

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN G-2**



**MEMORIA DE EXPERIENCIA PROFESIONAL**

**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS A TRAVÉS DE  
COSECHA (IICCA)**

**POR:**

**ORTIZ VELASCO BRENDA**

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

**Diciembre 2018**

**TARIJA- BOLIVIA**

Lic. Waldo Oscar Gumiel Vela

**PROFESOR GUÍA**

Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

**DECANO DE LA FCEF**

Lic. Víctor Vargas Rivera

**VICEDECANO DE LA FCEF**

**APROBADO POR:**

**TRIBUNAL:**

Lic. Isaías Luna Ortega

**TRIBUNAL**

Lic. Víctor John Vaca Jerez

**TRIBUNAL**

### **Advertencia**

El tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el presente trabajo, siendo éste únicamente responsabilidad del autor.

## **DEDICATORIA**

A mis padres quienes son mi pilar y centro; por su apoyo y motivación a seguir adelante y no decaer jamás, ni rendirme en el camino al logro de mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Al docente guía, el Lic. Waldo Gumiel Vela, por todo el conocimiento y experiencia, por la paciencia y dedicación, para la elaboración de esta tesis, a todos los docentes de la carrera de Administración de Empresas de la prestigiosa Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, quienes aportaron en mi formación profesional.

## **PENSAMIENTO**

“El éxito de la Administración requiere aprender tan rápido como el mundo está cambiando”

Warren Bennis

## ÍNDICE

<b>I.</b>	<b>PERFIL DEL PROYECTO.....</b>	<b>1</b>
1.1.	ANTECEDENTES.....	2
1.2.	JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	8
1.3.	OBJETO DE ESTUDIO.....	9
1.4.	OBJETIVOS.....	10
1.4.1.	OBJETIVOS GENERALES.....	10
<b>II.</b>	<b>DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN.....</b>	<b>11</b>
2.1.	Contexto Internacional.....	12
2.1.1.	Superficie orgánica certificada a nivel mundial.....	12
2.1.2.	Mercado global de productos orgánicos.....	16
2.2.	Producción orgánica en Bolivia.....	22
2.3.	Análisis externo.....	25
2.3.1.	Análisis de macro entorno.....	25
2.3.2.	Análisis de micro entorno.....	37
2.4.	Análisis interno.....	55
2.4.1.	Productos y servicios.....	55
2.4.2.	Precios.....	62
2.4.3.	Distribución.....	65
2.4.4.	Comunicación.....	67
2.5.	Análisis FODA.....	69
2.5.1.	MATRIZ DE CONFRONTACIÓN.....	70
2.6.	Situación problemática.....	72
<b>III.</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....</b>	<b>73</b>
3.1.	Definición del problema.....	74

3.1.1.	Tareas involucradas.....	74
3.2.	Planteamiento del problema.....	93
3.2.1.	Diseño de la investigación cuantitativo.....	95
3.3.	Bases teóricas.....	98
3.4.	Determinación de la muestra.....	101
3.5.	Análisis de datos.....	109
3.6.	Conclusiones de la investigación de Mercado.....	131
IV.	PROPUESTA.....	134
4.1.	Objetivo de la propuesta.....	135
4.1.1.	Objetivo a corto plazo.....	135
4.1.2.	Objetivo a mediano plazo.....	135
4.1.3.	Objetivo a largo plazo.....	135
4.2.	Justificación.....	135
4.3.	Segmentación de mercado.....	136
4.3.1.	Segmentación por los perfiles de consumidores de productos orgánicos.....	136
4.3.2.	Segmentación psicográfica.....	138
4.4.	Posicionamiento.....	141
4.5.	Marketing Mix.....	142
4.5.1.	Componentes del marketing mix.....	142
4.6.	Servicio.....	155
4.7.	Conclusiones y recomendaciones del estudio.....	160
4.8.	Bibliografía.....	163
V.	Anexos.....	164