

DEFINICION DE ESTRATEGIAS DE
MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO
DE MARCA A NIVEL REGIONAL Y
NACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO
WILLY'S FOOD

WILLIAM ALBERTO VARON ORDOÑEZ

FUNDACION UNIVERSITARIA
SAN MARTIN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CALI, 2023



Definición de estrategias de marketing para el posicionamiento de marca a nivel regional y nacional del emprendimiento Willy's Food

William Alberto Varón Ordoñez

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas

Tutor

Francisco Hernández

Fundación Universitaria San Martín

Facultad de Ciencias Económicas

Administración de Empresas

Cali

2023

Contenido

Resumen	7
Introducción	8
1. Planteamiento del problema de investigación.....	9
1.1 Descripción del problema.....	9
1.2 Formulación del problema	9
1.3 Sistematización del problema.....	10
2. objetivos de la Investigación	10
2.1 Objetivo general	10
2.2 Objetivos específicos.....	10
3. justificación	11
3.1 Teórica.....	11
3.2 Metodológica.....	12
3.3 Práctica	12
4. Marco de referencial.....	13
4.1 Antecedentes o estado del arte	13
4.2 Marco teórico	14
4.3 Marco Conceptual	18
4.4 Marco Legal	19
4.5 Marco Espacial.....	20
4.6 Marco Temporal.....	21
4.7 Marco Contextual	21
5. Diseño Metodológico.....	21
5.1 Tipo de estudio de Investigación.....	22

5.2 Método de la Investigación	22
5.3 Fuentes y técnicas de la investigación.....	23
5.3.1 Fuente primaria	23
5.3.2 Fuente secundaria	24
5.4 Técnicas de recolección de información	25
5.5 Análisis del mercado y público objetivo	26
5.5.1 Publico objetivo.....	26
5.5.2 Competencia.....	27
5.5.3 Tendencias del mercado	28
5.5.4 Estudiar el comportamiento de los clientes potenciales.....	29
5.5.5 Estudiar información demográfica y psicográfica esencial.....	29
5.6 Análisis de la información.....	30
6. Cronograma de presupuestos	32
7. Desarrollo de los objetivos específicos	33
7.1 Realizar una caracterización a través de un estudio de mercado para conocer al público objetivo.....	33
7.2 Crear una identidad de marca para los consumidores de Willy's Food.	46
7.3 Elaborar una propuesta de marketing digital de acuerdo con los objetivos que se quieren alcanzar.....	53
7.4 Evaluación financiera de la estrategia de marketing digital de Willy's Food.....	62
7.4.1 Plan de inversión	62
7.4.2 Análisis de los costos de los productos	63

7.4.6 Estado de resultado proyectado.....	67
7.4.7 Flujo de caja	67
7.4.8 Indicadores de factibilidad financiera	68
7.4.8.1 Periodo de recuperación	68
7.4.9 Conclusiones evaluación financiera del plan de marketing digital de Willy's Food.....	69
8. Conclusiones y Recomendaciones	70
9. Referencias Bibliográficas	71

Contenido de tablas

Tabla 1 Comparativo marketing tradicional y marketing digital	16
Tabla 2 Cronograma de presupuestos	32
Tabla 3 Cronograma de actividades	32
Tabla 4 Genero encuestados	40
Tabla 5 Edades encuestados	40
Tabla 6 Factores a considerar al momento de la compra	41
Tabla 7 Frecuencia de consumo de carne.....	42
Tabla 8 Comida chatarra puede ser saludable.....	43
Tabla 9 Alimentos frescos o congelados.....	44
Tabla 10 Calificación y calidad del producto	45
Tabla 11 Público objetivo	58
Tabla 12 Matriz FODA	60
Tabla 13 Plan de inversión.....	62
Tabla 14 Análisis de costos x producto	63
Tabla 15 Margen de contribución	64

Tabla 16	Punto de equilibrio	64
Tabla 17	Presupuesto de gastos	65
Tabla 18	Presupuesto de ventas	66
Tabla 19	Estado de resultado	67
Tabla 20	Flujo de caja	67
Tabla 21	Periodo de recuperación	68
Tabla 22	Valor presente neto	68
Tabla 23	Tasa interna de retorno	68
Tabla 24	Rendimiento de la inversión	68

Resumen

El mundo en todo su esplendor está en constante dinámica y nos demanda estar preparados para ello, tener la capacidad de adaptarnos y poder sobrevivir de la mejor manera. Dicha realidad también impacta en la economía y el comercio lo cual obliga a las empresas sin importar su tamaño a tener capacidad de cambio a todo lo que exige el mercado en la actualidad. Gracias al Marketing Digital los líderes o empresarios han encontrado nuevas alternativas para incrementar o potencializar sus ventas, posicionar su marca y lo más importante, abrir nuevos mercados a nivel nacional e internacional.

Con este nuevo difusor de oportunidades queremos que la empresa Willy's Food pueda encontrar con argumentos y de la manera más sencilla el camino adecuado para la consecución de sus objetivos de corto y largo plazo.

Palabras Claves

(1) Economía (2) Comercio (3) Marketing Digital (4) Posicionamiento de Marca (5) Ventas

Introducción

La dinámica con la que se está moviendo el mundo actualmente nos hace entender que la inclusión de nuevas tecnologías es algo inevitable, lo cual provoca desafíos constantes en todos los aspectos de la vida. Ahora bien, la investigación se centrará en la forma en que un emprendimiento como Willy's Food pueda aprovechar la llegada de las nuevas tecnologías en especial el internet con la herramienta que nos ofrece como es el marketing Digital para lograr sus objetivos como emprendimiento de empresa de cárnicos.

Se identificó que en el 2023, 39.34 millones de colombianos tenían acceso a internet y esta tasa ha incrementado en un 4.1% anualmente (Colombiano, 2023). Adicional el 40% de las compras que se hacen por internet corresponden a comidas, por lo tanto estas cifras se convierten en un atractivo para poder crear, gestionar e innovar una estrategia de Marketing Digital que pueda cautivar a los consumidores finales y de esa manera lograr que Willy's Food pueda posicionar su marca e incremente las ventas con buen margen de rentabilidad que es lo que toda empresa quiere.

SANMARTÍN
Fundación Universitaria

CRAI
Centro de Recursos para el
Aprendizaje y la Investigación

Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co