

UNIVERSIDAD JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS



MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACION

PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA ZOE SPORTS
UBICADA EN LA CIUDAD DE TARIJA

DOCENTE GUIA: ROXANA ALEMAN

ALUMNO: RUIZ BETANZOS LUIS FERNANDO

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar al Grado de Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

JULIO - 2023
TARIJA-BOLIVIA

INDICE

PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA ZOE SPORTS UBICADA EN LA CIUDAD DE TARIJA	14
ANTECEDENTES	14
JUSTIFICACIÓN	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
Identificación del Problema	15
Definición del Problema	16
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos.....	17
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	18
Tipos de Investigación o Estudio	18
Métodos y Técnicas	18
Diseño de la investigación	19
Fuentes de información	20
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
Geográfica.....	20
Teórica	20
Temporal	20

MARCO TEORICO.....	21
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN DE ESPACIO TEMPORAL	21
1.1.1 Macroentorno	21
1.1.2 Meso entorno	23
1.1.3 Microentorno.....	25
1.1.4 Tesis de referencia utilizadas para realizar el trabajo	26
1.2 CUERPO TEÓRICO CONCEPTUAL	27
1.2.1 Plan de marketing	27
1.2.2 Marketing.....	27
1.2.3 Marketing Mix	28
1.2.4 Ventas	29
1.2.5 Análisis de situación	29
1.2.6 Investigación de mercado	30
1.2.7 Matriz de evaluación de factores externos (M.E.F.E.)	30
1.2.8 Matriz de evaluación de factores internos (M.E..FI.)	30
1.2.9 Las 5 fuerzas de Porter.....	31
1.2.10 Matriz de Perfil Competitivo	31
1.2.11 Posicionamiento.....	32
1.2.12 Estrategia de diferenciación.....	32

MARCO METODOLÓGICO.....	33
2.1 ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	33
2.1.1 Enfoque Mixto	33
2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
2.2.1 Investigación Descriptiva.....	34
2.2.2 Investigación de Campo.....	34
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	35
2.4 MÉTODOS.....	36
2.4.1 Método Inductivo – Deductivo	36
2.4.2 Método Analítico – Sintético	36
2.5 TÉCNICAS	37
2.5.1 Encuesta a clientes	37
2.6 APLICACIÓN DE TÉCNICAS.....	37
2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	37
2.7.1 Cuestionario 1	37
2.8 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	55
PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA ZOE SPORTS UBICADA EN LA CIUDAD DE CERCADO.....	57
3.1 PLAN DE MARKETING	57
3.2 ANÁLISIS SITUACIONAL ACTUAL	57

3.3	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	58
3.3.1	Misión Propuesta	58
3.3.2	Visión Propuesta	58
3.3.3	Valores Corporativos	58
3.4	POLÍTICAS EMPRESARIALES	59
3.4.1	Políticas para el personal	59
3.4.2	Políticas para los clientes	60
3.4.3	Políticas para los proveedores	60
3.5	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	60
3.6	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	61
3.6.1	Macro localización	61
3.6.2	Micro localización	61
3.7	ANÁLISIS P.E.S.T.	62
3.7.1	Entorno Político	62
3.7.2	Entorno Económico	63
3.7.3	Entorno Social	64
3.7.4	Entorno Tecnológico	64
3.8	ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER	64
3.8.1	Rivalidad entre empresas que compiten	65

3.8.2	Amenaza de entrada de nuevos competidores	66
3.8.3	Entrada de productos sustitutos	68
3.8.4	Poder de negociación con los proveedores	69
3.8.5	Poder de negociación con los consumidores	70
3.9	ANÁLISIS DE CAPACIDADES	71
3.9.1	Estructura organizacional.....	71
3.9.2	Funciones y perfiles	72
3.9.3	Descripción y perfiles de puesto	73
3.9.4	Capacidad de talento humano	80
3.9.5	Capacidades y Procesos	82
3.10	DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO	83
3.10.1	Análisis interno de la empresa	83
3.10.2	Debilidades	84
3.10.3	Análisis externo de la empresa	85
3.10.4	Amenazas.....	86
3.10.5	Análisis interno – matriz de evaluación de factores internos	86
3.10.6	Análisis interno – matriz de evaluación de factores externos.....	88
3.10.7	Matriz DOFA	90
3.10.8	Análisis situacional DOFA	92

3.10.9	Elección de Estrategias	93
3.11	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	95
3.11.1	Diseño de organización.....	95
3.11.2	Aplicación de Marketing Mix.....	95
3.11.3	Estrategia de diferenciación en cuanto a calidad (ventaja competitiva) D1-A5, D4-A2, D1-O1 y F1-O2	96
3.11.4	Estrategias de productos.....	96
3.11.5	Productos y servicios en Stock.....	97
3.11.6	Estrategia de promoción y publicidad.....	97
3.11.7	Estrategia de promoción	98
3.11.8	Estrategia de plaza	99
3.11.9	Estrategia de precio.....	100
3.11.10	Planes de acción y desarrollo orientados a la estrategia de diferenciación de la empresa zoe sports	101
3.11.11	Desarrollo del plan de acción.....	112
3.11.12	Marketing y Publicidad	113
3.11.13	Diseño del letrero propuesto	113
3.11.14	Diseño de la página web.....	114
3.12	Presupuesto del plan de acción.....	121
4	CONCLUSIONES	125

5	RECOMENDACIONES	126
6	BIBLIOGRAFIA	127

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Eslabones del área textil.....	23
Tabla 2: Representantes de los equipos de la asociación tarijeña de futbol.....	35
Tabla 3: Representantes de grupos que están interesados en nuestros servicios	36
Tabla 4: Respuestas de la clientela de ZOE SPORTS	53
Tabla 5: Respuestas de personas que tienen consultas generales en la empresa ZOE SPORTS ..	54
Tabla 6: Preguntas para las personas que son representantes de grupos masivos.....	55
Tabla 7: Competencia Directa	65
Tabla 8: Tabla matriz de posicionamiento con respecto a la competencia	67
Tabla 9: Competencia y Productos.....	68
Tabla 10: Principales Proveedores	69
Tabla 11: Clientes Potenciales	70
Tabla 12: Descripción de puestos de la empresa.....	81
Tabla 13: Matriz E.F.I.....	87
Tabla 14: Matriz E.F.E	88
Tabla 15: Matriz FODA	89
Tabla 16: Productos Zoe Sports	97
Tabla 17: Planes de acción respecto a la estrategia de marketing a utilizar.....	101
Tabla 18: Presupuesto de marketing y publicidad	117
Tabla 19: Presupuesto alianza estratégica con el medio	119
Tabla 20: Presupuesto capacitación al personal.....	121
Tabla 21: Presupuesto planes de acción.....	121
Tabla 22: Precios de los productos de ZOE SPORTS	122

Tabla 23: Ventas por mes de la empresa ZOE SPORTS	122
Tabla 24: Objetivo de ventas al cabo de 2 años en la empresa ZOE SPORTS.....	122
Tabla 25: Comparación de ventas con y sin plan de marketing en la empresa ZOE SPORTS ...	123
Tabla 26: Ganancia líquida de los bienes que se venden por mes en ZOE SPORTS	123
Tabla 27: Presupuesto de inversión para los planes de acción de el plan de marketing para la empresa ZOE SPORTS	124

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Rango de edades	38
Gráfico 2: Sexo.....	38
Gráfico 3: Ocupación	39
Gráfico 4: Puntos importantes a la hora de tomar decisiones en cuanto al diseño de la ropa.....	40
Gráfico 5: Cualidades sobresalientes de preferencia del cliente	41
Gráfico 6: Apoyo requerido por el club	42
Gráfico 7: Percepción del cliente a la hora de la confección de ropa	43
Gráfico 8: Percepción del cliente en cuanto a la manera que influye la vestimenta en su club.....	44
Gráfico 9: Implementación de un nuevo medio de comunicación.....	45
Gráfico 10: Implementación de telegram como herramienta.....	46
Gráfico 11: Precio que paga el cliente al momento de adquirir corto y remera.....	47
Gráfico 12: Precio que quisiera pagar el cliente por el servicio.....	48
Gráfico 13: Precio a pagar por uniforme con diferente mordería	49
Gráfico 14: Aplicaciones que usan los clientes en cuanto a redes sociales	50
Gráfico 15: Respuesta de clientes en cuanto a pedidos en la empresa ZOE SPORTS	51
Gráfico 16: Preferencia del cliente para prestar el servicio	52

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Estructura Organizacional Zoe Sport.....	72
Ilustración 2: Flujograma	82
Ilustración 3: Organigrama Propuesto.....	95
Ilustración 4: Captura Fans Page Zoe Sport.....	98
Ilustración 5: Frontis Tienda Zoe Sport	99
Ilustración 6: Canal Directo	100

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Cuestionarios aplicados a los 4 segmentos de mercado encuesta utilizada para la clientela de zoe sports	129
ANEXO 2: Encuestas aplicadas a las consultas generales en la tienda	132
ANEXO 3: Encuesta aplicada a los posibles clientes potenciales de la empresa ZOE SPORTS	135
ANEXO 4: Encuesta aplicada a los representantes de los grupos que requieren del servicio de ropa deportiva.....	139