



INFLUENCIA DE LA OBTENCIÓN DE LA MARCA PAÍS EN EL FORTALECIMIENTO DEL POSICIONAMIENTO DE LA MIPYME TEKOVE GREEN: CASO DE ESTUDIO EN COLONIA PIRARETÁ DURANTE EL PERÍODO 2021-2023

Ever Hugo Ayala Rojas

Tutoras:

Prof. Mg. Lucía Coronel

Prof. Abg. Laura Mendoza

Proyecto de Tesis presentada en Facultad de Gestión de la Universidad Integración de las Américas como requisito parcial para obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresa

Asunción 2025



Resumen

La tesis analiza cómo la obtención de la marca país ha influido en el posicionamiento de la MIPYME Tekove Green en Colonia Piraretá entre 2021 y 2023. La marca país en Paraguay busca promover la imagen del país a través de productos y servicios que destacan por su calidad y origen. Este reconocimiento puede mejorar la percepción de los clientes, aumentar la confianza en los productos y fomentar un sentido de orgullo nacional. Como Objetivo General se estableció analizar la influencia de la obtención de la marca país en el fortalecimiento del posicionamiento de Tekove Green en Colonia Piraretá. Sus Objetivos Específicos: Determinar los cambios en la percepción de los productos de Tekove Green tras obtener la marca país; establecer las estrategias de marketing y comunicación implementadas para aprovechar este reconocimiento; evaluar la influencia de la marca país en los mercados locales e internacionales.

Se utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. La investigación incluyó encuestas a 100 clientes y entrevistas en profundidad con fundadores, propietarios y empleados de Tekove Green. Las encuestas y entrevistas se diseñaron para capturar tanto la percepción del consumidor como la perspectiva interna de la empresa.

Entre los principales hallazgos se mencionan: i) Percepción de la Marca: La obtención de la marca país aumentó significativamente la credibilidad y confianza en Tekove Green. El 99% de los encuestados consideró que la calidad de los productos mejoró tras obtener la marca país. La visibilidad de la marca también aumentó notablemente, con un 92.9% de los encuestados notando una mayor presencia en el mercado. ii) Estrategias de Marketing: Tekove Green implementó diversas estrategias para maximizar los beneficios del reconocimiento, incluyendo la incorporación del sello

