

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



**ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN PARA LA EMPRESA “CAFÉ
LA MORENITA”**

POR:

Gutierrez Abigail Yanina Noelia

Mamani Herrera Carla Lorena

DOCENTE GUÍA:

ADRIÁN SILISQUE MAMANI

Proyecto de grado presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO, como requisito para optar el grado Académico de la Licenciatura en Administración de Empresas.

DICIEMBRE, 2024.

TARIJA – BOLIVIA

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a Dios, quien nos inspiró y fortaleció en cada paso de este proceso.

A nuestras familias, por su amor y sacrificio, pilares fundamentales para alcanzar esta meta.

Y a todas las personas que nos apoyaron, especialmente a quienes nos compartieron su conocimiento y nos abrieron puertas.

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que nos acompañaron en este proyecto. A nuestro asesor, por su invaluable guía y paciencia durante el proceso de investigación. A nuestras familias, por su apoyo incondicional y por motivarnos a seguir adelante en los momentos más desafiantes. Y, por último, a nuestros amigos y compañeros, quienes nos brindaron su aliento y ayuda en diversas etapas de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PERFIL DE INVESTIGACIÓN

1. Definición de la idea de investigación.....	1
2. Problema de investigación.....	1
2.1. Planteamiento del problema.....	2
2.2. Formulación del problema	3
2.3. Formulación de la hipótesis	3
3. Definición y operacionalización de variables.....	3
4. Objetivos de investigación.	6
4.1. Objetivo General	6
4.2. Objetivos Específicos.....	6
5. Delimitación del problema	6
5.1. Delimitación Geográfica	6
5.2. Delimitación Temporal	6
6. Justificación de la investigación.....	6
7. Marco metodológico.....	7
7.1. Nivel de investigación.....	7
7.2. Investigación Exploratoria	7
7.3. Investigación Descriptiva.....	7
8. Diseño de investigación.....	8
8.1. Investigación de campo.....	8
8.2. Técnicas de recolección de información	8
8.2.1. Entrevista	8
8.2.2. Encuesta	8
9. Fuentes de información	8
9.1. Fuentes de información primaria	8
9.2. Fuentes de información secundaria.....	9

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. MARKETING	10
1.1 Definición de Marketing	10
1.2 Objetivos del marketing	11
1.3 Importancia del marketing.....	11

1.4	Tipos de marketing.....	11
1.4.1	Marketing estratégico	11
1.4.2	Marketing operativo	12
1.4.3	Desarrollo del Marketing Mix	12
1.5	Definición de estrategia.....	13
1.6	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	13
1.6.1	Definición de promoción	14
1.6.2	Estrategias de la mezcla de promoción.....	14
1.6.3	Herramientas de promoción	15
1.6.4	Venta personal	18
1.6.5	Marketing directo.....	18
1.7	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	20
1.7.1	Estrategia de distribución intensiva	20
1.7.2	Estrategia de distribución selectiva.....	20
1.7.3	Estrategia de distribución exclusiva	21
1.8	Distribución.....	21
1.8.1	Objetivos de la distribución	21
1.8.2	Tipos de distribución	21
1.8.3	Canales de distribución.....	22
1.8.4	Funciones del canal de distribución.....	23
1.8.5	Criterios para la selección de los canales de distribución.....	23
1.8.6	Diseño de los canales de distribución	24
1.9	Logística.....	25
1.9.1	Distribución Física.....	25

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.	Aspectos generales de la empresa	28
2.1	Producción e Infraestructura	29
2.2	Transporte	29
2.3	Competencia.....	30
2.4	Comportamiento de las ventas	30
2.5	Factores que influyen en el comportamiento de las ventas.....	32
2.5.1	Producto.....	32
2.5.2	Precio	34

2.5.3 Plaza	35
2.5.4 Promoción.....	37

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3. Introducción.....	40
3.1 Reformulación de la misión y visión para Café La Morenita	40
3.1.1 Reformulación de la Misión	40
3.1.2 Reformulación de la Visión.....	40
3.2 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	40
3.2.1 Objetivos.....	41
3.2.2 Actividades	41
3.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	52
3.3.1 Objetivo	52
3.3.2 Actividades	52
4. Presupuesta para la implementación de las estrategias de Promoción y Distribución para Café La Morenita	56
4.1. Proyección para Café La Morenita	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Variable dependiente	4
Tabla 2.	Variable independiente	5
Tabla 3.	Ingresos por Ventas de Café La Morenita	30
Tabla 4.	Presentaciones de Café La Morenita	32
Tabla 5.	Cuadro comparativo de precios de la competencia directa	35
Tabla 6.	Mercados de los municipios de Tarija donde se distribuye Café La Morenita	36
Tabla 7.	Factores que influyen en el comportamiento de ventas de Café La Morenita	38
Tabla 8.	Costo publicitario de radio	46
Tabla 9.	Zonas de Distribución para Café La Morenita	53
Tabla 10.	Cronograma de distribución para Café La Morenita	55
Tabla 11.	Presupuesto para la implementación de las estrategias	56
Tabla 12.	Proyección de ingresos de Café La Morenita	57

ÌNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Página de Facebook Actualizado para Café La Morenita	42
Figura 2.	Página de Instagram	43
Figura 3.	Página de TikTok	44
Figura 4.	Página de WhatsApp Business	45
Figura 5.	Locutora Zulma Tapia	46
Figura 6.	Influencer Antonio Bejarano	47
Figura 7.	Degustaciones en supermercados y mercados.....	49
Figura 8.	Tazas personalizadas	50
Figura 9.	Calendarios con el logo de la empresa	50
Figura 10.	Cupones más una taza con el logo de la empresa.....	50
Figura 11.	Presentación del nuevo envase	51
Figura 12.	Distribuidor de Café La Morenita.....	54
Figura 13.	Distribuidor de Café La Morenita entregando posters.....	55