



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Propuesta de mejora de posicionamiento de yogurt Chani Artesanal en
Nuevo Chimbote”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Administración y Dirección de Negocios
Bachiller en Comunicación Estratégica**

PRESENTADO POR:

Romero Trejo Jacqueline Gigi – Administración y Dirección de Negocios
Sandoval Pescio, Renzo Enrique – Administración y Dirección de Negocios
Trigozo Flores, Cesar Paulo - Comunicación Estratégica
Vargas Alegre, Judith Agueda – Administración y Dirección de Negocios

ASESOR:

Ricra Mayorca, Juan Manuel

LIMA, PERÚ

2022

**Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en
Nuevo Chimbote**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Mg. Juan Manuel Ricra Mayorca

MIEMBROS DEL JURADO:

Dr. Pedro Alfonso Velásquez Tapullima

Dr. Cristian Renato Solis Garcia

**Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en
Nuevo Chimbote**

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Renzo Enrique Sandoval Pescio Identificado (a) con DNI N° 46496391 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a)Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado (a) con DNI N°: 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001- 8789-6572.

Yo, Jacqueline Gigi Romero Trejo Identificado (a) con DNI N°44292736 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a)Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado (a) con DNI N°: 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001- 8789-6572.

Yo, Paulo Cesar Trigozo Flores Identificado (a) con DNI N°76311548 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a)Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado (a) con DNI N°: 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001-8789-6572.

Yo, Judith Agueda Vargas Alegre Identificado (a) con DNI N°46747790 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a)Juan Manuel Ricra Mayorca, identificado (a) con DNI N°: 41266866, y cuyo código ORCID es 0000-0001- 8789-6572.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Somos los autores del documento académico titulado “PROPUESTA DE MEJORA DE POSICIONAMIENTO DEL YOGURT CHANI ARTESANAL EN CHIMBOTE

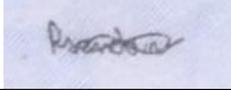
El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual no excede del 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 19 de diciembre de 2022

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Jacqueline Gigi	Romero Trejo	44292736	
Renzo Enrique	Sandoval Pescio	46496391	
Paulo Cesar	Trigozo Flores	76311548	
Judith Agueda	Vargas Alegre	46747790	

**Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en
Nuevo Chimbote**

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Juan Manuel	Ricra Mayorca	41266866	

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

DEDICATORIA

Le dedicamos el resultado de nuestro proyecto de investigación a nuestros padres, quienes nos apoyaron en cada uno de los momentos que se presentaron, Les agradecemos por enseñarnos a afrontar las dificultades que se nos pudo haber presentado en nuestro camino educativo y profesional.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

AGRADECIMIENTO

A la escuela ISIL, a nuestros docentes, y nuestros padres que siempre nos brindaron su apoyo incondicional para poder cumplir con nuestros objetivos académicos y personales, y son quienes nos acompañaron en este corto camino de nuestra educación. También, hacemos llegar nuestro agradecimiento a la emprendedora Luciana Hinostroza, quien nos brindó todo el apoyo para la realización de este proyecto de investigación

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

ÍNDICE

CAPÍTULO I. INFORMACION GENERAL	19
1.1 Título del proyecto	19
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	19
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada.....	19
1.4 Localización o alcance de la solución	19
CAPÍTULO II. DESCRIPCION DE LA INVESTIGACION APLICADA O INNOVACIÓN	20
2.1 Marco teórico.....	20
2.1.1 Antecedentes de la investigación.....	20
2.1.2 Bases teóricas	23
2.1.3 Estudio de posicionamiento del producto.....	23
2.1.4 Tendencia del consumo de yogurt artesanal	24
2.1.5 Mercadotecnia y packaging	25
2.1.6 Definición de términos básicos	28
2.2 Plan de actividades del proyecto	30
2.3 Metodología de la investigación.....	33
2.3.1 Diseño metodológico	33
2.3.2 Diseño muestral.....	33
2.3.3 Técnicas de recolección de datos.....	35
2.3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	38

**Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en
Nuevo Chimbote**

2.3.5 Aspectos éticos	38
CAPÍTULO III. DESARROLLO DE LA INVESTIGACION APLICADA E INNOVACIÓN	39
3.1. Diagnóstico situacional	39
3.1.1 Matriz FODA.....	42
3.1.2 Las 5 Fuezas de Porter	42
3.1.3 Estado actual del posicionamiento de yogurt artesanal de Chani Artesanal	45
CAPÍTULO IV. PROPUESTA.....	50
4.1. Objetivos a corto plazo	52
4.2. Objetivos a mediano	55
4.3. Objetivos a largo plazo	58
4.4. Buyer Persona.....	61
4.5. Parrilla de contenido	62
4.5.1. Parrilla de contenido mensualizada –primer mes.....	63
4.5.2. Parrilla de contenido mensualizada – segundo mes	71
4.6. Estimación del costo de la propuesta	82
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
5.1. Conclusiones	85
5.1.1. Conclusiones de la encuesta	87
5.2. Recomendaciones.....	94
CAPÍTULO VI. ANEXOS.....	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Perfil Sociodemográfico del Departamento de Ancash (INEI 2007)	34
Figura 2. Composición de la población censada en Ancash, por sexo 1993 y 2007.....	34
Figura 3. Cuestionario realizado en Nuevo Chimbote.....	37
Figura 4. Organigrama de Chani Artesanal	41
Figura 5. Matriz FODA.....	42
Figura 6. Conocimiento sobre Yogurt Chani Artesanal	46
Figura 7. Recordación de publicidad del yogurt Chani Artesanal.....	48
Figura 8. Requerimiento de información sobre el yogurt Chani Artesanal	48
Figura 9. Respuesta a pregunta filtro.....	87
Figura 10. Respuesta a pregunta 2	88
Figura 11. Respuesta a pregunta 3	88
Figura 12. Respuesta a pregunta 4	89
Figura 13. Respuesta a pregunta 5	89
Figura 14. Respuesta a pregunta 6	90
Figura 15. Respuesta a pregunta 7	90
Figura 16. Respuesta a pregunta 8	91
Figura 17. Respuesta a pregunta 9	91
Figura 18. Respuesta a pregunta 10	92
Figura 19. Respuesta a pregunta 11	92
Figura 20. Respuesta a pregunta 12	93

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 21. Respuesta a pregunta 13	93
Figura 22. Respuesta a pregunta 14	94

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Gantt del proyecto de investigación	30
Tabla 2. Propuesta a corto plazo	52
Tabla 3 Propuesta a mediano plazo	55
Tabla 4 Propuesta a largo plazo	58
Tabla 5 Parrilla de contenido	62
Tabla 6 Parrilla de contenido - primer mes	63
Tabla 7 Parrilla de contenido - segundo mes.....	71
Tabla 8. Costo del proceso de investigación	82
Tabla 9. Costo de la implementación de la propuesta	83

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

RESUMEN

El objetivo de esta investigación consiste en presentar una propuesta de mejora para el posicionamiento del yogurt de la empresa Chani Artesanal a través de las principales redes sociales. Ello se logrará a través de la generación de contenido en donde se dará a conocer los beneficios y propiedades del yogurt Chani Artesanal.

La metodología aplicada es de un enfoque mixto debido a que se presentará los resultados de manera numérica y descriptiva. La muestra que se consideró para la presente investigación está compuesta por 386 personas., las cuales pertenecen a Nuevo Chimbote, Ancash.

La herramienta utilizada para la recolección de información fue una encuesta de forma presencial ayudado de herramientas tecnológicas como Google forms. Como resultado, se obtuvo que la empresa necesita construir una presencia en redes sociales como: Instagram, Facebook y Tik Tok. Para lograr lo anterior mencionado en la presente investigación se propone diferentes acciones para hacer llegar a más personas el valor de la marca y conseguir un mayor número de clientes.

Palabras clave:

Yogurt artesanal, redes sociales, branding, estrategia digital

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

ABSTRACT

The objective of this research is present an improvement proposal for the positioning of the Chani Artesanal yogurt company through the main social networks. This will be achieved through the generation of content where the benefits and properties of Chani Artesanal yogurt will be announced.

The applied methodology is of a mixed approach because the results will be presented in a numerical and descriptive way. The sample that was considered for the present investigation is composed of 386 people, who belong to Nuevo Chimbote, Ancash.

The tool used to collect information was a face-to-face survey with the help of technological tools such as Google forms. The result obtained from the investigation shows that the company needs to build a presence on social networks such as: Instagram, Facebook and Tik Tok. To achieve the aforementioned, different actions are proposed to reach more people the value of the brand and get a greater number of customers.

Keywords:

Social media, digital strategy, artisanal yogurt, branding

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

INTRODUCCIÓN

La dificultad que hemos detectado en la empresa Chani Artesanal, es el posicionamiento dentro de la mente de sus consumidores, adicional a ello también debe de trabajar términos relacionados al packaging y mercadeo para que pueda alcanzar notoriedad dentro del público objetivo que son madres de 25 a 50 años en la ciudad de Chimbote. Actualmente se apunta a ese segmento del mercado, son las que toman la decisión de dicha compra, sin embargo, planea ampliar en el mediano plazo productos relacionados con el yogurt tales como postres artesanales ante ello necesita contar con un espacio físico que permita generar una experiencia de compra distinto lo cual le dará un valor agregado a su negocio.

El principal inconveniente identificado es el posicionamiento, ya que la empresa Chani Artesanal no se encuentra posicionada con su principal producto, el cual es el yogurt artesanal.

El problema que se abordará en esta propuesta es la mejora del posicionamiento del yogurt dentro de la ciudad de Chimbote. Asimismo, el objetivo general de consiste en posicionar en la mente del consumidor el yogurt artesanal y dar a conocer los beneficios los beneficios del producto.

En la propuesta, también se presentan objetivos específicos tales como, establecer alianzas con empresas para obtener una mayor distribución y reconocimiento de la marca Chani Artesanal, a través de nuevos puntos de ventas como supermercados y centros de venta de productos naturales y posicionar la marca en la mente de nuestros clientes y nuevos clientes a través de los medios digitales.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

Respecto a la relevancia de la investigación, se observó hay oportunidad de crecimiento para la empresa Chani Artesanal, lo cual le podría generar mayores ingresos económicos y crecimiento a mediano plazo. También se identificó que existe una tendencia de alimentación saludable en la cual la empresa puede participar al brindar productos naturales y de alta calidad.

La viabilidad de la investigación es alta puesto que obtuvo información de fuentes primarias, puesto que se realizó un viaje a Nuevo Chimbote (Ancash) para realizar el levantamiento de información y encuestas. Además, se observó el proceso de producción, empaçado y distribución del producto. Por otro lado, también se encuestó a clientes recurrentes de Chani Artesanal para conocer su apreciación del producto.

En cuanto a las limitaciones de la investigación se observó que el factor tiempo de producción es relevante. La producción de yogurt inicia cada 7 días, por lo que el equipo de investigación tuvo una ventana de tiempo limitado para hacer las observaciones en el lugar. Otra limitación está relacionada a los recursos, puesto que los investigadores solo contaban con los recursos para realizar la investigación presencial en Nuevo Chimbote 3 días.

Finalmente, es importante mencionar la estructura la presente investigación para facilitar su lectura. En el capítulo I, se brinda información general de la investigación, en el capítulo II, se encuentra el marco teórico, el plan de actividades del proyecto y la metodología de la investigación.

En el capítulo III se describe el desarrollo de la investigación, esto incluye el diagnóstico situacional de la empresa y el estado actual del posicionamiento del

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

yogurt. En el capítulo IV se detalla la propuesta del equipo de investigación. En dicha propuesta se plantean objetivos y rutas de acción para el corto, mediano y largo plazo. Además, se propone un Buyer Persona y una parrilla de contenidos mensual.

En el capítulo V se encuentra las conclusiones y recomendaciones brindadas por el equipo de investigación y, finalmente, en el capítulo VI se encuentran los anexos.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

CAPÍTULO I. INFORMACION GENERAL

1.1 Título del proyecto

“Propuesta de mejora para el posicionamiento del Yogurt Chani Artesanal dentro de la ciudad de Chimbote”

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Este estudio se desarrolla en el departamento de Chimbote-Perú, donde la propuesta de mejora es el foco principal del desarrollo de la investigación. El principal objetivo la presente investigación es mejorar el posicionamiento del producto yogurt artesanal de la empresa Chani Artesanal.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

En este estudio se propone un plan de mejora para posicionar el producto yogurt artesanal en el mercado de yogures en Nuevo Chimbote. Esta propuesta busca generar un impacto positivo en la empresa Chani Artesanal, pasar de un incremento de 35% de recordación a un 43% ya que ello nos ayudaría a elevar nuestras ventas en un 15%

1.4 Localización o alcance de la solución

Nuestra propuesta de mejora para el posicionamiento del yogurt Chani Artesanal, se lleva a cabo en la ciudad de Nuevo Chimbote.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN

2.1 Marco teórico

2.1.1 *Antecedentes de la investigación*

Antecedentes nacionales.

Sánchez (2020) menciona en su tesis “Plan de marketing para el relanzamiento de los productos yogurt y queso fresco de una empresa familiar comercializadora de lácteos ubicada en la ciudad de Lima” que los compradores están en constante preocupación en relación a los ingredientes, puesto que los yogures contienen ingredientes que a futuro dañan a los productos, y como consecuencia, a las personas, por ello optan por los productos naturales. Existe una creencia que los productos naturales son bajos en grasa y ello contribuyen con el estilo de vida sano y una dieta saludable. Asimismo, la autora detalla que “el 67% de los latinoamericanos quisieran ver más productos cuyos ingredientes sean 100% naturales” siendo Perú, Colombia, México y Brasil los países encuestados. Estos países presentan dichas preferencias (Arrué, 2020). En ese sentido, los clientes que compran tienen mayor demanda de transparencia y claridad en los etiquetados, es por ello que se requieren entender y saber controlar lo que se consume (Arrué, 2020)

Por otro lado, los clientes son conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente, por lo que finalmente tienen interés en comprar productos que obtengan ingredientes, procesos y productos con respecto al cuidado del medio

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

ambiente. Asimismo, la práctica de actividades responsables y sobre todo la ética en la cadena de suministro de las corporaciones fabricantes son factores que ha futuro ganarán y relevarán en los consumidores, especialmente en los jóvenes (MINTEL, 2020). De acuerdo con MINTEL (2020) el Ministerio de Salud revela, que el estudio de consumo de alimentos, el comprador desea conocer dichos antecedentes de los productos y la conducta ética de los fabricantes.

Campos et al.(2018) en su investigación titulada: "Diagnóstico del plan de Marketing Digital de una microempresa comercializadora de productos hechos a base de cereales andinos. Estudio de caso: Nutrishake Andino". Hacen referencia a la metodología que se utilizó.

Esta metodología fue descriptiva y de enfoque mixto, las técnicas de entrevistas a 17 expertos, la observación etnográfica, y la encuesta a los participantes actuales, así como la posibilidad de la empresa.

El resultado más importante de dicho estudio muestra que el plan de marketing digital de la microempresa evaluada por Campos y sus colegas, no es el adecuado, por lo tanto, no se logra la atracción de los clientes y tampoco la fidelización de los clientes actuales. De acuerdo con los autores, esto se debe a la ausencia de una estrategia o método integral que articulen dichas herramientas digitales, principalmente para potenciar las plataformas digitales.

Es importante señalar que los autores de dicha investigación, mencionan que la empresa evaluada, no cuenta con conocimiento de su público objetivo, por ello, las estrategias realizadas no ayudan al cumplimiento de sus metas.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

Antecedentes internacionales

Bravo y Loor (2022). en su investigación titulada “Plan de negocio de yogurt griego natural para su posicionamiento en la zona sur de Manabí” cuyo objetivo consistió en mejorar el posicionamiento del yogurt griego natural en la localización de Manabí. Cabe resaltar que este se brindó este instrumento a la corporación en donde se desarrolló la investigación y se obtuvo mayor información a través de la lluvia de ideas.

Para el desarrollo de dicha investigación autores mencionan tres fases relevantes.

La primera fase consistió en un estudio de mercadotecnia. En esta fase se realizó un estudio mercado en la zona Sur de Manabí. Se definió la muestra y se ejecutó la encuesta. Análisis PESTE, PORTER y FODA.

En la segunda fase los autores mencionaron la elaboración de un estudio técnico-operativo y organizacional para la puesta en marcha de la empresa. En esta fase, los autores detallaron y definieron cada uno de los recursos necesarios para llevar a cabo el negocio.

Por último y no menos importante, la tercera fase consistió en el desarrollo de un análisis económico-financiero, donde determinaron la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

2.1.2 Bases teóricas

Posicionamiento

De acuerdo con Ludeña et al. (2016) quienes citan a Moyano (2015) mencionan que el posicionamiento es el conjunto de las opiniones, sentimientos, sensaciones, percepciones e imágenes que tienen los clientes sobre los bienes y/o servicios de una empresa o de la misma empresa. Según lo indica Moyano, el posicionamiento de una empresa se verá afectado por diferentes motivos; y eso puede generar un concepto para una misma corporación.

Una de las cosas importantes sobre el posicionamiento es el nombre del producto: "un buen nombre es captado fácilmente por la mente, mientras que un nombre no logra entrar en la mente porque suele ser complicado o confuso" (Barrón, 2000).

El posicionamiento es importante y fundamental para los negocios, se denomina el "ángulo mental competitivo"; quiere decir, que el ángulo que se da se trabaja bajo la mente del consumidor potencial y esto se convierte en estrategia para la empresa (Barrón, 2000).

2.1.3 Estudio de posicionamiento del producto

De acuerdo con PeruLactea, el yogurt fue aceptado de a pocos por los consumidores peruanos; los niños fueron los primeros, les gustaba su sabor y la variedad de este alimento. Las madres fueron conociendo que era una manera diferente de alimentarlos, una forma divertida y práctica de consumir leche. Hoy los adultos son también grandes consumidores (Perulactea.com., 2010).

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

Especialistas médicos analizan la conquista del yogurt destacando que la principal causa es el mayor conocimiento de que ambos tienen de sus cualidades nutricionales porque además de ser un lácteo este contiene cultivos vivos que predigieren la leche haciéndola de más fácil digestión. Para un país como el nuestro, donde existe alto índice de intolerancia a la lactosa es un beneficio adicional acota el doctor Arnaldo Hurtado, nutriólogo.

Según la Asociación de Industriales Lácteos (ADIL), las ventas de productos lácteos peruanos crecieron 8.25% entre enero y agosto 2010, frente al año pasado. Y entre los productos de origen nacional que más crecieron está el yogurt, con 12%. Y la tendencia lleva 10 años (Perulactea.com., 2010).

2.1.4 Tendencia del consumo de yogurt artesanal

En Perú, el aumento del consumo del yogurt artesanal significa mucho para sus productores ya que, tienen la oportunidad de aumentar la tendencia del consumo de estos e incrementar su demanda (dicho sea, su bajo contenido de azúcares y aditivos). Si comparamos el consumo per cápita no supera 5 litros teniendo países vecinos como Colombia y Chile que se duplica (Inga Martinez, 2013).

Un dato importante es que el creciente interés en la salud intestinal y la alimentación saludable ha alentado a los productores lecheros a enfatizar los atributos probióticos del yogurt debido a que algunos también agregan vitaminas y proteínas adicionales para lograr un mayor atractivo nutricional.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

Según el psicólogo Alejandro Vera (Barrón, 2000) el consumo habitual del yogurt natural, otorgan beneficios que ayudan al incremento y conocimiento del yogurt artesanal en nuestro país, dichos son:

- Consumo para todas las personas con intolerancia a la lactosa.
- Contiene una gran fuente de proteínas.
- Contiene fuente de vitaminas y minerales.
- Mejora el funcionamiento del intestino.
- Mejora el sistema inmunológico
- Promueve la mejora del estado de ánimo.
- Fortalece los huesos.
- Protege el sistema nervioso.
- Ayuda a la saciedad.
- Ayuda a prevenir enfermedades como el cáncer.

2.1.5 *Mercadotecnia y packaging*

Según Kotler (s.f), autor del libro Dirección de Mercadotecnia, sostiene que la clave para alcanzar las metas organizacionales consiste en determinar las necesidades y deseos de los mercados meta, y entregar los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores. El concepto de mercadotecnia se sustenta en 4 pilares principales: 1. mercado meta 2. necesidades del consumidor 3. mercadotecnia coordinada y 4. Rentabilidad.

Afirma que la labor de las organizaciones es determinar las necesidades, deseos e intereses de los mercados meta y entregarles los satisfactores deseados,

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

en forma más eficaz y eficiente que la competencia, de tal manera que se proteja e incremente el bienestar del consumidor y de la sociedad (Kotler, s.f).

De acuerdo con Gonzalo Guerra-García (2021), profesor en Certificado de Especialización en Marketing del PEE de ESAN, menciona en su artículo; ¿Cómo crear el plan de marketing ideal para una pequeña empresa? que, para que un plan de marketing de una pequeña empresa tenga éxito, se debe identificar correctamente al comprador. Para ello, es necesario crear un buyer persona (representación ficticia del cliente ideal) para comprender sus dolores, problemas, gustos, intereses, etc., de los consumidores. Pero eso no es todo. También es crucial conocer qué aspectos los motivan a tomar una decisión de compra. Estos datos ayudarán a elaborar los mensajes adecuados para dirigirse al público objetivo y convencerlos.

De acuerdo con Gustavo Rahimi (2018), el empaque de un producto puede desarrollar un aspecto único de resto, pudiendo cumplir las necesidades y preferencias de sus consumidores. No siempre es apreciado de una manera positiva por todos los clientes, y existen otras envolturas que se les conoce como packaging creativos.

El packaging es usado con mucha frecuencia para referirse al empaque de un objeto. Es un término de la lengua inglesa, puede tratarse desde un papel que envuelve un producto hasta una caja en la que se almacena.

Impacto del packaging en el yogurt artesanal

De acuerdo con Albuja, Campoverde, Chinchay, Lazo y Milla (2016), sostienen Para nuestro producto, se ha decidido diseñar como envase una botella

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

de material plástico, con una capacidad volumétrica de 1 litro, debido a los resultados de las encuestas realizadas, observando que este es un tamaño preferido por su presentación tradicional, mejor portabilidad y facilidad de uso, además siendo el más requerido por nuestros futuros consumidores.

El envase de nuestro producto, debe mantener el yogurt en las condiciones requeridas para su consumo, es por eso que se identificarán los posibles riesgos a los cuales se expone el envase para contrarrestarlos:

- Riesgos climáticos. Un factor importante para la conservación de nuestro yogurt es la temperatura, la cual debe mantenerse dentro de un rango óptimo: 4°C a 10°C. Riesgos biológicos: El material de nuestro envase debe evitar la formación de hongos, bacterias, u otros agentes microbiológicos que dañen el producto, o disminuyan su tiempo de conservación (Albujar et al., 2016).
- Riesgos de almacenaje: Los envases que contengan el yogurt, deben ser resistentes, ya que riesgos como caídas pueden dañar el producto y disminuir su calidad (Albujar et al., 2016).
- De acuerdo a Ivette Palacios (2016) sostiene que para determinar cómo se va utilizar el envase, se debe considerar el lugar geográfico al que se va distribuir ya que puede que las condiciones climáticas perjudiquen el estado del producto. Hearkey (2009) afirma que el packaging debe desempeñar varias funciones “Diferenciar el producto de la competencia. Atraer la atención de un espacio comercial (...). Posicionar un producto dentro de una categoría o gama de precios

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

concretos (...). cumplir una función complementaria” (p.106). Como lo dice el autor el empaque no es solo lo que contiene el producto sino es la publicidad, lo que protege al producto y puede tener más utilidades para quien lo adquiera.

2.1.6 Definición de términos básicos

- **Posicionamiento:** Son las acciones que deben desarrollar las empresas para garantizar que sus usuarios se sientan valorados, más allá de las retribuciones financieras que puedan llegar a generarse por el producto (Euroinnova. International Online Education, s.f)
- **Mercadotecnia:** Es un sistema global de actividades de negocio proyectadas para plantear, establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de los compradores (Fischer de la Vega & Espejo Callado, 2011)
- **Packaging:** El packaging o empaquetado es un conjunto de actividades centradas en la preparación de productos para su almacenaje, distribución y venta final (Galán, 2015)
- **Yogurt Artesanal:** El yogurt es un producto muy beneficioso para nuestro organismo, ya que contiene bacterias vivas que contribuyen al mantenimiento de la flora intestinal (La Vanguardia, 2016)
- **Proveedores:** Abastece a otra persona de lo necesario o conveniente para un fin determinado.
- **Redes Sociales:** facilita la conexión digital proporcionando una amplia gama de servicios.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Chimbote

- **Alianzas estratégicas:** Se logra un conjunto de objetivos deseados entre ambas partes.
- **Demanda del producto:** La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido
- **Influencia de la frecuencia de compra:** El estudio de la frecuencia de compra de los consumidores como variable determinante de su comportamiento, permitiría emplear la frecuencia de compra como una variable para segmentar el mercado, identificando cómo se comportan los consumidores habituales y los consumidores ocasionales.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

2.2 Plan de actividades del proyecto

Tabla 1. Gantt del proyecto de investigación

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Elección de tema																
2. Elección del título del proyecto																
3. Localización de desarrollo																
4. Planeamiento del problema																
5. Redacción de la pregunta de investigación																
6. Objetivos generales y específicos.																
7. Presentación del primer avance																
8. Elaboración del marco teórico																
10. Elección del diseño de instrumento																
11. Presentación del segundo avance																
12. Elección del tipo de muestreo																
13. Redacción de fuentes y referencias bibliográficas																
14. Recolección de datos																

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
15. Procesamiento y análisis de los datos																
16. Presentación del tercer avance																
17. Viaje a la Provincia de Nuevo Chimbote																
18. Elaboración de video de los procesos del yogurt																
19. Descripción y discusión de los resultados obtenidos																
20. Redacción de conclusiones y recomendaciones																
21. Redacción de fuentes de anexo y referencias bibliográficas																
22. Principios éticos de la investigación																
23. Elaboración de informe final																
24. Asesorías de proyecto																
25. Presentación del cuarto avance																
25. Exposición final - Sustentación																

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

2.3 Metodología de la investigación

2.3.1 *Diseño metodológico*

Esta investigación tiene enfoque mixto, porque se van a presentar los resultados mediante valores numéricos y, además, porque se busca comprender y conocer la situación actual de la variable de estudio (Arias, 2020)

El tipo de investigación es práctica, ya que consiste en la elaboración de una propuesta de innovación como solución a un problema práctico en la empresa (Arias, 2020).

El nivel es descriptivo, ya que, se van a describir los sucesos ocurridos en el estudio de campo y se presentarán en tablas de frecuencia (Arias, 2020).

El diseño es no experimental porque no se van a alterar las variables de estudio y es transversal porque solo se va a medir en un periodo de tiempo (Arias, 2020).

2.3.2 *Diseño muestral*

Población

La Población del distrito de Nuevo Chimbote, en la actualidad cuenta con alrededor de más de 215.817 habitantes (INEI, 2007). La edad de los encuestados oscila entre los 18 y 65 años, que cuentan con un grado académico de bachiller y titulados.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 1. Perfil Sociodemográfico del Departamento de Ancash (INEI 2007)

DEPARTAMENTO DE ANCASH: PIRÁMIDE DE LA POBLACIÓN CENSADA POR SEXO, 1993 Y 2007
(Porcentaje)

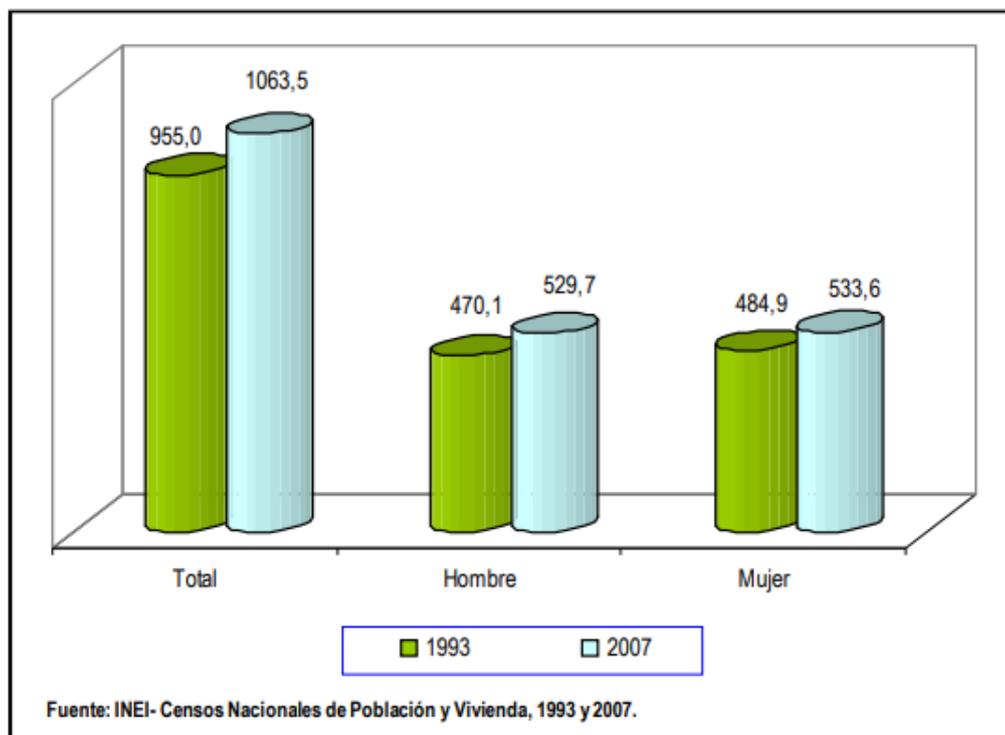


Figura 2. Composición de la población censada en Ancash, por sexo 1993 y 2007

Muestreo

Para la selección de la muestra se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

El muestreo cuenta con un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95%

Muestra

La muestra está conformada por 385 personas. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error de $\pm 5\%$.

Parámetros utilizados:

z = Variable normalizada (del nivel de confianza) = 1,96

p = Probabilidad de éxito = 0,5

q = Probabilidad de fracaso = $1 - p = 0,5$

e = Margen de error = $\pm 5\% = 0,05$

n = Muestra

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 385$$

2.3.3 Técnicas de recolección de datos

Técnicas

Se va a utilizar la técnica de la encuesta para medir dos variables del estudio

Definición del instrumento

Ficha técnica del cuestionario

- Autores:
 - Romero Trejo, Jacqueline Gigi

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

- Sandoval Pescio, Renzo Enrique
- Trigozo Flores, Cesar Paulo
- Vargas Alegre, Judith Agueda
- Año de creación: 2022
- Validez: se validó por expertos concluyendo que es válido.
- Público objetivo: Hombres y Mujeres de 18 a 65 que consumen yogurt artesanal.
- Tiempo de administración del instrumento: 10 minutos

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Cuestionario

Figura 3. Cuestionario realizado en Nuevo Chimbote

PLAN DE NEGOCIO PARA EL POSICIONAMIENTO DEL YOGURT CHANI ARTESANAL.
PRESENTACIONES
Hola, somos alumnos de la Escuela superior Instituto San Ignacio de Loyola, en esta ocasión queremos saber tu opinión al respecto sobre el consumo del yogurt artesanal, nos ayudarías respondiendo esta breve encuesta que es parte de la sustentación de nuestra tesis, para obtener el grado de bachiller, gracias.
PREGUNTAS FILTRO
¿Usted consume yogurt artesanal?
SI NO
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
1. ¿Cuál es el sabor del yogurt que generalmente consumes?
2. ¿En qué estaciones del año sueles consumir mayor cantidad de yogurt?
3. ¿Es usted conocedor de los beneficios que aporta el yogurt natural?
4. ¿Con qué frecuencia consumes yogurt artesanal?
5. ¿Qué cantidad de yogurt artesanal sueles consumir semanalmente?
6. ¿En qué se fija usted al comprar un yogurt artesanal?
7. ¿En qué tipo de envases prefieres consumir el yogurt artesanal?
8. ¿Cuáles son las marcas de yogurt artesanal que generalmente consumes?
9. ¿Qué impulsa la decisión de compra de ese yogurt?
10. ¿Qué te atrae visualmente para decidir una compra?
11. Te aparece atractivo nuestro logo (se le muestra el logo de Channi artesanal)
12. ¿Qué debería mejorar del packing actual de Channi artesanal?
13. ¿En qué establecimiento sueles comprar yogurt natural?
14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 1 litro de yogurt artesanal?
15. ¿Con qué productos adicionales sueles acompañar tu yogurt natural para beberlo?

Organización

Las coordinaciones realizadas con Luciana Hinojosa, Gerente General de Chani Artesanal iniciaron en agosto del 2021 con la finalidad de recaudar información de la empresa, sus procesos y sus consumidores. Para obtener información de fuentes primarias, el equipo viajó a Nuevo Chimbote el 2 de

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

diciembre de 2022 hasta el 04 de diciembre de 2022. En ese periodo se aplicó la encuesta señalada en el punto anterior.

Recursos

- Humanos: El estudio cuenta con el investigador, el asesor y la población de estudio.
- Materiales: Materiales de escritorio, lápices, borrador, tajador, cuestionario impreso.
- Tecnológicos: Excel, Word y Google Form
- Financieros: El estudio es financiado por los investigadores.

2.3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se utilizó Google Form y Excel.

2.3.5 Aspectos éticos

Se ha utilizado el formato APA séptima edición, para poder respetar la propiedad intelectual de otros autores. Asimismo, se usarán referencias de manera correcta en conjunto con el software Turnitin para corroborar la similitud.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

CAPÍTULO III. DESARROLLO DE LA INVESTIGACION APLICADA E INNOVACIÓN

3.1. Diagnóstico situacional

La historia de “Chani Artesanal” empezó hace 8 años con Luciana Hinostrosa, quien se encontraba cursando la carrera de Ingeniería Alimentarias en la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo, de la ciudad de Huaraz. Durante los últimos ciclos llevo curso de industrias lácteas, por lo que, en la parte final de la investigación de la producción de los productos, visitó distintos acopiadores llegando a una comunidad Utcuyacu - Catac, quienes son productores de leche.

Así empieza su emprendimiento en el rubro de la elaboración del yogurt artesanal, donde es una de las primeras en la fabricación del yogurt griego en la ciudad de Huaraz, y fue ahí donde comenzó a promover su consumo.

Empezó vendiendo en la calle y a conocidos, y a su vez explicaba de manera detallada las principales diferencias, propiedades y beneficios entre el yogurt griego y los yogures industriales o también llamados tradicionales.

Tuvo la gran oportunidad de presentar su producto en las instituciones bancarias y educativas, además de brindar información de los beneficios sobre la mejora de la digestión que presentaban al consumir el yogurt artesanal, y de esa manera comenzar a tener una rutina de alimentación saludable en sus momentos de recesos.

La ubicación de su planta de producción se encontraba en el primer piso del lugar donde residía. Por lo cual, ante la demanda decide llevarlo a un siguiente nivel tratando de poder posicionar su marca en la ciudad de Huaraz, luego de ello da

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

inicio al periodo de formalización de su empresa a través de la constitución de la misma, lo cual le brinda nuevas oportunidades de negocio.

Posterior a ello, se le presenta la oportunidad de poder trasladar su planta de producción a la localidad de Nuevo Chimbote, donde cuenta con un espacio de aproximadamente 100 m², tratando de posicionar su marca, además de poder seguir crecimiento de su emprendimiento.

Actualmente la planta de producción de la empresa se encuentra ubicada en Nuevo Chimbote en la localidad del Centro Productivo Tres Estrellas. Dentro de la empresa trabajan cuatro personas incluyendo la administradora quien también se encarga de la elaboración del yogurt artesanal.

Recientemente la empresa Chani Artesanal, ha aperturado su primera tienda física en Nuevo Chimbote, para poder dar a conocer su producto. Asimismo, manifiesta que desea comenzar a participar dentro de las eco tiendas que se encuentran dentro de la localidad y así poder comenzar a difundir su producto.

La ciudad de Nuevo Chimbote fue creada el 27 de mayo de 1994 en el gobierno del ex presidente Alberto Fujimori. En la actualidad cuenta con casi de 200.500 de habitantes, este distrito ubicado en el distrito de Ancash se caracteriza por tener la Plaza Mayor más grande del Perú con un monumento de una garza en representación al ave migratorio que se encuentra en la zona ecológica. Cabe destacar que el distrito de Nuevo Chimbote es uno de los 9 que conforman la provincia del Santa.

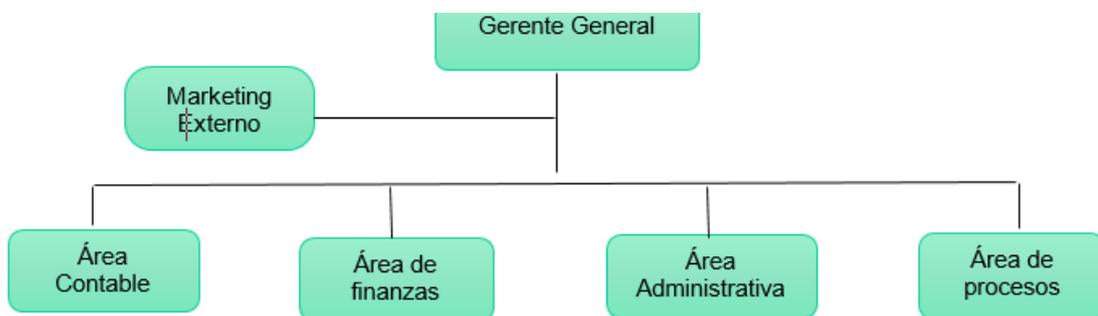
La visión de Chani Artesanal es ofrecer a nuestros consumidores el mejor yogurt artesanal, elaborado con ingredientes naturales de buena calidad, con un

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

alto contenido de probióticos y nutrientes que beneficie la salud de nuestros clientes, creando una cultura alimentaria natural.

La visión de la empresa es ser reconocida como líder en la producción del yogurt artesanal a nivel nacional, y seguir posicionando nuestro producto llegando a diferentes cadenas de supermercados y eco tiendas, para poder satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

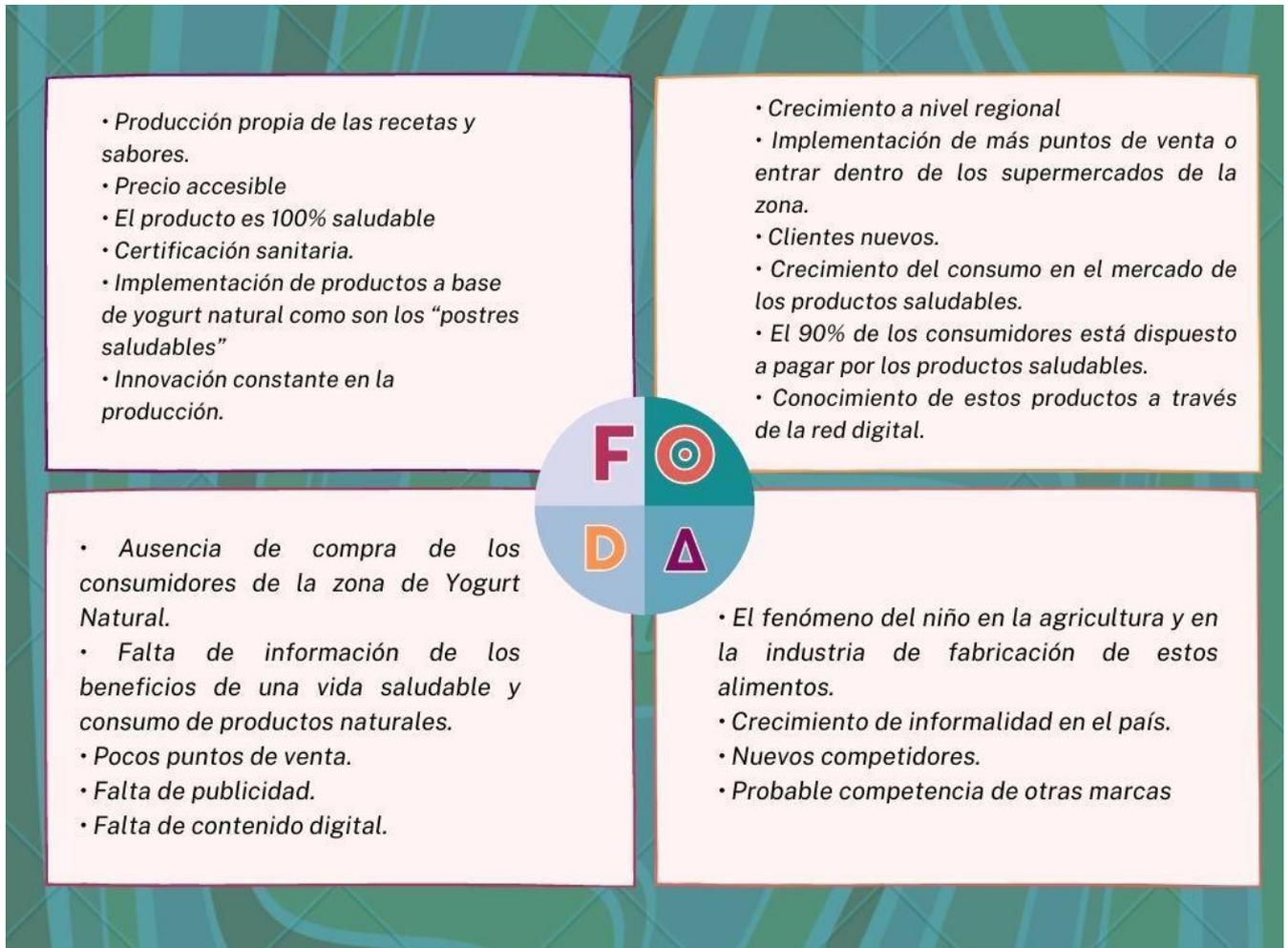
Figura 4. Organigrama de Channi Artesanal



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

3.1.1 Matriz FODA

Figura 5. Matriz FODA



3.1.2 Las 5 Fuerzas de Porter

Poder de negociación de los proveedores

Chani ha implementado las medidas de negociación con sus proveedores, para contar con una cantidad suficiente de insumos que proveen el costo de la industria.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Es por eso que el poder de negociación de los proveedores que tenemos puede ejercerse de 3 maneras:

- aumentando los precios,
- disminuyendo la calidad
- reduciendo la disponibilidad de los productos.

Podemos concluir, que el poder de negociación con los proveedores puede afectar en estos tres puntos anteriores. Chani como empresa tiene una base de datos de proveedores que les permite negociar con ellos y reducir los costos sin perder la calidad de dichos insumos, buscando la mejor opción.

Poder de negociación con clientes

El poder de negociación con los clientes es de manera continúa dando lo mejor como empresa para que no solo se sientan satisfechos con la marca de Chani.

Chani como empresa ve los niveles de precio y de producción comparando con otras empresas del sector, para así poder establecer precios estándares de acuerdo al cliente, de esta forma estamos velando el beneficio del cliente como de la empresa.

Por otro lado, realiza campañas de promociones y descuentos, donde ofrece el precio del mercado.

Amenaza de los nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores es alta, puesto que se puede encontrar diversidad de yogurts en el mercado con diferentes marcas, como Danlac, Gloria,

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Bonlé y Laive, etc. El yogurt artesanal en el que estamos enfocados para poder generar un mejor posicionamiento dentro de la ciudad de Chimbote, se encuentra al mismo nivel de competencia y calidad. Las marcas más conocidas son La vaquita Cañetana, yogurt Heidi, Vithale yogurt artesanal.

Por ello estableceremos alianzas estratégicas con empresas para poder obtener una mayor distribución y reconocimiento de nuestra marca Channi Artesanal, a través de nuevos puntos de venta como supermercados, ferias artesanales y eco tiendas.

Posicionar en la mente del consumidor, a través de las redes digitales, publicidad, benchmarks, y branding, y de esa manera darles a conocer que nuestro producto el yogurt Chani Artesanal es un producto natural, nutritivo, sin preservantes ni conservantes para su consumo.

Amenaza de productos y servicios sustitutos

En el mercado peruano existe una gran variedad de productos sustitutos, cuya diferencia está en el precio entre lo natural e industrial, dentro de ellas encontramos la leche, queso crema, crema de leche, leche de almendras, etc. Estos sustitutos son comercializados en tiendas naturistas, y/o supermercados, estos productos no son de fácil acceso, y esto genera rentabilidad en nuestro yogurt Chani Artesanal.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

3.1.3 *Estado actual del posicionamiento de yogurt artesanal de Chani Artesanal*

Actualmente se ha realizado un estudio, junto a entrevistas con los dueños de la empresa, donde pudo observar que el principal problema es el posicionamiento del yogurt artesanal.

Nuestra propuesta para mejorar el posicionamiento del producto es utilizar diferentes herramientas del marketing como, por ejemplo: la publicidad, benchmarks, branding, uso de social media y de influenciadores para mejorar el posicionamiento del producto.

Publicidad: Utilizaremos esta herramienta para potenciar nuestros productos con la creación de contenido visual e informativo en las diferentes plataformas digitales.

Branding: Con esta herramienta nos ayudará a crear una imagen positiva en la mente de nuestros consumidores de manera consciente e inconsciente y con ello poder influir en la decisión de compra. Al lograr obtener nuestro yogurt podrán darse cuenta que fue la mejor elección de compra para poder satisfacer sus necesidades, y no se arrepentirán de haber consumido un yogurt artesanal diferente a los que hay en el mercado nacional, para ello haremos uso de diferentes estrategias como activaciones en eventos deportivos y ferias eco amigables, para motivar la interacción de nuestros clientes con la marca Chani Artesanal.

Social media: En plena era de la digitalización es muy importante tener en cuenta un buen manejo de las redes sociales, es por ello que contaremos con la

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

ayuda de un Community Manager quien es el encargado del manejo y administración de nuestras redes sociales.

Influenciadores: Teniendo en cuenta el impacto que causan las redes sociales, utilizaremos influencers para hacerlos embajadores de nuestra marca. Cabe señalar que nuestros embajadores tienen que tener una relación con nuestro producto, es decir que sean personas que lleven una rutina saludable.

De acuerdo al estudio realizado dentro de la localidad de Nuevo Chimbote a través de encuestas se detecta que el 65% de las personas no reconoce la marca, por lo cual es un mercado potencial a explorar.

Asimismo, detectamos que las personas entre 20 y 30 años son las que no tienen posicionado la marca “Chani Artesanal”

En cuanto al crecimiento de las ventas del yogurt, se da según la producción semanal de 200 litros, que no es la cantidad estimada, ya que aún no es muy conocido el yogurt.

Sin embargo, al instalar una planta en la ciudad de Chimbote se tenía como objetivo producir el triple de yogurt.

De acuerdo al estudio realizado dentro de la localidad de Nuevo Chimbote a través de encuestas se detecta que el 65% de las personas no reconoce la marca, por lo cual es un mercado potencial a explorar.

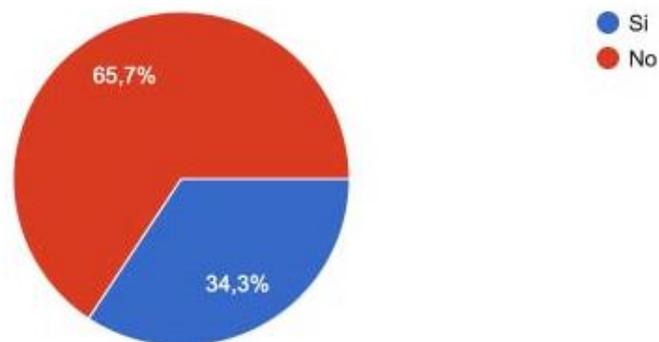
Asimismo, detectamos que las personas entre 20 y 30 años son las que no tienen posicionado la marca “Chani Artesanal”

Figura 6. Conocimiento sobre Yogurt Chani Artesanal

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Se entrevistó a un total de 384 personas que se encuentran localizadas

¿Has escuchado sobre el yogurt CHANI ARTESANAL?



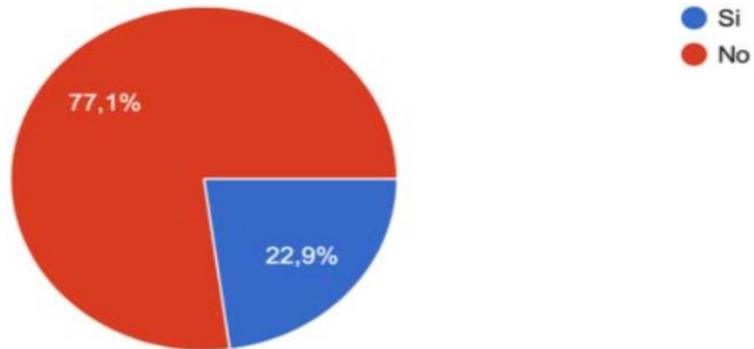
dentro de la ciudad de Chimbote, como se observa dentro del gráfico solo el 34.3% conoce sobre el yogurt de la marca Chani Artesanal por lo que se detecta que hay una oportunidad de incrementar el posicionamiento en un 65.7% de la población

Todas las personas se encuentran interesadas en poder tener una primera experiencia con el yogurt Chani Artesanal, por lo que es una oportunidad de convencerlos de que es un producto de calidad y saludable.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 7. Recordación de publicidad del yogurt Chani Artesanal

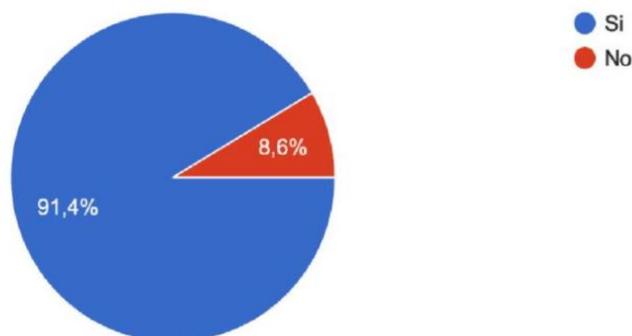
¿Has observado algún tipo de publicidad sobre el yogurt CHANI ARTESANAL?



En la encuesta aplicada también podemos observar que tenemos nos estamos perdiendo oportunidad de impactar a futuros compradores de nuestro yogurt artesanal, podemos oportunidad de impactar a un 77.1%.

Figura 8. Requerimiento de información sobre el yogurt Channi Artesanal

¿Te gustaría saber más de nuestro producto yogurt CHANI ARTESANAL?



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

En la encuesta también refleja que hay un 91,4 % de personas que quieren conocer más de nuestro producto, por lo que sería una buena oportunidad de comentarles todos los beneficios de nuestro yogurt además de cuáles serían sus acompañamientos ideales para que puedan tener una buena experiencia consumiéndolo.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

CAPÍTULO IV. PROPUESTA

El posicionamiento es la forma y manera de saber llegar a nuestro público objetivo, y que es lo que te diferencia de los competidores que existen en la ciudad de Nuevo Chimbote, es decir que contamos con un segmento de mercado donde buscamos desarrollar estrategias de posicionamiento para el yogurt Chani Artesanal. Al realizar un posicionamiento eficaz, este hará que nos diferencien de la competencia, dando a conocer los beneficios y ventajas de consumir el yogurt artesanal, de esa manera lograr obtener un alza en las ventas del yogurt.

Un buen posicionamiento de nuestra marca y producto deberá realizarse de diferentes formas, así el yogurt Chani Artesanal pueda continuar creciendo y mejorando dentro del mercado.

Las estrategias del posicionamiento son procesos por lo cual las empresas pueden influir en la percepción que tienen sus consumidores sobre sus productos, es decir este consiste en establecer lo que se quiere proyectar de la marca y el producto, y esto hará que su público objetivo comprenda y valore su ventaja competitiva. Para poder establecer una buena estrategia de posicionamiento se debe tener en cuenta los siguientes pasos: Determinar el posicionamiento actual del producto y marca, investigar a los clientes objetivos, evolución de los competidores, identificar y reforzar las cualidades diferenciales del producto y la marca, elaboración de una declaración del posicionamiento.

Los aspectos a tener en cuenta para el posicionamiento, es poder ubicar las ventajas competitivas que tiene la empresa, elegir las ventajas que sean buenas y

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

correctas, seleccionar la estrategia que permita el posicionamiento utilizando las ventajas.

Se debe ofrecer a los clientes una experiencia que haga que el cliente pueda fijar el producto o marca en su mente, el entorno debe ser muy dinámico y acogedor de ser un establecimiento, brindar una buena atención al cliente. Buscar establecer una buena relación entre el producto y el consumidor, que haga que esté siempre prefiere comprarla y consumirlo.

Debemos desarrollar una ventaja que nos haga competitivos, y desempeñar una o más maneras que nuestros competidores no puedan igualar nuestra calidad del yogurt, de igual manera forma generamos ventajas competitivas hacia nuestros consumidores, pues al hacerlo estamos brindando satisfacción y valor al comprar y consumir nuestro producto, esto hará que mejore y aumente las compras y se refleje una buena rentabilidad para la empresa.

Para lograr lo antes mencionado se han planteado objetivos de corto, mediano y largo plazo. Cada uno de estos objetivos llevan consigo acciones, procedimientos de trabajo, responsables e indicadores.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.1. Objetivos a corto plazo

Tabla 2. Propuesta a corto plazo

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
<p>Incrementar la interacción con los consumidores del yogurt Artesanal Cheni</p>	<p>Incrementaremos la interacción con nuestro público y así podremos incrementar las ventas a través del canal de Whatsapp</p> <p>Adicionalmente a ello se trabajará con publicidad digital en el formato de page post link, lo cual nos ayudará a responder a los usuarios sus consultas y dudas además de poder cerrar las ventas. A continuación, un ejemplo con publicidad de anuncio que se dirige hacia el whatsapp.</p>	<p>Esta acción se desarrollará de la mano de un Community Manager quien será el encargado de crear y administrar el contenido de nuestras redes sociales. En este punto se desarrollarán diferentes tipos de contenido como encuestas en historias de Instagram y Facebook, también el uso de los sorteos, promociones y vales de descuentos que nos generarán ayuda para poder incrementar la interacción en nuestras redes. De igual forma se utilizarán videos cortos y entretenidos explicando</p>	<p>Community Manager</p>	<p>Se relizará en un tiempo de 6 meses</p>	<p>Este indicador según las estadísticas, nos brindan en el primer objetivo las diferentes redes (sociales, faceboock, instagan, tiktok) se medirá el alcance e interacciones con los diferentes usuarios.</p> <p>Para medir el nivel de recordación seria el incremento de seguidores e interaciones de fanpage, con las personas donde realicen consultas acerca de los productos y los que vieron el tema de las ferias eso en nuestras</p>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES REALIZAR) A	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
	<p>Se complementará las acciones realizadas en las redes sociales con activación de eventos BTL, ello con el objetivo de tener un marketing mix enfocado tanto de la parte digital como en tiendas propias.</p> <p>Para poder alcanzar ese objetivo nos debemos centrar en poder incluir un chatbot dentro de la fanpage de facebook, ello permitirá que las personas interesadas nos puedan encontrar de una manera mucho más rápida.</p>	<p>los beneficios y diferencias que tiene nuestro producto como, por ejemplo: productos 100% natural, producto amigable con el medio ambiente, tips saludables de cocina, etc. De esta manera tendremos interacción con el nuestro público y podremos generar recordación de marca y comenzaremos con el incremento del posicionamiento.</p> <p>Para llevar a cabo esta acción utilizaremos activaciones en centros comerciales, mercados, plazas y ferias. Se realizarán pequeñas degustaciones para poder medir el nivel de satisfacción de nuestro producto, al igual que encuestas para levantar información y desde luego se regalará</p>			<p>diferentes plataformas digitales.</p> <p>En este indicador se basará en el número de consultas realizadas de nuestro chatbot</p>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
		<p>merchandising brandeado para poder generar recordación de marca en la población.</p> <p>Esta acción se llevará a cabo junto con el área de marketing, quienes estarán encargados de incluir el chatbot, el cual estará programado según las consultas y dudas que puedan tener nuestros clientes al momento de pedir información, se incluirán speaks junto con varias opciones, las que podrán elegir al momento de interactuar al ingresar a nuestro chatbot, de esa manera se resolverán las consultas en un rango de uno a dos minutos</p>			

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.2. Objetivos a mediano

Tabla 3 Propuesta a mediano plazo

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES A REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
Dar a conocer todos los beneficios y propiedad del yogurt Chani artesanal dentro de nuestras redes sociales	<p>Se realizará sesiones de fotos donde mostraremos nuestro yogurt Chani artesanal acompañado de diferentes sabores de mermeladas que pueden ser combinadas junto con otros frutos secos como: pasas, almendras, pecanas, maní, castañas, también pueden ser acompañados con avena y kiwicha.</p> <p>Se realizará una presentación sobre el relanzamiento de nuestro yogurt artesanal con la participación de personajes que</p>	<p>Para la realización de esta acción nuestra área de marketing se encontrará a cargo de contratar un fotógrafo profesional, quien deberá tomar, editar y entregar las fotos, las sesiones se llevará a cabo en nuestro local, en parques y en ambientes de una casa, donde mostraremos nuestro yogurt Chani artesanal, y las mermeladas con diferentes sabores, junto a ellos tendremos los diferentes frutos secos con las que podrán combinar, y de esa forma mostrar las diferentes presentaciones de alternativas de poder</p>	<p>Área de marketing (fotógrafo)</p> <p>Community Manager</p>	<p>Se realizará en un tiempo de 1 año</p>	<p>El indicador para este objetivo se basará en ver los resultados de la cantidad y la calidad de las fotografías tomadas. En este indicador trabajaremos con influencers que cuenten con gran cantidad seguidores y estadísticas, que ayudara al relanzamiento de nuestro producto y marca, también se evaluará el estilo de vida que tiene nuestro influencer para así crear un vínculo con los consumidores al exponer nuestra marca.</p>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES A REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
	<p>realizan y mantienen una alimentación saludable, ello ayudará e incentivar su consumo a nuestro público objetivo.</p> <p>Se producirán videos cortos donde brindaremos información muy importante como beneficios y propiedades de nuestro producto, comunicándose de manera efectiva con influencers al igual que se publicarán historias en instagram del shooting day, para así dar a conocer a nuestros seguidores que estamos trabajando en la creación de contenido.</p>	<p>consumir nuestro producto.</p> <p>Para la realización de esta acción nuestra área de marketing se encontrará encargados de poder contactar con personajes como deportistas reconocidos en el medio, quienes nos apoyan para el relanzamiento de nuestro yogurt Chani Artesanal, dando a conocer los beneficios de consumir nuestro producto, y a su vez brindarán consejos de cómo poder llevar una buena alimentación e incluir a su régimen alimenticio el yogurt Chani artesanal a nuestros consumidores.</p> <p>Para realizar ello se contratará a un profesional en la grabación y edición de videos, además se coordinará con el influencer</p>			<p>En este punto evaluaremos la cantidad de videos y visualizaciones del influencer.</p>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES A REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
		para que pueda comentar todos beneficios, se debe destacar que el arte trabajado debe estar adaptado a nuestras redes sociales			

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.3. Objetivos a largo plazo

Tabla 4 Propuesta a largo plazo

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES A REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
<p>Relanzamiento de la marca de yogurt Chani artesanal a través de la propuesta de mejora del plan de marketing</p>	<p>Videos explicando que nuestra empresa tiene un compromiso con el medio ambiente, ya que cuentan con envases reciclables y eco amigables que pueden ser reutilizables.</p> <p>Se trabajará con influencers para que de esa forma podamos llegar más a nuestros clientes para ello utilizaremos sus principales canales de difusión como reels en Instagram y Tik Tok</p>	<p>Se coordinará una visita con la comunidad en donde se nos pueda ver la buena relación con la comunidad, en donde se grabará el proceso de empacado de producto para poder subirlo a las redes sociales.</p> <p>Se asignará un presupuesto al área de marketing para poder contactar con influencers afines al estilo de vida que se quiere, ello con el objetivo de dar a conocer nuestro producto hacia sus seguidores.</p>	<p>Area de marketing</p> <p>Diseñadores Gráficos</p> <p>Organizador de eventos</p>	<p>Se relizará en un tiempo de 3 años</p>	<p>En este indicador se mostrará el proceso a través de un reel en todas las redes sociales y se medirá la cantidad de reproducciones generados.</p> <p>Este indicador que se utilizará, se tomarán en cuenta, para medir el desempeño laboral del área de marketing.</p> <p>También utilizaremos las estadísticas de las diferentes publicaciones, que realizan el área en las diferentes redes sociales.</p> <p>Los indicadores para los diseñadores gráficos será la aceptación por parte de la gente, su desempeño, su nivel de experiencia no menor de 1 año. Será evaluación por su trabajo</p>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES A REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
	<p>Nuestro producto yogurt artesanal, cuenta con un logo que podrá ser distinguido por nuestro consumidores en los diferentes establecimiento, así como también será distinguido por el envase eco amigable que podrá ser reutilizado para otros fines de los consumidores.</p> <p>Seremos parte de las diferentes ferias de alimentos y eventos musicales que se vienen realizando en la ciudad de Lima, para de esa manera puedan degustar de nuestro yogurt artesanal, logrando así más reconocimiento en el mercado peruano.</p>	<p>Para la realización del logo, contaremos con diseñadores gráficos, en la cual nos mostrarán los colores adecuados que captan al público, colores que cada diseñador sabe su significado psicológicamente hablando, estos diseños principalmente escogen los gerentes de la empresa y posteriormente serán entregados al público para que queden seleccionados por ellos. Sabemos que la empresa fabrica envases eco amigable, en ello también pondrán diseños, logo que se haga notar lo dicho.</p> <p>En está realización, el organizador de</p>			<p>de logos, el tipo de espacio de composición, la jerarquía visual que nos darán, el contraste y colores a utilizar, etc.</p> <p>Otro de los indicadores que evaluaremos para los organizadores de evento, será la cantidad de personas que han captado y atraído en su anterior eventos, la publicidad en calle, la conexión que tendrán con el público, que sea dinámico y divertido.</p>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

OBJETIVO	ACCIONES	PROCEDIMIENTO DE TRABAJO (ACTIVIDADES A REALIZAR)	RESPONSABLE	CALENDARIO	INDICADORES
		<p>eventos, es el que lleva a cabo la realización de las promociones en siios públicos, ellos se reunirán en un punto céntrico de la capital para que haga estas diferenciaciones, totalmente dinámico se les cerraran los ojos para que solo saboreen y así poder obtener un sabor preferido por el público.</p>			

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.4. Buyer Persona



Edad

30 años

Perfil del consumidor

Escaladora, atleta y madre de una hija.

Redes sociales



LOLA CASTRO

Canal favorito de comunicación:

- Instagram y TIK TOK.

Intereses:

- Participar en las diferentes competiciones de atletismo y escalada en palestra, enseñar a los niños a la escalada.

Estilo de vida:

- Alimentación saludable, salud física, entrenamiento adecuado para sus diferentes competencias, viaja, entrenadora de escalada para niños

Hábitos:

- Buena alimentación, practica de ejercicios,
- Correr muy temprano en las mañanas, viajar a las zonas de la sierra de Perú para que practique la escala, entrenamiento en su gimnasio de escalada. Alimentarse de forma saludable.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.5. Parrilla de contenido

Tabla 5 Parrilla de contenido

MESES	TIEMPO	Mensaje clave	Estrategia	Objetivo
Primer mes	2 de enero - 31 de enero	Cteacion y elaboracion, en un solo lugar.	Presentaremos videos explicado la elaboracion de los productos paso a paso de una forma rápida, dinamica y entretenida	Aumentar y mejorar la creacioón de contenido audiovisual en un 60 % para obtener un mejor posicionaminento en un plazo de 6 meses
Segundo mes	1 de febrero - 28 de febrero	Interaccion ante todo	Incrementara las ventas del canal del whatsapp, pondremos una central en poder incluir chatbot,	Incrementar el ratio de interaccion dentro de nuestras redes sociales en un 30%
Tercer mes	1 de marzo - 31 de marzo	Nuestros clientes nos avalan por la calidad de servicio.	Se complementara las acciones realizadas en las redes con activacion de eventos BTL	Lograr posicionar la marca en el mercado peruano, y contar con un establecimiento en la ciudad de lima, para incrementar las ventas de nuestro producto, y asi podamos competir con las grandes marcas de yogurt artesanal en el mercado en un plazo de 5 años.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.5.1. Parrilla de contenido mensualizada –primer mes

Tabla 6 Parrilla de contenido - primer mes

PARRILLA DE CONTENIDOS - PRIMER MES											
En esta parrilla de contenidos se desglosará todo tipo de actividad que se realicen en la plataforma de las redes sociales. Fecha: 02/01/2023 - 27/02/2023											

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Vídeo	Stories				
SEMANA 1	Lunes 2	Carrusel	Concientizar	Tips: recomendaciones de interacción.					En cada secuencia debe haber una fotografía. Colocar en la parte superior izquierda el logo del yogurt	Informativo / racional	Te mostramos tres tips. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Vídeo	Stories				
	Miércoles 4	Carrusel - descuento	Ventas	Se aplica descuento al pagar en efectivo					La primera imagen de la publicidad debe ser el yogurt, letra clara. Indicio de que el usuario debe seguir el carrusel. Segunda imagen Yogurt, colocar los pasos de la elaboración del producto. Tercera imagen: mostrar las otras elaboraciones como las mermeladas IMPORTANTE: en letras pequeñas colocar que ese descuento aplica cuando	Informativo / racional	Escoge una de estos yogurts y llévate un descuento de hasta 10%. ¿Genial, no? Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Video	Stories				
									se pague en efectivo.			
	Viernes 6	Video - kybella	Aumentar interacción	Se hará un video sobre las ventajas del yogurt Chani Artesanal					Video breve de paso de imágenes con música de fondo positiva. Colocar lo siguiente en la foto: 1. Foto de los yogurts de diferentes sabores. 2. Mostrar al lado los beneficios. 3. Escribirnos en DM.	Informativo / racional	¡Conoce las ventajas de Chani! Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	12:00 p. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Video	Stories				
SEMANA 2	Lunes 9	Publicación	Generar conocimiento	Se hará una publicación de pro y en contra de Yogurts comercial y artesanal					En breves palabras detallar la diferencia entre Yogurts comercial y artesanal	Informativo / racional	¿Cuál crees que sea entre Yogurts comercial y artesanal? Hoy día te lo respondemos. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. entre Yogurts comercial y artesanal #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.
	Miércoles 11	Video	Brindar seguridad	Se realizará un video mostrando los protocolos de Chani Artesanal					Los rótulos con los colores corporativos, letras fáciles de leer y recordar. Música motivadora.	Problema-Solución / emocional	#ChaniPeru cumple con todos los protocolos de bioseguridad porque busca el bienestar y comodidad de sus pacientes. Nuestro objetivo es brindarte un servicio de calidad. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Video	Stories				
	Viernes 13	Foto	Generar conocimiento	Se publicará contenido referente a que las personas visiten la página web.					Una persona agarrando una laptop mostrando la página web. Colocar: visita nuestra página web. Usar letras corporativas y una foto de alguien buscando algo.	Problema-solución / racional	¡No te olvides de ir a nuestra página web y encontrar los mejores precios de #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani! Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos.	9:00 a. m.
SEMANA 3	Lunes 16	Video - testimonio	Generar credibilidad	Uno o dos clientes de ChaniArtesanal hablaran sobre su experiencia en el servicio					Mostrar antes y después del mejoramiento de la salud de las personas.	Información / racional - emocional	¡Conoce a nuestro cliente...!1 Nos contará sobre su experiencia con nosotros y cómo mejoró su calidad de vida. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos.#YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Vídeo	Stories				
	Miércoles 18	Antes y después - carrusel	Generar credibilidad	En un carrusel mostrar el antes y después de las personas que consumen el Yogurt					La primera imagen es del antes y después juntos. La segunda imagen es solo la de antes, y la tercera imagen es del después. Colocar logo en la parte superior izquierda.	Informativo / racional	El yogurt es uno de los productos más solicitados de nuestros clientes. ¿Te animas? Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.
	Jueves 19	Fecha cívica	Sensibilizar	Publicación contra el Día Mundial Contra el Cáncer					Foto de referencia del cáncer. Rótulos breves sobre el día mundial del cáncer.	informativo / emocional	Hoy es el Día Mundial Contra el Cáncer. Surgery In Peru se sensibiliza por esta enfermedad delicada. #DíaMundialContraElCáncer #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Video	Stories				
	Viernes 20	Story	Generar interacción	Realizar un story preestablecido preguntando qué otros productos naturales desean obtener en sus mesas					Diseño básico para story.	Informativo / racional	Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.
	Sábado 21	Fecha cívica	Sensibilizar	Publicación sobre el Día mundial del Yogurt					cada 21 de octubre sabemos que se celebra, pero desde ya promocionaremos en historias y publicidad	Informativo / racional	Recuerda que #ChaniPeru también te ofrece otros productos. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	8:00 a. m.
SEMANA 4	Lunes 23	Video	Generar credibilidad	Conoce a nuestros gerentes					Plano medio. Mostrando su escritorio. Video entre 15-30. Nombre y carreras, e invitando a los clientes a incorporar en	Informativo / emocional	#DetrásDela producción Hoy Conoceremos a nuestro gerentes #ChaniPeru no sería lo mismo. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos.	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Fotos	Carrusel	Video	Stories				
									sus mesas un producto mas natural		#YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	
	Miércoles 25	Tips	Generar fidelidad	Tips: Incorporar productos sano para ti y tu familia					Rótulos: Mostrar familias sanas en los post	Informativo / racional	Ayúdemos a incorporar productos sanos en nuestra familia En #ChaniTips te daremos tres recomendaciones que debes seguir. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.
	Viernes 27	Video	Generar credibilidad	Conoce nuestros productos					Plano medio. Mostrando productos. Video entre 15-30. Dira su nombre y presentar cada producto	Informativo / emocional	#DetrásDe Camaras Hoy Conoceremos a nuestro especialista #ChaniPeru no sería lo mismo. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 AM

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.5.2. Parrilla de contenido mensual – segundo mes

Tabla 7 Parrilla de contenido - segundo mes

PARRILLA DE CONTENIDOS - SEGUNDO MES											
En este parrilla de contenidos se desglosará todo tipo de actividad que se realicen en la plataforma de Instagram.											
Fecha: 30/01/2023 - 24/02/2023											

Sema na	Día	Tipo de contenido	Finalida d	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelaci ón	Copy	Hora rio
					Foto	Carrusel	Vídeo	Stories				
SEMANA 1	Lunes 30	Video	Concienti zar	Tips: recomendaci ones de hábitos saludables					El video será una repetición de las imágenes del carrusel. Las letras a usar deben ser dinámicas. Colocar en la parte superior cerca al logo.	Informat ivo / racional	Te mostramos tres tips que te ayudaran a tener una mejor digestión: Consumir alimentos que contengan pre y probioticos, bebe agua tibia en las mañanas, come despacio, realiza ejercicio físico, mantente hidratada durante el día, Sígueme para más tips. #YogurtChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Sema na	Día	Tipo de contenido	Finalida d	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelaci ón	Copy	Hora rio
					Foto	Carrusel	Vídeo	Stories				
										#LimaPeru #PeruChani		
	Miércoles 1	Carrusel - descuento	Ventas	Se aplica descuento al pagar en efectivo					La fotografía debe ser de una de variedad de sabores. Letra dinámica. Colocar una flecha hacia la derecha como indicio de que el usuario debe seguir el carrusel.. Colocar logo en parte superior izquierdo. IMPORTANTE: en letras pequeñas colocar que ese descuento aplica cuando se pague en efectivo.	Informat ivo / racional	Escoge una de estas bebidas y llévate un descuento de hasta 10%. ¿Genial, ¿no? Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Foto	Carrusel	Video	Stories				
	Vierne s 3	publicación - kybella	Aumenta r interacción	Foto sobre las ventajas del yogurt Channi					Foto con una chica(o) feliz con su bebida. Colocar lo siguiente en la foto: 1, foto 2. No olvidar poner las ventajas del producto.	Informat ivo / racional	¡Conoce las ventajas del yogurt natural Chani! Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	12:00 p. m.
SEMANA 2	Lunes 6	Publicación	Gererar conocimi ento	Se hará una publicación sobre yogurt comerciales y naturales					En breves palabras detallar la diferencia entre yogurts comerciales y los naturales	Informat ivo / racional	¿Cuál crees que sea la diferencia entre yogurts comerciales y los naturales? Hoy día te lo respondemos. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Sema na	Día	Tipo de contenido	Finalida d	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelaci ón	Copy	Hora rio
					Foto	Carrusel	Vídeo	Stories				
	Miércoles 8	Carrusel	Brindar seguridad	Se realizará un carrusel mostrando los protocolos de Chani					Los rótulos con los colores corporativos, letras fáciles de leer y recordar.	Problema- Solución / emocional	Chani cumple con todos los protocolos de bioseguridad porque busca la salud de su cliente. Nuestro objetivo es brindarte un servicio de calidad. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	9:00 a. m.
	Viernes 10	Foto	Generar conocimiento	Se publicará contenido referente a que las personas visiten la página web.					Una persona agarrando una laptop mostrando la página web. Colocar: visita nuestra página web. Usar letras corporativas y una foto de alguien buscando algo.	Problema- solución / racionall	¡No te olvides de ir a nuestra página web y encontrar los mejores precios de #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani y más! Si deseas más información escríbenos a nuestro	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Foto	Carrusel	Video	Stories				
										WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos.		
SEMANA 3	Lunes 13	#ChaniCuriosidades	Generar interacción	Se hará un video con tomas de apoyo de internet (gratis) sobre los beneficios de consumir el yogurt Chani al día					Cada beneficio debe tener una toma de apoyo de simulación. Se utilizarán los siguientes rótulos en el video: 1. Fortalece el corazón y previene enfermedades cardiovasculares. Ayuda a la presión alta, estimula la buena circulación de sangre, reduce el colesterol malo y aumenta el ritmo cardiaco. 2. Reduce riesgos de padecer: Asma, Diabetes Tipo II y ciertos tipos de cáncer 3. Ayuda a equilibrar el peso. Caminar 30 minutos al día es igual a quemar 350 calorías. 4. Previene la osteoporosis: estimula y fortalece los	Información / racional - emocional	#YogurtChani #LimaPeru #PeruChani Caminar 30 minutos al día parece una actividad simple y rutinaria, pero es el ejercicio que te ayuda a combatir ciertas enfermedades y mejora tu estilo de vida sin que te des cuenta. Hoy conoceremos algunos beneficios de caminar 30 minutos al día. Si deseas más información escríbenos a nuestro	9:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Sema na	Día	Tipo de contenido	Finalida d	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelaci ón	Copy	Hora rio
					Foto	Carrusel	Video	Stories				
									<p>huesos. Esto es para las personas adultas. Una de yapa 5. Ayuda a combatir la depresión y sus síntomas.</p> <p>Enlace: https://mejorconsalud.as.com/beneficios-de-caminar-30-minutos-diarios/</p>	<p>WhatsApp: https://wa.me/51922435001 Con mucho gusto te atenderemos.</p> <p>. . . .</p> <p>#SurgeryCuriosidades #TomarAgua #Ejercicios #Descuento #CirugíaEstética #MedicinaEstética #LimaPeru #SurgeryInPeru #CirugiaEnLima #Recomendaciones #drdanielsacovertz #DoctorDanielSacoVertz #CirugíaPlástica #Tratamientos #Lima #AumentoDeMama, #MommyMakeover,</p>		

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Sema na	Día	Tipo de contenido	Finalida d	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelaci ón	Copy	Hora rio
					Foto	Carrusel	Vídeo	Stories				
										#CelulasMadre, #MarcaciónAbdomin al, #Liposucción, #AumentoDeGluteos , #Abdominoplastia, #TrasplantesCapilar es #Kybella		
	Miérco les 15	Antes y después - carrusel	Generar credibilid ad	En un carrusel mostrar el antes y después de los clientes cuando consumen el yogurt				Letras blancas. Siguiendo la tipografía Open Sans. 800px X 800px La primera imagen es del antes y después juntos. La segunda imagen es solo la de antes, y la tercera imagen es del después. Colocar logo en la parte superior izquierda.	Informat ivo / racional	El yogurt es uno de lo más solicitados de nuestros clientes ¿Te animas? Si deseas más información escribenos a nuestro WhatsApp: https://wa.me/51922 435001 Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	10:00 a. m.	

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Foto	Carrusel	Vídeo	Stories				
	Jueves 16	Fecha cívica	Sensibilizar	Publicación contra el Día Mundial Contra el Cáncer					Foto de referencia del cáncer. Rótulos breves sobre el día mundial del cancer.	informativo / emocional	Día Mundial Contra en Cáncer. Se sensibiliza por esta enfermedad delicada. #DíaMundialContraElCáncer #Cáncer #Sensibilización #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	10:00 a. m.
	Viernes 17	Story	Generar interacción	Realizar un story preestablecido preguntando qué yogurt el público le gusta más.					Diseño básico para story.	Informativo / racional	Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	8:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Foto	Carrusel	Video	Stories				
	Sábado 18	Fecha cívica	Sensibilizar	Publicación sobre el día mundial del yogurt					Foto de una persona con yogurt saboreándolo.	Informativo / racional	Hoy es el Día mundial del yogurt. Recuerda que #ChaniPeru también te ofrece sabores y colores. Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: +51 922435001. Con mucho gusto te atenderemos. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	8:00 a. m.
SEMANA 4	Lunes 20	Antes y después - carrusel	Generar credibilidad	Carrusel sobre antes y después: los clientes satisfechos sobre el producto que consumen					Letras blancas. Siguiendo la tipografía Open Sans. 800px X 800px Primera imagen: antes y después juntos. (En la parte inferior o superior de la foto colocar si es antes o después. Segunda imagen: solo el antes (Redactar Antes) Tercera imagen: solo el después (Redactar Después) Cuarta imagen: ¿Qué te	Informativo / emocional	#AntesYDespués. ¡Contamos con equipos modernos y con especialistas expertos en el rubro! Si deseas más información escríbenos a nuestro WhatsApp: https://wa.me/51922435001 Con mucho gusto te atenderemos.	10:00 a. m.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Semana	Día	Tipo de contenido	Finalidad	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelación	Copy	Horario
					Foto	Carrusel	Vídeo	Stories				
									parecen las fotos? ¿Estás interesado/a? ¡Comunícate con nosotros! (se coloca debajo todas las redes con WhatsApp del cliente)		#YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	
	Miércoles 22	Tips	Generar fidelidad	ChanniTips: Tips: Lávate las manos. Salir cuando sea necesario. Trata de no aglomerarte					Rótulos: Lávate las manos. Salir cuando sea necesario. Trata de no aglomerarte	Informativo / racional	Ayúdemos a prevenir más contagios sobre el #covid19. En tips te daremos tres recomendaciones que debes seguir para no contagiarte. Recuerda, la salud es primero. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	10:00 a. m.
	Viernes 24	#ChaniCuriosidades	Generar interacción	VERSUS DE COMIDA: yogurt y mermeladas					Los colores de los rótulos deben ser o blanco. Tipografía Open Sans. Colocar en la parte superior: ¿Qué plato tiene más caloría? En la parte inferior estará una imagen de un yogurt y	Informativo / emocional	#ChaniCuriosidades ¡Hoy veremos qué plato peruano contiene más calorías! #yogurt y mermelada Recuerden que es bueno disfrutarlo.	10:00 AM

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Sema na	Día	Tipo de contenido	Finalida d	Descripción	Formato				Indicaciones de diseño	Tono / Apelaci ón	Copy	Hora rio
					Foto	Carrusel	Vídeo	Stories				
									mermelada. #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani		Si deseas más información escribenos a nuestro WhatsApp: https://wa.me/51922 435001 #YogurtChani #LimaPeru #PeruChani	

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

4.6. Estimación del costo de la propuesta

Tabla 8. Costo del proceso de investigación

Código	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
1	Recursos materiales				
1.1	Papel	Unidad	100	S/ 0.20	S/ 20.00
1.2	Lapiceros	Unidad	12	S/ 1.00	S/ 12.00
1.3	Libros y revistas	Unidad	3	S/ 75.00	S/ 225.00
1.5	Fotocopias	Unidad	70	S/ 0.20	S/ 14.00
1.8	Pasajes	Paquete	3	S/ 70.00	S/ 210.00
1.1.	Alimentación	día	2	S/ 210.00	S/ 420.00
2	Recursos tecnológicos				
2.1	Internet	mensual	6	S/ 100.00	S/ 2,400.00
2.2	Teléfono móvil	mensual	6	S/ 70.00	S/ 1,680.00
2.4	Laptop	unidad	4	S/ 150.00	S/ 600.00
3	Recursos Humanos				
3.1	Ayudante	día	2	S/ 50.00	S/ 100.00

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Código	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
4	Otros				
4.1	Servicio de luz	mes	6	S/ 100.00	S/ 2,400.00
4.2	Otros gastos "estadía"	día	1	S/ 70.00	S/ 140.00
TOTAL					S/ 8,221.00

Tabla 9. Costo de la implementación de la propuesta

Código	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
1	Personal de Apoyo				
1.1	Community Manager	Unidad	1	S/ 1050.00	S/ 1050.00
1.2	Influenciadores	Unidad	1	S/ 800.00	S/ 1600.00
1.3	Fotógrafo Profesional	Unidad	1	S/ 700.00	S/ 700.00
1.4	Diseñador Gráfico	Unidad	1	S/ 500.00	S/ 500.00
1.5	Organizador de Eventos	Unidad	1	S/ 700.00	S/ 700.00
2	Marketing				
2.1	Publicidad	Mensual	4	S/ 150.00	S/ 600.00

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Código	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
2.2	Branding	Mensual	6	S/ 500.00	S/ 3,000.00
2.3	Activaciones, eventos BTL	Mensual	6	S/ 980.00	S/ 5,880.00
2.4	Pago publicidad en redes sociales	Mensual	4	S/ 320.00	S/ 1,280.00
2.5	Sesiones de fotos	Mensual	2	S/ 200.00	S/ 400.00
3	Recursos Materiales				
3.1	Kit de Iluminación	día	1	S/ 150.00	S/ 150.00
TOTAL					S/ 15,860.00

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Según los resultados obtenidos en nuestro proyecto se logró plantear diferentes objetivos y alternativas para alcanzar un excelente posicionamiento del yogurt Chani artesanal, en el cual emplearemos una propuesta de mejora que beneficiara a largo plazo a la empresa con el crecimiento de sus ventas, y de esa forma puedan competir con marcas reconocidas dentro del mercado peruano. También, se plantea usar estrategias de comunicación en nuestras redes sociales con el fin de generar recordación del yogurt artesanal en la mente de los consumidores.

Según lo investigado en nuestro proyecto, hemos comprobado que los diferentes beneficios que brinda el yogurt Chani artesanal al consumirlo, ayudan y aportan nutrientes, ya que está elaborado por bacterias lácticas, bacterias liofilizadas, y probióticos que ayudan al regular la flora intestinal y el sistema digestivo.

También, logramos observar que la elaboración del yogurt Channi artesanal pasa por un proceso tradicional y con una tecnología adecuada, para que de esa forma pueda mantenerse la inocuidad del producto.

Por otro lado, en la encuesta ejecutada, podemos afirmar que hay un gran porcentaje de personas que consumen yogurt griego y que lo relacionan con el yogurt artesanal, se puede asegurar que habrá un fuerte posicionamiento al mercado.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Se concluye que el público objetivo incrementará en el transcurso de tiempo, acaparando más clientes, lo cual se traducirá en una proyección de retorno del 23% de la inversión propuesta para las acciones planteadas, el cual va en función de su margen de ganancia.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

5.1.1. Conclusiones de la encuesta

Se concluye que existe una oportunidad para poder mejorar el posicionamiento del yogurt Chani Artesanal a través del plan de marketing propuesto, principalmente impulsado a través de las redes sociales.

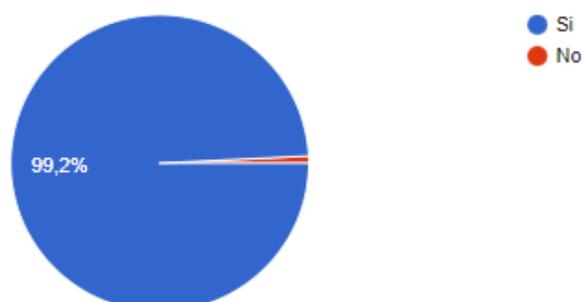
Además, se identifica como principal competidor el yogurt griego de la marca "Gloria" en el envase pequeño de 128 gramos cuyo precio está entre los 4 a 4.50 soles. Por lo que contar con una presentación de 200 gramos con un precio similar nos podría dar ese impulso para que una mayor cantidad de personas puedan adquirir nuestro producto.

Se identifica un rechazo de la etiqueta del producto por parte de los consumidores, ya que no las atrae visualmente ya que prefieren que tengan un color entero simple que permita con facilidad identificar la marca del yogurt

Figura 9. Respuesta a pregunta filtro

¿Consumes Yogurt Artesanal?

386 respuestas



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 10. Respuesta a pregunta 2

¿Cuál es el sabor del yogurt que generalmente consumes?

385 respuestas

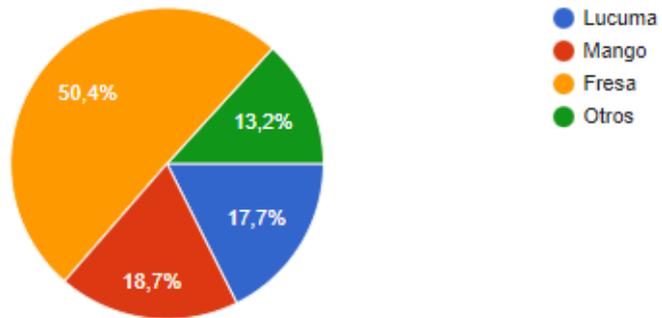
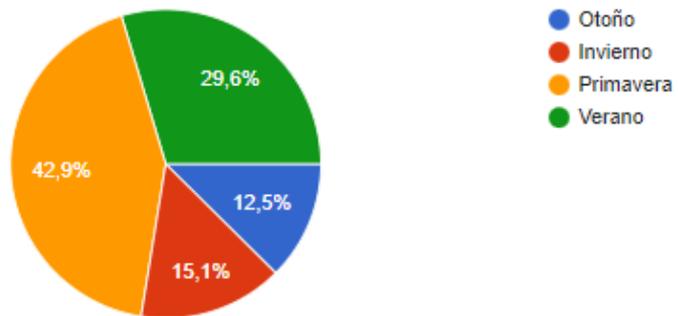


Figura 11. Respuesta a pregunta 3

¿En qué estaciones del año sueles consumir mayor cantidad de yogurt?

385 respuestas



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 12. Respuesta a pregunta 4

¿Qué cantidad de yogurt artesanal sueles consumir semanalmente?

386 respuestas

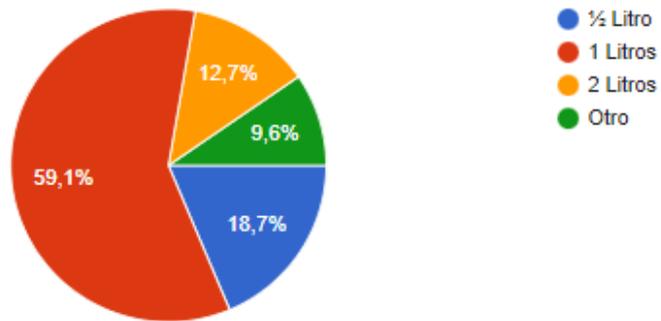
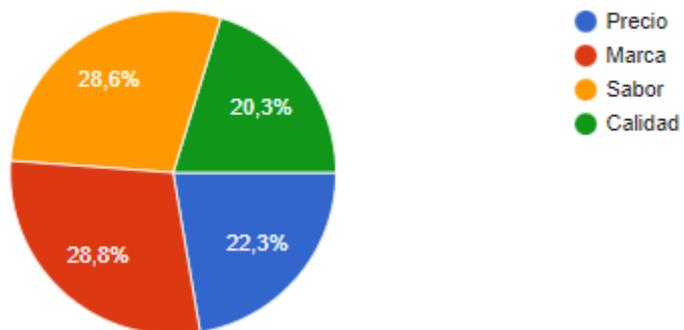


Figura 13. Respuesta a pregunta 5

¿En que se fija usted al comprar un yogurt artesanal?

385 respuestas



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 14. Respuesta a pregunta 6

¿ En qué tipo de envases prefieres consumir el yogurt artesanal?

384 respuestas

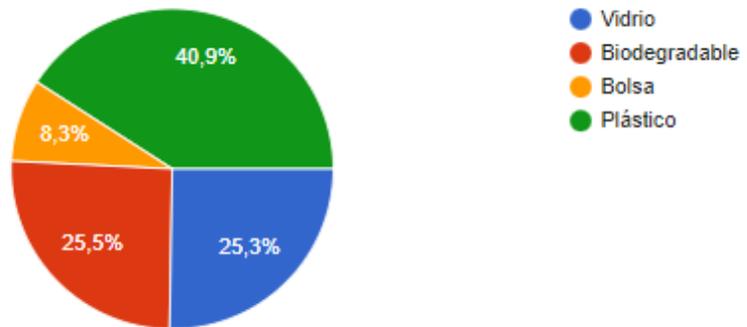
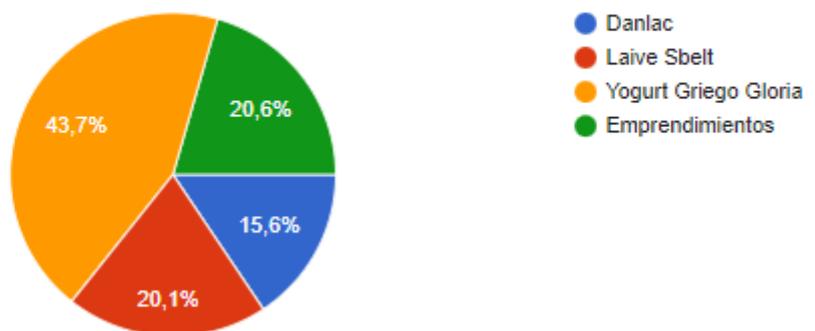


Figura 15. Respuesta a pregunta 7

¿Cuáles son las marcas de yogurt artesanal que generalmente consumes?

384 respuestas



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 16. Respuesta a pregunta 8

¿Qué impulsa la decisión de compra de ese yogurt?

386 respuestas

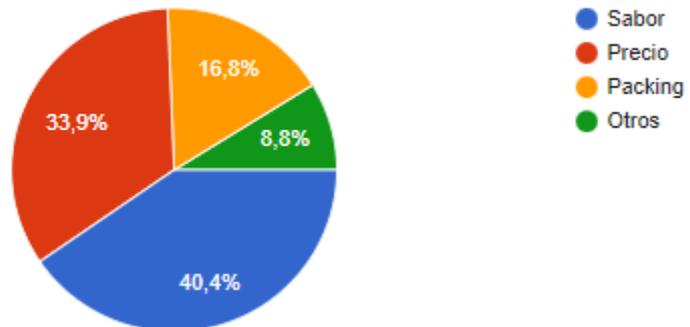
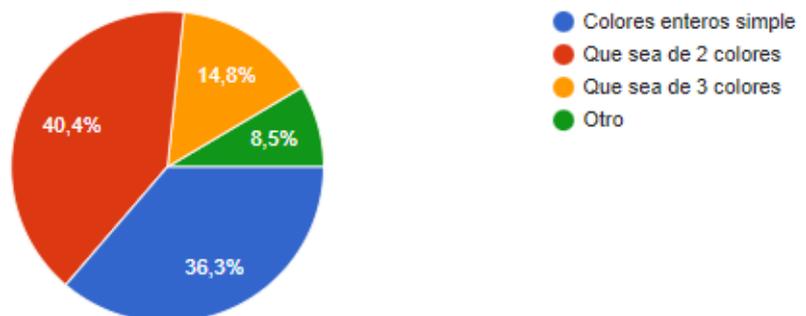


Figura 17. Respuesta a pregunta 9

¿Qué te atrae visualmente para decidir una compra?

386 respuestas



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 18. Respuesta a pregunta 10

Te aparece atractivo nuestro logo (se le muestra el logo de Channi artesanal)

386 respuestas

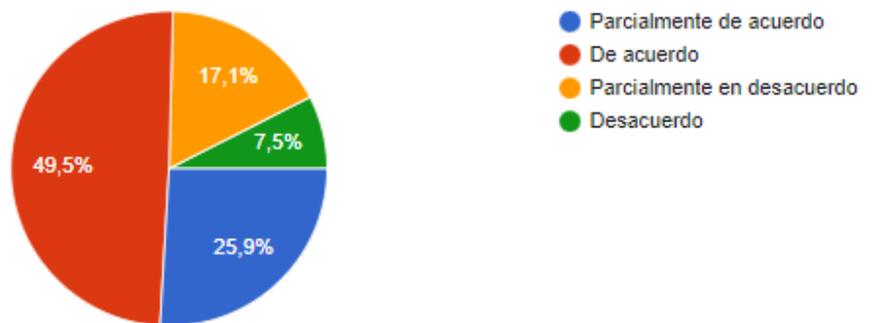
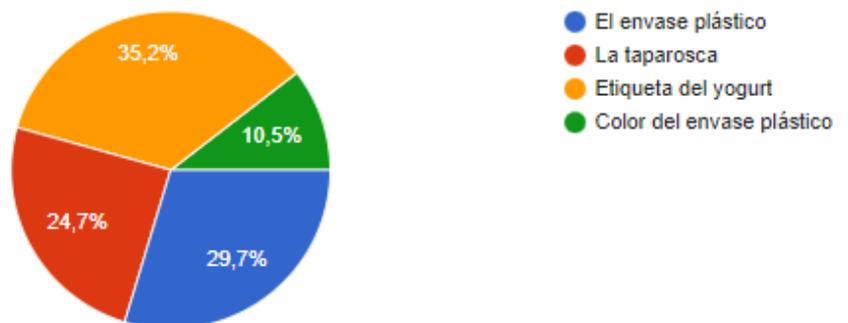


Figura 19. Respuesta a pregunta 11

¿Qué debería mejorar del packing actual de Channi artesanal?

381 respuestas



Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 20. Respuesta a pregunta 12

¿En qué establecimiento sueles comprar yogurt natural?

384 respuestas

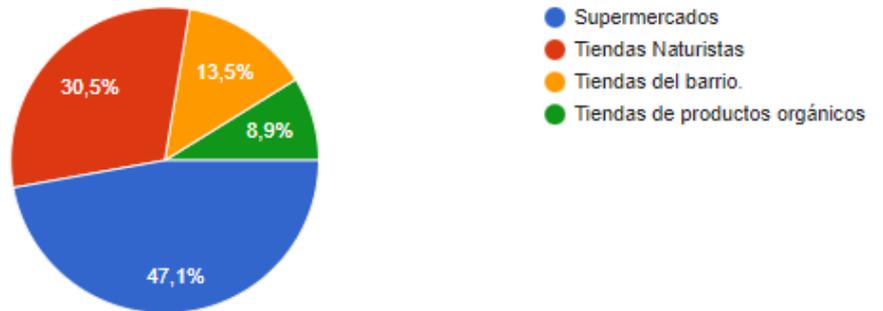
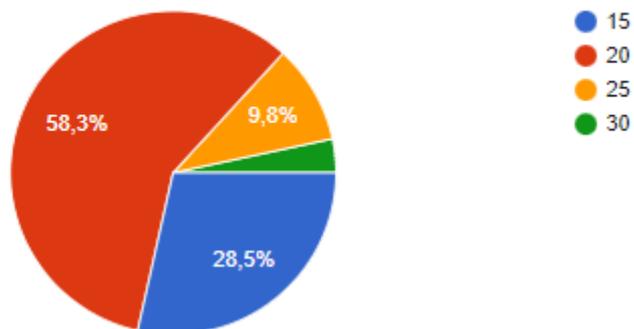


Figura 21. Respuesta a pregunta 13

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 1 litro de yogurt artesanal?

386 respuestas

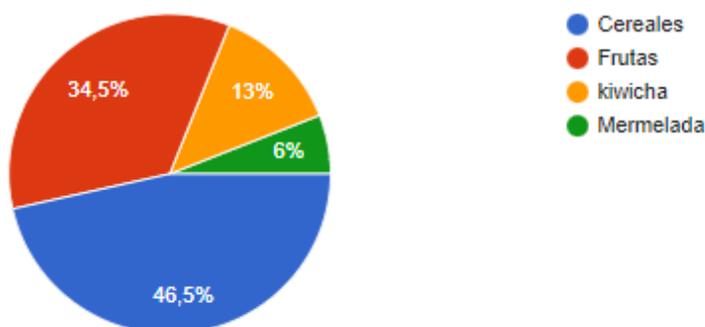


Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Figura 22. Respuesta a pregunta 14

¿Con qué productos adicionales sueles acompañar tu yogurt natural para beberlo?

385 respuestas



5.2. Recomendaciones

En el caso de las personas de organización de eventos, fotógrafo y diseñador gráfico, se recomienda tener actualización de modernidad para las presentaciones de productos al gusto al cliente, donde contarán un valor adicional y diseños fotográficos según al público objetivo. Por otro lado, consideraremos renovar calidad, innovación al logo y envase del producto que serán reconocidos generando oportunidad en la venta, para alcanzar el posicionamiento del producto Chani al mercado.

Para este grupo es muy importante continuar promoviendo con el hábito del consumo del yogurt artesanal, ya que este nos brinda beneficios para la mejora de nuestra salud. Para nosotros es muy importante que puedan conocer las diferentes propiedades del yogurt que ayuda y aporta a la prevención de diferentes enfermedades y sobre todo enfermedades estomacales.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

CAPÍTULO VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albujar Flores, M., Campoverde, O., Chinchay, K., & Lazo, J. &. (noviembre de 2016). *Diseño de la Línea de Producción de Yogurt a base de agaymanto y yacón*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2833/PYT_Informe_Final_Proyecto%20YANUQ.pdf?sequence=1
- Arias Gonzáles, J. L. (2020). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Enfoques Consulting EIRL.
- Arrué Sánchez, S. B. (2020). *Plan de marketing para el relanzamiento de los productos yogurt y queso fresco de una empresa familiar comercializadora de lácteos ubicada en la ciudad de Lima*. Lima.
- Barrón Araoz, R. (2000). *El Posicionamiento. Un estrategia de éxito para los negocios*. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5702>
- Bravo Marcillo, J. Y., & Loor Santana, J. (2022). *Plan de negocio del Yogurt del yogurt griego natural para su posicionamiento en la zona sur de manabí*. Obtenido de http://190.15.136.145/bitstream/42000/1838/1/TIC_AE05D.pdf
- Campos Cuenca, D., Gonzáles Gómez, G., & Orellana Orozco, C. (02 de 11 de 2018). *Diganóstico del plan de marketing digital de una microempresa comercializadora de productos hechos a base de cereales andinos. Estudio de caso: "Nutrishake Andino"*. Obtenido de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13086/>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

CAMPOS_CUENCA_GONZ%C3%81LES_G%C3%93MEZ_ORELLANA_O
ROZCO_DIAGNOSTICO_DEL_PLAN_DE_MARKETING_DIGITAL_DE_U
NA_MICROEMPRESA_COMERCIALIZADORA_DE_PRODUCTOS_HECH
OS_A_BASE_DE_CEREALES_ANDINOS.

Euroinnova. International Online Education. (s/f). Obtenido de Que es posicionamiento segun Philip Kotler: <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-posicionamiento-segun-philip-kotler>

Fischer de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: McGraw Hill.

Galán, J. S. (31 de diciembre de 2015). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/packaging.html>

Guerra-García, G. (30 de septiembre de 2021). *¿Cómo crear el plan de marketing ideal para una pequeña empresa?* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-crear-el-plan-de-marketing-ideal-para-una-pequena-empresa>

INEI. (2007). <https://www.inei.gob.pe/>. Obtenido de Censo Nacional 2007: XI de Población y VI de Vivienda: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0838/Libro16/cap01.pdf

Inga Martinez, C. (09 de julio de 2013). *El consumo per cápita de yogur en el Perú no supera los cinco litros*. Obtenido de EComercio.pe: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/consumo-per-capita-yogur-peru-no-supera-cinco-litros-noticia-1601101/>

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Kotler, P. (s/f). *Dirección de Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control*. Pearson Education.

La Vanguardia. (02 de diciembre de 2016). *Yogur, el protector de nuestro sistema digestivo*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vivo/ecologia/20161202/412331701849/yogur-digestivo-probiotico-bacterias-flora-intestinal-nutricion.html>

Ludeña Alva, W. K., & Reyes, S. S. (2016). *Estrategias de Marketing y su influencia en el posicionamiento de una empresa de transporte terrestre de carga pesada y almacenaje en trujillo en el año 2016*. Obtenido de [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9800/Lude%
c3%b1a%20Alva%20Kevin%20Walter%20-%20Salazar%20Reyes%20Khiara%20Stefanie.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9800/Lude%c3%b1a%20Alva%20Kevin%20Walter%20-%20Salazar%20Reyes%20Khiara%20Stefanie.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

MINTEL. (2020). *Tendencias globales en alimentos y bebidas 2030*. Obtenido de <https://es.mintel.com/tendencias-de-alimentacion-y-bebidas>

Palacios Mera, I. G. (enero de 2016). *“Desarrollo de la identidad corporativa del Yogurt Orgánico Tabii*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1587/1/76121.pdf>

Perulactea.com. (26 de noviembre de 2010). *El Yogur en el Perú*. Obtenido de <http://www.perulactea.com/2010/11/26/el-yogur-en-el-peru/>

Rahimi Luzquiños, G. (2018). *El diseño del packaging de la marca sublime en la campaña publicitaria "vístete con una sonrisa"*. Obtenido de

**Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en
Nuevo Chimbote**

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5424/RAHI
MI_LG%20%281%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5424/RAHI_MI_LG%20%281%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

CAPÍTULO VII. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo General	Variable	Tipo de Investigación	Técnicas de recolección de Datos
Posicionar en la mente del consumidor, y darles a conocer los beneficios que brinda el yogurt artesanal que es elaborado en la provincia de Chimbote.	Posicionar en la mente del consumidor, y darles a conocer los beneficios que brinda el yogurt artesanal que es elaborado en la provincia de Chimbote.	Posicionamiento	Investigación No Probabilística	Encuestas a población de personas de la ciudad de nuevo Chimbote
	Objetivo Especifico			Encuestas post venta de los productos
	Establecer alianzas con empresas para obtener una mayor distribución y reconocimiento de la marca Chani Artesanal			Tamaño Población
	Posicionamiento en la mente de nuestros clientes y nuevos clientes, y darles a conocer que el yogurt Chani Artesanal es un producto natural y nutritivo para su consumo, a través de los canales digitales.			214,804
				Muestra
				384

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

TÍTULO DE TESIS

PLAN DE NEGOCIO PARA EL POSICIONAMIENTO DEL YOGURT CHANI ARTESANAL.

1. PRESENTACIONES

Hola, somos xxxx, alumnos de la Escuela superior Instituto San Ignacio de Loyola, en esta ocasión queremos saber tu opinión al respecto sobre el consumo del yogurt artesanal, nos ayudarías respondiendo esta breve encuesta que es parte de la sustentación de nuestra tesis, para obtener el grado de bachiller, gracias.

2. PREGUNTAS FILTRO

- ¿Usted consume yogurt artesanal?

1. ¿Cuál es el sabor del yogurt que generalmente consumes?

- A) Lúcumá
- B) Mango
- C) Fresa
- D) Otros

2. ¿En qué estaciones del año sueles consumir mayor cantidad de yogurt?

- A) Otoño
- B) Invierno
- C) Primavera
- D) Verano

3. ¿Es usted conocedor de los beneficios que aporta el yogurt natural?

- A) Si
- B) No
- C) Más o menos
- D) Me gustaría conocerlos

4. ¿Con qué frecuencia consumes yogurt artesanal?

- A) Diariamente
- B) Más de 1 vez
- C) Más de 2 veces
- D) Más de 3 veces

5. ¿Qué cantidad de yogurt artesanal sueles consumir semanalmente?

- A) ½ Litro
- B) 1 litros
- C) 2 litros
- D) Otro

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

6. ¿En qué se fija usted al comprar un yogurt artesanal?

- A) Precio.
- B) Marca
- C) Sabor
- D) Calidad

7. ¿En qué tipo de envases prefiere consumir el yogurt artesanal?

- A) Vidrio
- B) Biodegradable
- C) Bolsa
- D) Plástico.

8. ¿Cuáles son las marcas de yogurt artesanal que generalmente consumes?

- A) Danlac
- B) Laive Sbelt
- C) Yogurt Griego Gloria
- D) Emprendimientos

9. ¿Qué impulsa la decisión de compra de ese yogurt?

- A) Sabor
- B) Precio
- C) Packing
- D) Otros

10. ¿Qué te atrae visualmente para decidir una compra?

- A) Colores enteros simple
- B) Que sea de 2 colores
- C) Que sea de 3 colores
- D) Otro

11. Te aparece atractivo nuestro logo (se le muestra el logo de Channi artesanal)

- A) Parcialmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Parcialmente en desacuerdo
- D) Desacuerdo

12. ¿Qué debería mejorar del packing actual de Channi artesanal?

- A) El envase plástico
- B) La taparroscas
- C) Etiqueta del yogurt
- D) Color del envase plástico

13. ¿En qué establecimiento sueles comprar yogurt natural?

- A) Supermercados
- B) Tiendas Naturistas
- C) Tiendas del barrio.
- D) Tiendas de productos orgánicos.

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 1 litro de yogurt artesanal?

- A) 15.00 soles
- B) 20.00 soles
- C) 25.00 soles
- D) 30.00 soles

15. ¿Con qué productos adicionales sueles acompañar tu yogurt natural para beberlo?

- A) Cereales.
- B) Frutas.
- C) Hojuelas
- D) kiwicha
- E) Frutos secos

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Anexo 3. Validación de expertos



INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del informante (Experto): Juan Manuel Ricra Mayorca
 1.2 Grado Académico: Maestro en educación
 1.4 Institución donde labora: Instituto San Ignacio de Loyola
 1.5 Cargo que desempeña: Docente de Taller de investigación
 1.6 Denominación del Instrumento: Cuestionario
 1.7 Autores del instrumento: Renzo Enrique Sandoval PEscio
 Jacqueline Gigi Romero
 Paulo Cesar Trigozo Flores
 Judith Vargas
 1.8 Título de la investigación:
 Propuesta de mejora del posicionamiento de marca de la empresa de yogurt Channi Artesanal,
 Chimbote; 2022

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X

**Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en
Nuevo Chimbote**

5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
	SUMATORIA PARCIAL				12	15
	SUMATORIA TOTAL	27				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 27

3.2. Opinión:

FAVORABLE X

DEBE MEJORAR

NO FAVORABLE

3.3. Observaciones:

Puede aplicarse el instrumento

Lima, 23 de noviembre de 2022.



JUAN MANUEL RICRA MAYORCA

DNI N° 41266866

Propuesta de mejora de posicionamiento del yogurt Chani Artesanal en Nuevo Chimbote

Anexo 4. Consentimiento informado



Chorrillos, 10 de diciembre del 2022

Vice Company E.I.R.L.
RUC: 20605735143
Av. Urb. Mariscal Luzuriaga Mz. A Lote. 8

Yo, Cynthia Luciana ~~Hinostrza~~ Robles, identificado con DNI N.º 47213357, en mi calidad de Gerente general de la empresa Vice Company E.I.R.L., autorizo a Jacqueline Gigi Romero Trejo, alumna de la Escuela San Ignacio de Loyola y egresada técnica de Administración y Negocios Internacionales del Instituto San Ignacio de Loyola, a utilizar información de uso necesario de mi empresa que elabora yogurt artesanal.

El interesado asume que toda información y el resultado de la investigación será de uso exclusivamente académico.

La información servirá como base para la construcción de una base de datos, cuyos resultados obtenidos podrían llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la formación de los estudiantes de la Escuela San Ignacio de Loyola.

Atentamente,



Cynthia Luciana Hinostrza Robles.
DNI N.º 47213357