.....	42
4.7. Determinación de la Población Muestral .....	42
4.7.1. Tipo de Muestreo .....	43
4.7.2 Determinación del tamaño de la muestra .....	43
<b>4.8. Representación y Análisis de Datos .....</b>	<b>46</b>
<b>4.9. Conclusiones de la Investigación de Mercado.....</b>	<b>57</b>

#### **V PROPUESTA**

<b>5. ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN .....</b>	<b>62</b>
5. 1.Estrategia de Desarrollo de un Producto .....	62
5.2 Estudio de Viabilidad .....	64
5.4 Manual de Funciones.....	78
5.5 Estrategia promocional.....	82
5.5.1 Publicidad.....	82
5.6 Grado de Conocimiento.....	84
5.7. Publicidad por medios de comunicación.....	84
<b>5.6 CONCLUSIONES .....</b>	<b>86</b>
<b>5.7 RECOMENDACIONES .....</b>	<b>87</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 3.1 Producto Interno Bruto por Departamento .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 3.2 PIB per cápita .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 3.3 de Índices de Precios al Consumidor .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 3.4 Tasa de Desempleo.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 4.1 .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla4.2 .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 4.3 .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 4.4 .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 4.5 .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 4.6 .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 4.7 .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 4.8 .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 4.9 .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 4.10 .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 5.1 Estado de Ganancias y Pérdidas de los últimos 3 años (C.E.PED) .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 5.2 .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 5.3Flujo de caja .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 5.4 .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 5.5 .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 5.6 .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 5.6 .....</b>	<b>83</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfica 2.1 marketing mix.....	13
Gráfica 3.1 Producto Interno Bruto .....	27
Gráfico 3.2 las 5 fuerzas de Porter .....	33
Gráfica 3.3 Logo de la Institución.....	37
La pregunta clave fue la siguiente: .....	43
Gráfico 4.1 .....	44
Gráfico 4.2 .....	46
Gráfico 4.3 .....	47
Gráfico 4.4 .....	48
Gráfico 4.5 .....	49
Gráfico 4.6 .....	50
Gráfico 4.7 .....	51
Gráfico 4.8 .....	52
Gráfico 4.9 .....	53
Gráfico 4.10 .....	54
Gráfico 4.11 .....	55
Gráfico 5.1 Análisis de Liquidez .....	67
Gráfico 5.2 .....	68
Gráfico 5.4 .....	74