

USS



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional De Negocios

Internacionales

TESIS

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING
OPERATIVO PARA LA INTRODUCCIÓN DE
LA BEBIDA CHÍA COOL EN EL MERCADO
DE GUAYAQUIL - PROVINCIA DE GUAYAS -
ECUADOR 2015**

Para optar el Título Profesional de Licenciado en

Negocios Internacionales

Autores:

Bach. Monteza Urcia, Kevin Junior

Bach. Santisteban Vargas, Leslie Yamilet

Pimentel, 22 de Julio del 2015

RESUMEN

La presente tesis de investigación denominada: “Propuesta de un Plan de Marketing Operativo para la Introducción de la bebida Chía Cool en el mercado de Guayaquil – Provincia de Guayas – Ecuador 2015”, busca proponer y describir las estrategias y acciones mediante el mix de Marketing para introducir el producto bebible de la Empresa Organic Sierra & Selva al país Ecuador, generando la oportunidad de comercializar este producto con valor agregado a los más principales supermercados.

Mediante esta investigación, queremos resaltar la importancia de una semilla cuya demanda está creciendo a niveles sorprendentes en los últimos años, la Chía. La metodología que usamos es el plan operativo por lo que es necesario ordenar y procesar debidamente la información para poder realizar una propuesta adecuada, pues esta consta de cinco etapas consecutivas, en la primera etapa esta contenido por el análisis situacional FODA, misión, visión, valores. En la segunda etapa esta desglosada en Estrategias de Marketing y Tácticas de marketing, por lo tanto la tercera etapa es el Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción). La cuarta etapa señala el mercado objetivo y la quinta etapa es la de implementación y control. El presente estudio corresponde a un tipo de investigación es Descriptivo – Propositivo.

La muestra del estudio estuvo conformada por 196 habitantes de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, en los cuales se determinó al final de la investigación, y por la utilización de la herramienta estadística Ji-Cuadrada, son influenciados significativamente por el Plan de Marketing Operativo para introducir la bebida Chía Cool a su mercado, indicando tener un $\chi^2_c (49.25) > \chi^2_t (3.841)$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la de investigación, afirmando así la validación de hipótesis de investigación.

Nuestra investigación concluye que el mercado de Ecuador presenta un constante aumento en la demanda de semillas de chía ligada a nuevas tendencias alimenticias y formas de consumo es así que dirigimos el producto bebible Chía Cool, para satisfacer las preferencias del consumidor al mercado meta.

ABSTRACT

This research thesis, named: "Propuesta de un Plan de Marketing Operativo para la Introducción de la bebida Chía Cool en el mercado de Guayaquil – Provincia de Guayas – Ecuador 2015" - "Proposal of an Operational Marketing Plan for introducing the beverage Chia Cool at Guayaquil market - Guayas Province – Ecuador 2015" which is objective is to propose and describe the strategies and actions through the Marketing Mix to introduce the drinkable product of Organic Sierra & Selva Company in Guayaquil, generating an opportunity to market this product with added value to the major supermarkets.

In recent years, the importance of Chia seeds is growing at higher levels.

Operational Plan methodology is used, so it is necessary to order and process the information to make an appropriate proposal. It consists in five consecutive phases, in the first phase is contained by the SWOT analysis, mission, vision, values. In the second phase is divided into marketing strategies and marketing tactics, so the third phase is the Marketing Mix (Product, Price, Place and Promotion). The fourth phase marks the target market and the fifth phase is the implementation and control. The type of research which corresponds is descriptive - purposeful.

As the study sample we considered 196 inhabitants of the city of Guayaquil – Ecuador. In such groups we determined, at the end of the research, and by using the statistic tool: Ji squared, that they are meaningfully influenced by the Operational Marketing Plan to introduce the beverage Chia Cool, showing a $\lambda^2_c (49.25) > \lambda^2_t (3.841)$. This is why we reject the void hypothesis, and it is accepted the research hypothesis, confirming in this way the validation of research hypothesis.

Our research concludes that the market of Ecuador presents an increase in demand for chia seeds linked to new food consumption patterns and trends so we headed beverage Chia Cool to supply the consumer preferences to target market.