

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TRABAJO DE PROFESIONALIZACION



MODALIDAD: MEMORIA DE EXPERIENCIA PROFESIONAL
“PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA ALIMENTICIA “Tu-IA” S.R.L.”
POR: ROMERO RUIZ VALERIA ELIANA VELIA
DOCENTE GUIA: LIC. ROXANA PILAR BALDIVIEZO MOGRO

**Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD
AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO” como requisito de Licenciatura en
Administración de Empresas.**

TARIJA-BOLIVIA
DICIEMBRE 2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi madre que es por ella donde estoy hoy, a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, en especial a la docente guía y tribunales, quienes fueron los que me dieron el último impulso a esta nueva etapa que me depara la vida, a toda mi familia en general por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida, y por último a los propietarios de la empresa "Tu-IA "S.R..L. por formar parte de esta etapa. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida y en segundo lugar a mi madre Lilitiana Ruíz, quien fue la mejor herramienta de Dios para encaminar el largo camino de la vida.

PENSAMIENTO

*"No hay riqueza como el
conocimiento, no hay pobreza
como la ignorancia."*

Alí

ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. ANTECEDENTES.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.4. OBJETIVOS.....	5
1.4.1. Objetivo General.....	5
1.4.2. Objetivos Específicos.....	6
1.5. ALCANCE.....	6
1.5.1. Alcance Temporal.....	6
1.5.2. Alcance Espacial.....	6
CAPÍTULO II.....	8
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	8
2.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	8
2.1.1. Análisis Político Legal.....	8
2.1.2. Análisis Económico.....	10
2.1.3. Análisis Sociocultural.....	21
2.1.4. Análisis del Ambiente Tecnológico.....	23
2.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	25
2.2.1. Entorno Competitivo.....	26
2.2.2. Productos Sustitutos.....	31
2.2.3. Poder de Negociación del Proveedor.....	31
2.2.4. Poder de Negociación del Comprador.....	36
2.2.5. Rivalidad del Sector.....	37
2.2.6. Análisis del Microentorno.....	39
2.3. MATRIZ FODA.....	41

CAPÍTULO III.....	43
3. SONDEO DE MERCADO.....	43
3.1. PROBLEMA DE INVESTIGACION DE MERCADO.....	43
3.2. OBJETIVOS.....	43
3.2.1. Objetivo General.....	43
3.2.2. Objetivos Específicos	43
3.3. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	44
3.3.1. Tamaño de la muestra.....	45
3.3.2. Técnica de Procesamiento y Análisis de Datos.....	45
3.4. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	46
3.5. CONCLUSIONES.....	66
CAPÍTULO IV.....	68
4. ANÁLISIS INTERNO.....	68
4.1. SECTOR INDUSTRIAL.....	68
4.2. ANÁLISIS DE LA DIRECCION ESTRATÉGICA	69
4.2.1. Misión.....	69
4.2.2. Visión	70
4.2.3. Objetivos.....	70
4.3. MARKETING MIX.....	71
4.3.1. PRODUCTO.....	72
4.3.2. Precio.....	91
4.3.3. Plaza.....	94
4.3.4. Promoción.....	97
CAPÍTULO V.....	100
5. PROPUESTA Y APOORTE A LA EMPRESA.....	100
5.1. PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA ALIMENCIA Tu-IA S.R.L....	100
5.2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	100
5.2.1. Misión.....	101

5.2.2. Visión	101
5.2.3. Objetivos.....	101
5.3. APORTE A LA EMPRESA.....	102
5.4. DETERMINACIÓN DEL PLAN A SEGUIR.....	108
5.5. MARKETING MIX -MEZCLA COMERCIAL.....	108
5.5.1. Producto.....	108
5.5.2. Precio.....	109
5.5.3. Plaza.....	109
5.5.4. Promoción.....	110
5.6. CUADRO RESUMEN DE MARKETING MIX.....	123
CAPÍTULO VI.....	125
6. PRESUPUESTO.....	125
6.1. INVERSIÓN MONETRIA.....	125
6.1.1. COTIZACIONES PRENDAS DE VESTIR.....	125
6.1.2. COTIZACIÓN PUBLICIDAD.....	125
6.1.3. ELECCIÓN DE COTIZACIÓN.....	126
6.2. COSTOS DE PROMOCIÓN	127
6.2.1. Costo Set parrillero.....	127
6.2.2. Promoción para los intermediarios.....	127
6.3. PRESUPUESTO TOTAL DEL PLAN DE MARKETING EXPRESADO EN Bs.	128
6.4. INVERSION DE RETORNO- ROI.....	129
CAPÍTULO VII.....	131
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	131
7.1. CONCLUSIONES.....	131
7.2. RECOMENDACIONES.....	133
Bibliografía.....	134
ANÉXOS.....	135