

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TPF 501 TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA UN NUEVO PRODUCTO “HELADOS”
DE LA FÁBRICA DE HIELO SAN ROQUE EN LA CIUDAD DE TARIJA**

POR:

ACUÑA FLORES ELIDA
BALDIVIEZO RAMOS EDILIA

DOCENTE GUÍA:

PH. DR. IMER ADIN DOLQUE ALANOCA

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.

5 DE MARZO DEL 2021

TARIJA – BOLIVIA

VºBº

.....
MSc. Lic. Imer Adín Colque Alanoca
DOCENTE GUÍA

.....
MSc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega.
DECANO
FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
MSc. Lic. Víctor Jorge Vargas Rivera
VICEDECANO
FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
MSc. Lic. Víctor John Vaca Jerez
DIRECTOR DEPTO. DE ADM. CONJUNTA DEPTO. DE ADMINISTRACIÓN Y
DEPTO. DE ADMINISTRACIÓN APLICADA

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

.....
MSc. Lic. Daniel Robert Jijena Michel

.....
MSc. Lic. Paola Rosario Verdún Camacho

DEDICATORIA:

*A Dios por habernos bendecido y
permitirnos concluir
con el proyecto de investigación.*

*A nuestras familias por brindarnos su
apoyo incondicional, y comprensión en todo
momento.*

AGRADECIMIENTOS:

A Dios por su amor, por brindarnos sabiduría para realizar este trabajo de investigación y por todas sus bendiciones para nuestras vidas.

A nuestros padres y familia por su apoyo de cada día y motivación que nos brindaron durante este trabajo de investigación.

A los docentes de la Maestría de Administración de Empresas por su elevado aporte profesional en nuestra formación.

PENSAMIENTO:

*“El éxito debe de medirse, no por la posición
a que una persona ha llegado, sino por
su esfuerzo por triunfar”*

Booker T. Washington

ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	1
PLAN DE INVESTIGACIÓN	1
1. ANTECEDENTES	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
5. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	4
5.1. Objetivo General.....	4
5.2. Objetivos Específicos	4
6. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS	5
7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	5
7.1. Tipo de Investigación	5
7.2. Métodos y Técnicas de Investigación	6
8. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
8.1. Delimitación Geográfica.....	8
8.2. Delimitación Teórica	8
8.3. Delimitación Temporal.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO	9
CAPÍTULO I.....	9
1. ESTRATEGIAS DEL MARKETING	9
1.1. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA.....	9
1.2. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING.....	10
1.3. MERCADO Y SEGMENTACION DE MERCADOS	11
1.4. MARKETING MIX.....	16
1.5. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	26
CAPÍTULO II.....	27
2. ASPECTOS GENERALES DEL MARKETING	27
2.1. DEFINICIÓN DEL MARKETING	27
2.2. IMPORTANCIA DE MARKETING	28
2.3. FUNCIONES DEL MARKETING	29

2.4. MARKETING SOCIAL.....	30
CAPÍTULO III.....	31
DIAGNÓSTICO.....	31
1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	31
1.1. GENERALIDADES.....	31
1.2. ANÁLISIS PESTA.....	31
2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	49
2.1. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER	49
3. ANÁLISIS INTERNO.....	62
3.1. GENERALIDADES.....	62
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	70
4.1. PROBLEMA	70
4.2. HIPÓTESIS.....	70
4.3. OBJETIVOS	70
4.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	71
4.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	76
4.6. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	82
5. ANALISIS FODA.....	84
6. CONCLUSIONES.....	85
CAPÍTULO IV	87
PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	87
1. Desarrollo del plan de marketing.....	87
1.1. Declaración de la visión y misión.....	88
1.2. Segmentación de Mercado	89
1.3. Estrategias de marketing para la etapa de introducción	90
1.4. Desarrollo de los objetivos estratégicos	91
2. PRESUPUESTOS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING	102
3. IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	104
4. RECOMENDACIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	107
WEBLOGRAFÍA.....	108
ANEXOS	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Variación acumulada del PIB Bolivia	39
Ilustración 2 Crecimiento del PIB.....	40
Ilustración 3 Crecimiento Acumulado del PIB	41
Ilustración 4 PIB en Tarija.....	42
Ilustración 5 Variación IPC en Tarija	43
Ilustración 6 Canales de distribución física	67
Ilustración 7 Estrategias de Marketing	87
Ilustración 8 Pasos de la segmentación de mercado	89

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº 1 PIB anual Tarija	41
CUADRO Nº 2 Base Empresarial activa en Tarija	45
CUADRO Nº 3 Marcas Competidoras en Tarija.....	51
CUADRO Nº 4 Productos y precios de las marcas competidoras	55
CUADRO Nº 5 Productos sustitutos del helado	58
CUADRO Nº 6 Productos elaborados por San Roque	64
CUADRO Nº 7 Escala Salarial San Roque	69
CUADRO Nº 8 Determinación del tamaño de la muestra	73
CUADRO Nº 9 Muestra de cada extracto	75
CUADRO Nº 10 Esquema de recolección de datos	75
CUADRO Nº 11 Sabores de helados de mayor preferencia.....	93
CUADRO Nº 12 Estrategia de producto.....	95
CUADRO Nº 13 Estrategia de Distribución	98
CUADRO Nº 14 Tarifa mensual en las radios.....	101
CUADRO Nº 15 Estrategias de Comunicación	102
CUADRO Nº 16 Presupuesto total de Estrategias.....	103
CUADRO Nº 17 Cronograma de Implementación de Estrategias	105