

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**“PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA  
CERAMICA NARVAEZ S.R.L. EN LA CIUDAD DE TARIJA”**

**POR: CORZO MARTINEZ NANCY**

**DOCENTE GUÍA: LIC. IMER ADÍN COLQUE ALANOCA**

Proyecto de Grado, presentada a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO,” como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**NOVIEMBRE - 2023**

**TARIJA - BOLIVIA**

## **DEDICATORIA**

*A DIOS por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por los triunfos y los momentos difíciles, que me ayudaron a ser más fuerte y valiente.*

*A mi padre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, valores y hábitos lo cual me ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles.*

*A mi madre que desde el cielo me ilumina para seguir con mis proyectos.*

## ÍNDICE

### PERFIL DE INVESTIGACIÓN

1.1.	ANTECEDENTES.....	1
1.2.	JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.2.1.	Justificación teórica.....	3
1.2.2.	Justificación práctica.....	4
1.2.3.	Justificación científica o metodológica.....	4
1.3.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
1.3.1.	Identificación del problema.....	5
1.3.2.	Definición del problema.....	7
1.3.3.	Formulación del problema .....	7
1.4.	HIPÓTESIS.....	7
1.5.	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE .....	7
1.6.	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	8
1.6.1.	Objetivo General .....	8
1.6.2.	Objetivos Específicos.....	9
1.7.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.7.1.	Diseño de Investigación Exploratoria .....	9
1.7.2.	Diseño de Investigación Descriptivo .....	10
1.8.	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTREO .....	10
1.8.1.	Población sujeta a estudio .....	10
1.8.2.	Determinación de la Muestra .....	10
1.8.3.	Cálculo del tamaño de la muestra, a través del muestreo estratificado	11
1.9.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.9.1.	Delimitación Teórica.....	11
1.9.2.	Delimitación Temporal .....	12
1.9.3.	Delimitación Espacial .....	12

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

1.1.	ESTRATEGIA .....	13
1.1.1.	Tipos de estrategias .....	13
1.2.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	15
1.2.1.	Definición de Plan Estratégico de marketing.....	15
1.2.2.	Importancia de un Plan Estratégico.....	15
1.3.	PLAN ESTRATÉGICO .....	16
1.4.	MARKETING.....	18
1.5.	TIPOS DE MARKETING .....	19
1.5.1.	Marketing Estratégico .....	19
1.5.2.	Marketing Operativo .....	19
1.6.	IMPORTANCIA DE MARKETING.....	19
1.7.	MARKETING MIX .....	20
1.7.1.	Producto .....	20
1.7.2.	Precio.....	20
1.7.3.	Promoción .....	21
1.7.4.	Plaza .....	21
1.8.	LAS 4C'S DEL MARKETING .....	21
1.8.1.	Cliente .....	21
1.8.2.	Costo .....	22
1.8.3.	Comunicación .....	22
1.8.4.	Convivencia.....	22
1.9.	VENTAS.....	23
1.9.1.	Proceso de venta.....	23
1.9.2.	Técnicas de venta (basadas en el modelo AIDA) .....	26
1.10.	VENTAJA COMPETITIVA.....	27
1.10.1.	Ventaja competitiva por diferenciación de productos y servicios .....	28

## **CAPITULO II**

### **ANÁLISIS DEL ENTORNO**

2.1.	ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO .....	29
2.1.1.	Situación política y social .....	29
2.1.2.	Situación económica .....	31
2.1.3.	Situación tecnológica .....	35
2.2.	ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO .....	36
2.2.1.	Análisis de Porter .....	36
2.3.	ANÁLISIS INTERNO .....	41
2.3.1.	Definición del negocio .....	41
2.3.2.	Gestión empresarial.....	42
2.3.3.	Objetivos de la empresa Cerámica Narvárez S.R.L. ....	44
2.3.4.	Organigrama.....	45
2.3.5.	Productos de la empresa Cerámica Narvárez S.R.L.....	45
2.3.6.	Comportamiento de las ventas .....	46
2.3.7.	Área de marketing .....	48
2.3.8.	Situación de la función de marketing en la empresa.....	48
2.3.9.	Análisis Marketing Estratégico .....	49
2.3.10.	Análisis Marketing Operativo .....	49
2.3.11.	Análisis DAFO .....	51

## **CAPITULO III**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

3.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	53
3.1.1.	Definición del problema.....	54
3.1.2.	Formulación del problema .....	55
3.2.	HIPÓTESIS.....	55
3.3.	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE .....	55

3.4.	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	56
3.4.1.	Objetivo General .....	56
3.4.2.	Objetivos Específicos.....	56
3.5.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	56
3.5.1.	Investigación Exploratoria .....	56
3.5.2.	Investigación Descriptiva.....	56
3.6.	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTREO .....	57
3.6.1.	Población sujeta a estudio .....	57
3.6.2.	Determinación de la Muestra .....	57
3.6.3.	Cálculo del tamaño de la muestra, a través del muestreo estratificado	58
3.6.4.	Diseño de la encuesta .....	59
3.6.5.	Presentación y Análisis de los resultados .....	60
3.7.	RESULTADOS.....	61
3.7.1.	Clientes Finales (CF) .....	61
3.7.2.	Clientes VIP .....	74
3.7.3.	Clientes MDs.....	88
3.8.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	100

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA**

4.1.	INTRODUCCIÓN .....	102
4.2.	MARCO ESTRATÉGICO.....	103
4.3.	OBJETIVOS .....	104
4.3.1.	Objetivo General .....	104
4.3.2.	Objetivos Específicos.....	104
4.4.	REESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL.....	105
4.4.1.	Segmento de Mercado de la Empresa .....	106
4.5.	ESTRATEGIA DE MARKETING.....	106

4.5.1.	Diferenciación .....	107
4.5.2.	Liderazgo en Costos .....	108
4.6.	ESTRATEGIA OPERATIVA DE MARKETING .....	108
4.6.1.	Flexibilidad .....	109
4.6.2.	Entrega .....	109
4.6.3.	Tácticas .....	109
4.6.4.	Actividades.....	111
4.6.5.	Resultados Esperados.....	111
4.7.	PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING.....	112
4.7.1.	Presupuesto para Tácticas .....	112
4.7.2.	Presupuesto para Actividades .....	113
4.8.	CÁLCULO BENEFICIO-COSTO .....	115
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>121</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>		<b>122</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>123</b>
<b>WEBLOGRAFÍA.....</b>		<b>124</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>126</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Operacionalización De La Variable .....	8
Tabla N° 2 Ingreso Por Año – Cerámica Narváez S.R.L. (Expresado En Dólares) ..	47
Tabla N° 3 Precios Establecidos Por La Cerámica Narváez S.R.L. ....	50
Tabla N° 4 Precios Por Compras Mayor A 50000 Unidades Establecidos Por La Cerámica Narváez S.R.L.....	51
Tabla N° 5 Operacionalización De La Variable .....	55
Tabla N° 6 Asignación De La Muestra Por Estratos .....	59
Tabla N° 7 Aspectos Más Valorados Por El Cliente .....	61
Tabla N° 8 Conformidad Con Las Condiciones Del Producto .....	62
Tabla N° 9 Percepción Sobre La Atención Recibida.....	63
Tabla N° 10 Grado De Satisfacción Con El Servicio De Transporte .....	64
Tabla N° 11 Promociones De Ventas Que Esperan Los Clientes.....	66
Tabla N° 12 Atención Recibida En La Cerámica Narváez .....	67
Tabla N° 13 Aspectos Que Debería Mejorar La Empresa Cerámica Narváez .....	68
Tabla N° 14 Importantes En La Atención Al Cliente .....	70
Tabla N° 15 Probabilidad De Recomendar La Marca .....	72
Tabla N° 16 Aspectos Más Valorados Por El Cliente .....	74
Tabla N° 17 Conformidad Con Las Condiciones Del Producto .....	75
Tabla N° 18 Percepción Sobre La Atención Recibida.....	76
Tabla N° 19 Grado De Satisfacción Con El Servicio De Transporte .....	77
Tabla N° 20 Atención Recibida En La Cerámica Narváez .....	79
Tabla N° 21 Percepción Sobre La Atención Recibida.....	89
Tabla N° 23 Grado De Satisfacción Con El Servicio De Transporte .....	90
Tabla N° 24 Promociones De Ventas Que Esperan Los Clientes.....	93
Tabla N° 25 Atención Recibida En La Cerámica Narváez .....	94
Tabla N° 26 Importantes En La Atención Al Cliente .....	97
Tabla N° 27 Presupuesto Para Tácticas Para La Cerámica Narváez S.R.L. ....	113
Tabla N° 28 Presupuesto Para Actividades Para La Cerámica Narváez S.R.L. ....	114
Tabla N° 29 Presupuesto Del Plan Estratégico De Marketing.....	115
Tabla N° 30 Flujo De Caja Proyectado.....	119



Tabla N° 31 Cálculo Del Beneficio-Costo.....	120
--	-----

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Fases Del Proceso De Venta .....	24
Figura N° 2 Análisis De Porter .....	37
Figura N° 3 Logotipo De La Empresa Cerámica Narváez S.R.L .....	42
Figura N° 4 Organigrama De La Empresa Cerámica Narváez S.R.L.....	45
Figura N° 5 Organigrama Propuesto.....	105
Figura N° 6 Estrategias Genéricas De Marketing De Michael Porter .....	107
Figura N° 7 Estrategias Operativas De Marketing.....	108
Figura N° 8 Empresas Comercializadoras De Materiales De Construcción.....	110

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Proyección De La Población Por Grupo De Edades .....	30
GRÁFICO N° 2 Bolivia. Superficie Registrada En Permisos De Construcción, .....	33
GRÁFICO N° 3 Tarija, Producto Interno Bruto Nominal, 1990-2019 (En Millones De Dólares).....	34
GRÁFICO N° 4 Tarija, Producto Interno Bruto Per Cápita 1990-2019 .....	34
GRÁFICO N° 5 Evolución Del PIB A Precios Constantes (\$Us MM).....	54
GRÁFICO N° 6 Aspectos Más Valorados Por El Cliente .....	61
GRÁFICO N° 7 Conformidad Con Las Condiciones Del Producto.....	62
GRÁFICO N° 8 Percepción Sobre La Atención Recibida .....	63
GRÁFICO N° 9 Grado De Satisfacción Con El Servicio De Transporte .....	64
GRÁFICO N° 10 Clientes Que Escucharon Ofertas De La Ceramica Narvaez .....	65
GRÁFICO N° 11 Promociones De Ventas Que Esperan Los Clientes .....	66
GRÁFICO N° 12 Atencion Recibida En La Ceramica Narvaez .....	67
GRÁFICO N° 13 Aspectos Que Debería Mejorar La Empresa Cerámica Narváez ...	68
GRÁFICO N° 14 Solicitud De Acesoria Tecnica.....	69
GRÁFICO N° 15 Interés Por Adquirir Un Descuento En Otro Producto .....	69
GRÁFICO N° 16 Importantes En La Atención Al Cliente.....	70
GRÁFICO N° 17 Calidad Del Producto De La Empresa Cerámica Narváez .....	71
GRÁFICO N° 18 Probabilidad De Recomendar La Marca.....	72

GRÁFICO N° 19	Conocimiento Del Agente De Ventas En Atencion Al Cliente ...	73
GRÁFICO N° 20	Aspectos Más Valorados Por El Cliente .....	74
GRÁFICO N° 21	Conformidad Con Las Condiciones Del Producto.....	75
GRÁFICO N° 22	Percepción Sobre La Atención Recibida .....	76
GRÁFICO N° 23	Grado De Satisfacción Con El Servicio De Trasnorte .....	77
GRÁFICO N° 24	Clientes Que Escucharon Ofertas De La Ceramica Narvaez .....	78
GRÁFICO N° 25	Promociones De Ventas Que Esperan Los Clientes .....	79
GRÁFICO N° 26	Atencion Recibida En La Ceramica Narvaez .....	80
GRÁFICO N° 27	Aspectos Que Debería Mejorar La Empresa Cerámica Narvárez ..	81
GRÁFICO N° 28	Solicitud De Acesoria Tecnica.....	82
GRÁFICO N° 29	Interés Por Adquirir Un Descuento En Otro Producto .....	83
GRÁFICO N° 30	Importantes En La Atención Al Cliente.....	84
GRÁFICO N° 31	Calidad Del Producto De La Empresa Cerámica Narvárez .....	85
GRÁFICO N° 32	Probabilidad De Recomendar La Marca.....	86
GRÁFICO N° 33	Conocimiento Del Agente De Ventas En Atencion Al Cliente ....	87
GRÁFICO N° 34	Aspectos Más Valorados Por El Cliente .....	88
GRÁFICO N° 35	Conformidad Con Las Condiciones Del Producto.....	89
GRÁFICO N° 36	Percepción Sobre La Atención Recibida .....	90
GRÁFICO N° 37	Grado De Satisfacción Con El Servicio De Trasnorte .....	91
GRÁFICO N° 38	Clientes Que Escucharon Ofertas De La Ceramica Narvaez .....	92
GRÁFICO N° 39	Promociones De Ventas Que Esperan Los Clientes .....	93
GRÁFICO N° 40	Atencion Recibida En La Ceramica Narvaez .....	94
GRÁFICO N° 41	Aspectos Que Debería Mejorar La Empresa Cerámica Narvárez ..	95
GRÁFICO N° 42	Solicitud De Acesoria Tecnica.....	95
GRÁFICO N° 43	Interés Por Adquirir Un Descuento En Otro Producto .....	96
GRÁFICO N° 44	Importantes En La Atención Al Cliente.....	97
GRÁFICO N° 45	Calidad Del Producto De La Empresa Cerámica Narvárez .....	98
GRÁFICO N° 46	Probabilidad De Recomendar La Marca.....	99
GRÁFICO N° 47	Conocimiento Del Agente De Ventas En Atencion Al Cliente ..	100

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Cronograma De Gantt .....	126
Anexo N° 2 Certificado De Calidad Otorgado Por .....	127
Anexo N° 3 Ministerio De Trabajo .....	128
Anexo N° 4 Licencia De Funcionamiento .....	128
Anexo N° 5 Asociación de industrias cerámicas Tarija.....	130
Anexo N° 6 Nivel De Ventas .....	129
Anexo N° 7 Entrevista Al Gerente General De La Empresa Cerámica Narváez S.R.L .....	131
Anexo N° 8 Diseño De La Encuesta .....	133
Anexo N° 9 Estimación De Costos Fijos .....	137
Anexo N° 10 Estimación De Costos Variables.....	138
Anexo N° 11 Proyecciones .....	139