

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS
CONTABLES Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO "CRUJIENTES DE QUINUA" DENOMINADO "QUINUA PERUCHIPS" EN LA PROVINCIA DE CUSCO

Tesis Presentada por:

Br. Milena Adelaide Negrón Sologuren
Br. Gary Albert Palomino Ugarte

Tesis para optar al Título Profesional
de "Licenciado en Administración"

Asesor:

Dr. Roger Venero Gibaja

Cusco – Perú
2016

RESUMEN

TITULO: PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO “CRUJIENTES DE QUINUA” DENOMINADO “QUINUA PERUCHIPS” EN LA PROVINCIA DE CUSCO

La presente investigación fue desarrollada en los cinco distritos más importantes de la Provincia de Cusco, distritos de Wanchaq, Cusco, San Sebastián, San Jerónimo y Santiago, se decidió segmentar a los habitantes de NSE A, B y C de entre 20 y 65 años de edad a quienes se aplicaron cuestionarios de encuesta para la obtención de datos; además se utilizaron datos del año 2010 al 2015 del ámbito local, nacional e internacional.

El objetivo principal fue proponer un plan de marketing estratégico para introducir exitosamente y posicionar el nuevo producto “Crujientes de Quinoa” en la provincia de Cusco; de esa manera podría solucionarse el problema de escasa oferta de productos industrializados y de consumo directo que se ofrecen en el área de estudio, además de generar un negocio formal, obtener rentabilidad y mejorar la calidad de vida de los involucrados.

El proyecto estuvo enmarcado en el tipo de investigación descriptivo, aplicado y cuantitativo, se describieron aspectos de la realidad, se demuestra a través de variables cuantitativas las preferencias del público en estudio. El nivel de investigación es descriptivo-prospectivo y se planteó un plan de marketing a futuro. El diseño es no experimental, pues no se manipularon variables.

Los resultados hallados de mayor relevancia son: la marcada tendencia de consumo de productos de quinoa en Cusco, con un resultado de 87.9% de personas dispuestas a consumir el producto “Crujientes de Quinoa”, el mercado meta a atender el primer año es de 12,850 personas, el nombre comercial del producto se ha denominado “Quinoa PeruChips”, el sabor elegido es Sabor Natural – Sal de Maras, el tamaño elegido es de 50 gr. y el precio designado es de S/. 2.50; las características indicadas harán posible posicionar el nuevo producto en el mercado de la provincia de Cusco.