

“UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN TPF501

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



TITULO: “ESTRATEGIA DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CANTARO PARA LA EMPRESA IMPORTADORA EDIFICA SRL. EN LA CIUDAD DE TARIJA”

ALUMNOS: Ortega Alarcón Claudia Magdalena.

Romero Llanos Zulma Virginia.

DOCENTE TUTOR: Lic. Ríos Molina Luz Daniela.

TARIJA-BOLIVIA

2022

Dedicatoria:

Este proyecto está dedicado principalmente a Dios por ser el inspirador y darnos fuerzas para obtener uno de los anhelos más deseados y a las personas que más influenciaron en nuestra vida, brindándonos su amor y apoyo incondicional, con todo nuestro cariño se lo dedicamos a nuestros Padres y a hermanos.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

| | | |
|-------|----------------------------------------------|----|
| 1.1 | ANTECEDENTES | 1 |
| 1.2 | JUSTIFICACIÓN | 2 |
| 1.2.1 | Justificación teórica..... | 2 |
| 1.2.2 | Justificación práctica: | 3 |
| 1.2.3 | Justificación social | 3 |
| 1.2.4 | Justificación económica | 3 |
| 1.3 | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.4 | FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 4 |
| 1.5 | PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS | 4 |
| 1.5.1 | Operacionalización de las variables..... | 4 |
| 1.6 | OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 6 |
| 1.6.1 | Objetivo General | 7 |
| 1.6.2 | Objetivos Específicos..... | 7 |
| 1.7 | METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... | 7 |
| 1.7.1 | Tipo de Investigación | 7 |
| 1.7.2 | Fuentes de Información..... | 8 |
| 1.7.3 | Métodos..... | 9 |
| 1.7.4 | Técnicas..... | 9 |
| 1.7.5 | Encuestas..... | 9 |
| 1.7.6 | Entrevistas | 9 |
| 1.7.7 | Observación Directa | 10 |
| 1.7.8 | Instrumentos | 10 |
| 1.7.9 | Medios..... | 10 |
| 1.8 | DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 11 |
| 1.8.1 | Límite Sustantivo | 11 |
| 1.8.2 | Límite Temporal..... | 11 |
| 1.8.3 | Límite Geográfico | 11 |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

| | | |
|--------|------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1 | MARCO TEÓRICO | 11 |
| 2.1.1 | Concepto de Marketing | 11 |
| 2.1.2 | Definición de Marketing Estratégico | 12 |
| 2.1.3 | Estrategia de marketing | 13 |
| 2.1.4 | Las dos caras del marketing: lo estratégico y lo operativo | 14 |
| 2.1.5 | Importancia del marketing en el mercado | 16 |
| 2.1.6 | Planificación estratégica de los negocios | 16 |
| 2.1.7 | Liderazgo general y de costos | 18 |
| 2.1.8 | Diferenciación | 18 |
| 2.1.9 | Enfoque | 18 |
| 2.1.10 | Selección de estrategia | 18 |
| 2.1.11 | Marketing mix | 19 |
| 2.1.12 | Herramientas de comunicación | 21 |
| 2.1.13 | Medios masivos | 21 |
| 2.1.14 | BTL (below de line, bajo la línea)..... | 21 |
| 2.1.15 | El marketing digital | 22 |
| 2.2 | POSICIONAMIENTO. | 22 |
| 2.2.1 | Concepto básico. | 22 |
| 2.2.2 | Estrategia de posicionamiento..... | 24 |
| 2.2.3 | Pasos de una estrategia de posicionamiento..... | 25 |
| 2.3 | ANÁLISIS DEL MACRO ENTRONO | 26 |
| 2.3.1 | Análisis PESTA..... | 26 |
| 2.3.2 | Factor económico | 27 |
| 2.3.3 | Factor ambiental | 27 |
| 2.3.4 | Factor tecnológico | 27 |
| 2.3.5 | Factor Social..... | 27 |

| | | |
|-------|-----------------------------------------------|----|
| 2.3.6 | Factor político | 27 |
| 2.3.7 | Análisis FODA..... | 27 |
| 2.4 | ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO..... | 28 |
| 2.4.1 | Clasificación del micro entorno | 29 |
| 2.4.2 | Cinco Fuerzas de Porter | 30 |
| 2.5 | INVESTIGACIÓN DE MERCADO..... | 31 |
| 2.5.1 | Definición del Problema..... | 31 |
| 2.5.2 | Desarrollo del Enfoque del Problema | 31 |
| 2.5.3 | Formulación del Diseño de Investigación..... | 31 |
| 2.5.4 | Trabajo de Campo o Recopilación de Datos..... | 32 |
| 2.5.5 | Preparación y Análisis de Datos..... | 32 |
| 2.5.6 | Elaboración y Presentación del Informe | 32 |

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

| | | |
|-------|--------------------------------------------------------------|----|
| 3.1 | ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO | 33 |
| 3.1.1 | Análisis del entorno de las empresas..... | 33 |
| 3.1.2 | Macro entorno | 33 |
| 3.2 | ANÁLISIS DEL ENTORNO PESTA..... | 33 |
| 3.2.1 | Entorno político legal | 33 |
| 3.2.2 | Entorno económico | 34 |
| 3.2.3 | FACTORES SOCIO-DEMOGRÁFICOS..... | 41 |
| 3.2.4 | FACTORES TECNOLÓGICOS..... | 42 |
| 3.2.5 | FACTORES AMBIENTALES | 43 |
| 3.3 | ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO..... | 44 |
| 3.3.1 | Análisis del micro entorno, las cinco fuerzas de PORTER..... | 44 |
| 3.3.2 | Conclusiones del Micro entorno | 49 |

CAPITULO IV

ANÁLISIS INTERNO

| | | |
|-----|---------------------------------|----|
| 4.1 | ANTECEDENTES | 50 |
| 4.2 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 50 |

| | | |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.3 | MISIÓN | 51 |
| 4.4 | VISIÓN..... | 52 |
| 4.5 | POLÍTICAS DE LA EMPRESA..... | 53 |
| 4.6 | OBJETIVOS..... | 53 |
| 4.7 | MERCADO EN EL QUE OPERA..... | 54 |
| 4.7.1 | Fuerza de venta..... | 54 |
| 4.7.2 | Canales de distribución que utiliza para colocar su producto al mercado | 54 |
| 4.7.3 | Canal de tipo 0..... | 54 |
| 4.7.4 | Canal de tipo 1..... | 55 |
| 4.8 | MARKETING | 56 |
| 4.9 | MARKETING DIGITAL | 57 |
| 4.10 | PRODUCTO | 59 |
| 4.10.1 | Descripción del producto | 59 |
| 4.10.2 | Tanques de agua Tricapa:..... | 59 |
| 4.10.3 | Tanques de agua Bicapa:..... | 59 |
| 4.10.4 | Descripción del Proceso Productivo | 60 |

CAPÍTULO V

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

| | | |
|-------|--------------------------------------------------|----|
| 5.1 | INVESTIGACIÓN DE MERCADOS..... | 61 |
| 5.1.1 | Introducción | 61 |
| 5.1.2 | Planteamiento del problema | 61 |
| 5.1.3 | Problema de investigación de mercado | 62 |
| 5.1.4 | Objetivo general | 62 |
| 5.1.5 | Objetivos específicos..... | 62 |
| 5.1.6 | Población y muestra | 63 |
| 5.2 | ANÁLISIS DE DATOS | 65 |
| 5.3 | CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO..... | 84 |
| 5.4 | MATRIZ FODA..... | 85 |

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

| | | |
|-------|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.1 | INTRODUCCIÓN..... | 84 |
| 6.2 | OBJETIVOS DE LA PROPUESTA | 85 |
| 6.2.1 | Objetivo general | 85 |
| 6.2.2 | Objetivos específicos..... | 85 |
| 6.3 | PROPUESTA | 85 |
| 6.3.1 | Producto | 86 |
| | Los tanques de agua marca Cántaro se destacan principalmente por ser:..... | 86 |
| 6.3.2 | Decisión de una estrategia de posicionamiento..... | 87 |
| 6.3.3 | Estrategia de promoción..... | 89 |
| 6.3.4 | Mezcla promocional..... | 90 |
| 6.3.5 | Marketing directo..... | 91 |
| 6.3.6 | Plan de medios..... | 92 |
| 6.3.7 | Redes sociales | 98 |
| 6.3.8 | Planificación estratégica..... | 100 |
| 6.4 | PLAN PRESUPUESTAL..... | 102 |
| 6.5 | CRONOGRAMA | 104 |
| | CONCLUSIONES..... | 106 |
| | RECOMENDACIONES | 107 |
| | BIBLIOGRAFIA | 108 |
| | WEBGRAFIA | 109 |
| | ANEXOS..... | 111 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1. Definición de marketing estratégico | 13 |
| Tabla 2. Características entre Marketing Operativo y Estratégico..... | 15 |
| Tabla 3. Porcentaje de crecimiento del PIB según departamento | 36 |
| Tabla 4. Porcentaje del crecimiento del PIB, según actividad económica - Tarija..... | 37 |
| Tabla 5. Tanques de agua con los que compite la línea de Cantaros | 45 |
| Tabla 6. Las cinco fuerzas de Porter | 48 |
| Tabla 7. INGRESOS POR VENTAS - GESTIÓN 2019 | 56 |
| Tabla 8. INGRESOS POR VENTAS - GESTIÓN 2020 | 56 |
| Tabla 9. INGRESOS POR VENTAS - GESTIÓN 2021 HASTA EL 31/12 | 56 |
| Tabla 10. Benchmarking Pág. Facebook..... | 58 |
| Tabla 11. MATRIZ FODA..... | 85 |
| Tabla 12. Cuadro de presupuesto para promoción y publicidad del tanque de agua Cantaro | 102 |
| Tabla 13. Cronograma de actividades..... | 104 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Conceptos básicos o centrales de marketing..... | 12 |
| Figura 2. Conceptos básicos de mercado | 23 |
| Figura 3. Análisis PESTA | 26 |
| Figura 4. FODA..... | 28 |
| Figura 5. Fuerzas de Porter | 30 |
| Figura 6. FLUJOGRAMA DE DISTRIBUCIÓN CANAL TIPO 0 | 55 |
| Figura 7. FLUJOGRAMA DE DISTRIBUCIÓN CANAL TIPO 1 | 55 |
| Figura 8. Proceso productivo. | 60 |
| Figura 9. Teniendo en cuenta la resistencia y el rendimiento. | 88 |
| Figura 10. Teniendo en cuenta el precio y la percepción de la marca | 89 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1. Tasa de desempleo (2015-2020) | 40 |
| Gráfico 2. Tarija/urbana – población en la ocupación principal según actividad económica, 4t-2019 (%)..... | 40 |
| Gráfico 3. Municipio de Tarija: proyecciones de población por sexo, 2017-2020 (En miles de habitantes) | 41 |
| Gráfico 4. Sexo del encuestado | 65 |
| Gráfico 5. Edad del encuestado..... | 66 |
| Gráfico 6. Conoce los tanques de agua marca Cantaro..... | 67 |
| Gráfico 7. ¿Con qué frecuencia compra el tanque de agua? | 68 |
| Gráfico 8.Cuál de las marcas ya ha comprado | 69 |
| Gráfico 9. Cualidades que son importantes al momento de escoger un producto | 70 |
| Gráfico 10. Que tan seguido cambia de marca de productos..... | 71 |
| Gráfico 11. Como te enteraste de nuestra marca..... | 72 |
| Gráfico 12. Como percibe nuestra marca Cantaro..... | 73 |
| Gráfico 13. Está satisfecho con nuestro producto..... | 74 |
| Gráfico 14. Cuanto tiempo lleva siendo cliente de la marca Cantaro..... | 75 |
| Gráfico 15. Calificación de la calidad del producto..... | 76 |
| Gráfico 16. Considera que el precio es el adecuado para el producto..... | 77 |
| Gráfico 17. Considera que hay un buen trato por el personal..... | 78 |
| Gráfico 18. Medios para percibir información del producto..... | 79 |
| Gráfico 19. Recomendaría el producto Cantaro..... | 80 |
| Gráfico 20. Considera que somos la empresa líder del sector..... | 81 |
| Gráfico 21. Como le facilitaría realizar los pagos..... | 82 |

LISTA DE IMÁGENES

| | |
|--------------------------------------------------------|----|
| Imagen 1. PÁGINA DE FACEBOOK EDIFICA SRL..... | 57 |
| Imagen 2. Descripción tricapa y bicapa | 60 |
| Imagen 3. Tanques de agua Cantaro | 87 |
| Imagen 4. Propuesta de Gigantografía publicitaria..... | 96 |
| Imagen 5. Diseño de propuesta de arte. | 97 |
| Imagen 6. Página web | 98 |