

**AMPLIACION DE COBERTURA PARA AUMENTAR LOS INGRESOS DE LA
EMPRESA LACTEOS LA PALMERA**

BLEINER MAURICIO ENRIQUEZ VILLADA

**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI - VALLE**

2019

**AMPLIACIÓN DE COBERTURA PARA AUMENTAR LOS INGRESOS DE LA
EMPRESA LÁCTEOS LA PALMERA**

BLEINER MAURICIO ENRIQUEZ VILLADA

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI - VALLE
2019**

**AMPLIACIÓN DE COBERTURA PARA AUMENTAR LOS INGRESOS DE LA
EMPRESA LÁCTEOS LA PALMERA**

BLEINER MAURICIO ENRIQUEZ VILLADA

TRABAJO DE GRADO

Para otorgar el título de Administrador de empresas

Sonia Ruth Obando Castro

Directora

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI - VALLE
2019**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Santiago de Cali-Valle del Cauca 15 de noviembre de 2019

RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.1 OBJETIVO GENERAL	18
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
3. JUSTIFICACIÓN	19
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	19
3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	19
3.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	20
4. MARCO DE REFERENCIA	21
4.1 ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE	21
4.2 MARCO TEÓRICO	24
4.2.1 Planeación Estratégica:	24
4.2.2 Plan de Mercadeo o plan de Marketing:	27
4.2.3 Posicionamiento.....	31
4.2.3.1. Posicionamiento basado en las características del producto.....	32
4.2.3.2 Posicionamiento basado en relación con la competencia:.....	32
4.2.4 Comportamiento del consumidor:	32
4.2.4.1 Consumidor organizacional.....	35
4.2.5 Evaluación Económica:.....	39
4.2.5.1 Impacto Ambiental.	41
4.3. MARCO CONCEPTUAL	42
4.3.1. Plan estratégico.	42
4.3.2. Plan de mercadeo:.....	42
4.3.3 Yogurt:	42

4.3.4 Análisis DOFA.....	43
4.3.5 Validación Económica.....	43
4.3.6 Cadena productiva.....	43
4.3.7 Competidores.....	43
4.3.8 Eficacia.....	43
4.3.9 Eficiencia.....	43
4.3.10 Estrategia.....	43
4.3.11 Innovación tecnológica.....	44
4.3.12 Mercadeo.....	44
4.3.13 Misión.....	44
4.3.14 Movimiento estratégico en el ámbito producto mercado.....	44
4.3.15 Movimiento estratégico en el entorno en el que está la empresa.....	44
4.3.16 Oportunidades.....	44
4.3.17 Planificación de la empresa.....	44
4.3.18 Plan de marketing.....	44
4.3.19 Políticas.....	45
4.3.20 Promoción.....	45
4.3.21 Visión.....	45
4.3.22 Ventas:.....	45
4.3.23 Encuestas:.....	45
4.4 MARCO LEGAL.....	45
4.5 MARCO ESPACIAL.....	46
4.6 MARCO TEMPORAL.....	47
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	48
5.1 TIPO DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN.....	48
5.2 METODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
5.2.1 Enfoque de la investigación:.....	48
5.3 FUENTES Y TECNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
5.3.1 Fuentes Primarias:.....	49
5.3.2 Fuentes Secundarias:.....	49

5.4 TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	49
5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	50
5.6 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	51
6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	52
6.2 ANALISIS INTERNO	52
6.2.1 Capacidad interna:.....	52
6.3 Evaluación de los factores internos	54
6.4 ANALISIS EXTERNO	55
6.4.1 Entorno político.....	55
6.4.2 Entorno económico.....	57
6.4.3 Entorno social:.....	58
6.4.4 Entorno tecnológico:.....	58
6.4.5 Entorno legal:.....	59
6.4.6 Entono cultural:.....	59
6.4.7 Entorno demográfico:.....	59
6.4.8 evaluación de los factores externos:.....	60
7 ESTUDIO DE MERCADO	61
7.1 ANALISIS DE INSTRUMENTO DE LA ENCUESTAS	61
7.1.1 Análisis de los resultados de la investigación del mercado.....	70
7.2 ANALISIS DEL SECTOR	71
7.2.1 Ampliación del mercado.....	71
7.2.1.1 Justificación del mercado objetivo.....	71
7.2.1.2 Estimación del mercado potencial:.....	71
7.2.1.3 Análisis del sector Lácteo:.....	71
8. ANALISIS DEL MERCADO	72
8.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	72
8.2 ESTRATEGIAS DE MERCADEO	73
8.2.1 Concepto del producto:.....	73
8.2.2 Descripción y beneficios del Yogurt:.....	73
8.2.3 Identificar la etapa o ciclo de vida del producto:.....	75

8.2.4 Condiciones climáticas:.....	75
8.2.5 Características de envasado:.....	76
8.2.6 Características del embalaje.....	76
8.2.7 Características de Almacenaje:	76
8.2.8 Características Fisicoquímicas	76
8.2.9 Factores Ambientales:	76
8.2.10 Estrategia de Producto:.....	76
8.3 ESTRATEGIA DE PRECIO	77
8.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	78
8.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	78
8.7 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	79
8.8 MEZCLA DE MERCADO	79
8.8.1 PRODUCTO:	79
8.8.1.1 Marca corporativa:	79
8.9 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO	80
8.10 PROYECCIÓN DE VENTAS	82
8.11 POLITICA DE VENTAS	82
8.11.1 Conseguir clientes Nuevos:	82
8.11.2 Vender más a clientes actuales:	82
8.11.3 Recuperar clientes:	82
8.12 POLITICA DE CARTERA	82
9 PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DEFINIENDO LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA, MISIÓN, VISIÓN, VALORES CORPORATIVOS	83
9.1 MISIÓN	83
9.2 VISIÓN	83
9.3 POLÍTICA DE CALIDAD	84
9.4 OBJETIVOS CORPORATIVOS Y DE CALIDAD	84
9.5 ESTRATEGIAS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN	84
9.6 MANUAL DE FUNCIONES	85

10	EVALUACIÓN ECONÓMICA QUE ESTABLEZCA LA VIABILIDAD DE LA PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO Y DE MERCADEO.....	111
10.1	ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA LACTEOS LA PALMERA ...	111
10.2	PARAMETROS DE PROYECCIÓN.....	114
10.3	PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	115
10.4	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	118
10.5	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	121
10.6	RELACIÓN BENEFICIO COSTO.....	122
11	IMPACTO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL DEL PROYECTO.....	122
11.1	IMPACTO ECONOMICO	122
11.2	IMPACTO SOCIAL	123
11.3	IMPACTO AMBIENTAL	123
12	CONCLUSIONES	124
13	RECOMENDACIONES	125
14	BIBLIOGRAFIA	126
15	ANEXOS	128
15.1	ENCUESTA	128

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Procesos entre el comprador y consumidor.....	33
Tabla 2 Características más importantes del mercado de negocios	36
Tabla 3 Principales factores que influyen en la decisión de compra de las organizaciones.	39
Tabla 4 Normatividad Aplicable.....	46
Tabla 5 Evaluación de los factores Internos de la empresa Lácteos la palmera	54
Tabla 6 Evaluación de factores externos.....	60
Tabla 7 Líneas del Portafolio de Lácteos la Palmera.....	74
Tabla 8 Estrategia de precio	77
Tabla 9 Proyección de ventas Lácteos la Palmera	82
Tabla 10 Manual de funciones del Gerente general.....	85
Tabla 11 Manual de funciones de la Secretaria de Gerencia.	87
Tabla 12 Manual de funciones del Asesor Jurídico	89
Tabla 13 Manual de funciones del Gerente Mercadeo.....	91
Tabla 14 Manual de funciones del Gerente Producción.....	93
Tabla 15 Manual de funciones del Gerente Financiero	95
Tabla 16 Manual de funciones del Ejecutivo de ventas.....	97
Tabla 17 Manual de funciones del Analista de Control de Calidad	99
Tabla 18 Manual de funciones del Jefe de Producción	101
Tabla 19 Manual de funciones del Auxiliar de Producción	103
Tabla 20 Manual de funciones de la Auxiliar Contable.....	105
Tabla 21 Manual de funciones del Jefe de Tesorería.....	107
Tabla 22 Manual de funciones del Auxiliar de tesorería.....	109
Tabla 23 Estado de resultados de la empresa Lácteos la Palmera periodo 2015 - 2018.	111
Tabla 24 Índices de rentabilidad Lácteos la Palmera	112
Tabla 25 Balance general Lácteos la Palmera.....	113
Tabla 26 Proyección de los estados de resultado del proyecto.....	117
Tabla 27 Proyección del balance general del proyecto.....	118
Tabla 28 Proyección de inversiones de mercado	119
Tabla 29 Evaluación financiera del proyecto.....	119
Tabla 30 Índices de viabilidad Financiera.....	120

LISTA DE FIGURAS

1 Figura Mapa Municipio de Palmira	47
2 Figura Organigrama de la empresa Lácteos la Palmera	53
3 Figura Pregunta N° 1	62
4 Figura Pregunta N° 2	63
5 Figura Pregunta N° 3	64
6 Figura Pregunta N° 4	65
7 Figura Pregunta N° 5	66
8 Figura Pregunta N° 6	67
9 Figura Pregunta N° 7	68
10 Figura Pregunta N° 8	69
11 Figura Pregunta N° 9	70
12 Figura Presentación del Producto en caja biodegradable	77
13 Figura Presentación Producto en envase Plástico	80
14 Figura Propuesta envase biodegradable	81
15 Figura Propuesta Estructura Organizacional Lácteos la Palmera	83

RESUMEN

El yogurt tiene unas interesantes propiedades que actúan sobre el organismo del ser humano, especialmente en el de los niños lo cual permite el desarrollo de la flora bacteriana logrando una mejor asimilación de los nutrientes que aportan los alimentos.

La presente investigación se enfocó en el posicionamiento de la empresa Lácteos la Palmera la cual presenta inconvenientes en su crecimiento y desarrollo de estrategias que lo lleven a ser reconocido en la ciudad de Palmira.

Se realizó un análisis interno y externo de la compañía, en donde se pudo identificar que sus debilidades en el mercado eran porque no tenía una estratégica que le ayudara a reconocer un nicho de mercado específico y eficiente para la empresa.

Una vez determinada dicha oportunidad de mejora se procede a realizar encuestas en los Jardines Infantiles de la ciudad de Palmira, en donde encontramos un importante mercado en el cual se puede ofertar el yogurt de 2 Litros producido por la empresa Lácteos la Palmera.

Este análisis es de mucha ayuda para el posicionamiento de la empresa Lácteos la Palmera teniendo en cuenta que este nuevo canal de distribución es orientado en su alimentación nutricional por el municipio de Palmira, en representación de Bienestar Familiar, el cual recomienda a los Jardines infantiles manejar en su minuta alimenticia a los niños, el producto Yogurt.

Palabras claves: Plan de negocios, estrategias de Mercado, viabilidad financiera y cobertura.

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