

	<b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>	<b>Código</b>	FO-SB- 12/v0
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>	<b>Página</b>	1/1

### RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): DAYANA MARCELA APELLIDOS: GARCÍA MOLINA

NOMBRE(S): FABIO APELLIDOS: RODRIGUEZ MAYORGA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): ALONSO APELLIDOS: TOSCANO NIÑO

NOMBRE(S): \_\_\_\_\_ APELLIDOS: \_\_\_\_\_

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE MERCADEO PARA PRODUCTOS A BASE DE SOYA DE LA EMPRESA YOVEG S.A.S EN CÚCUTA

RESUMEN

El trabajo trata acerca de un plan de mercadeo para productos a base de soya de la empresa Yoveg SAS en Cúcuta. Se propone, Elaborar un plan de mercadeo para los productos a base de soya de la empresa YOVEG SAS en Cúcuta. Para ello, se estudia el mercado en relación con el comportamiento de los clientes actuales y potenciales, participación de mercado y análisis de la competencia en el sector de productos a base de soya. Seguido de, Analizar la situación actual de la comercialización de productos a base de soya como chorizo, leche, yogurt y queso en el mercado de la ciudad. Para luego, conocer los segmentos empresariales de interés estratégico para la empresa. Para finalmente, Elaborar el plan de mercadeo con sus indicadores de gestión comercial y financiera. Se trata de una investigación descriptiva, La población objeto del estudio se concibe desde el punto de vista de mercado son los consumidores potenciales de productos a base de soya. Para tal fin las unidades de muestreo estan representadas por habitantes de la ciudad de Cúcuta, para el cálculo del muestreo probabilístico. El método de contacto utilizado para recolección de información es a través de un cuestionario tipo diagnóstico de preguntas dicótomas, La información se presenta en forma literal, descriptiva y analítica, de fácil comprensión que permita a las partes una adecuada interpretación y aplicación.

PALABRAS CLAVE: Estudio de mercado, análisis de la competencias productos a bases de soya

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 154 PLANOS: \_\_\_\_\_ ILUSTRACIONES: \_\_\_\_\_ CD ROOM: 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
<b>Fecha</b>	24/10/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

PLAN DE MERCADEO PARA PRODUCTOS A BASE DE SOYA DE LA EMPRESA  
YOVEG S.A.S EN CÚCUTA

DAYANA MARCELA GARCÍA MOLINA

FABIO RODRIGUEZ MAYORGA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA  
SAN JOSE DE CUCUTA

2018

PLAN DE MERCADEO PARA PRODUCTOS A BASE DE SOYA DE LA EMPRESA

YOVEG S.A.S EN CÚCUTA

DAYANA MARCELA GARCÍA MOLINA

FABIO RODRIGUEZ MAYORGA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de:

Administración Financiera

Director

ALONSO TOSCANO NIÑO

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2018



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**  
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**HORA:** 09:00 AM  
**FECHA:** 22 DE SEPTIEMBRE DEL 2018  
**LUGAR:** OFICINA PLAN DE ESTUDIO ADMINISTRACIÓN FINANCIERA  
**JURADOS:** CLAIRE ALESSANDRA VILLAMIAR HERNANDEZ  
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER  
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN DE MERCADEO PARA PRODUCTOS A BASE DE SOYA DE LA EMPRESA YOVEG S.A.S EN CÚCUTA

**DIRECTOR:** ALONSO TOSCANO NIÑO

<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>DAYANA MARCELA GARCIA MOLINA</u>	<u>1490847</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO. UNO</u>
<u>FABIO RODRIGUEZ MAYORGA</u>	<u>1490548</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO. UNO</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**

Cod. 05385

VoBo.

Cod. 02789

Cod. 04112

  
**COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR**

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	18
1. Problema	20
1.1 Titulo	20
1.2 Planteamiento del Problema	20
1.3 Formulación Del Problema	22
1.4 Objetivos	22
1.4.1 Objetivo general	22
1.4.2 Objetivos específicos	22
1.5 Justificación	22
1.6 Limitaciones	24
1.7 Alcances	25
2. Marco Referencial	26
2.1 Antecedentes Bibliográficos	26
2.2 Antecedentes de la Empresa	32
2.3 Marco Teórico	33
2.3.1 Teoría de planeación estratégica	33
2.3.2 Concepto de marketing	35
2.3.3. Planeación estratégica de marketing	36
2.3.4 Mezcla de marketing	37
2.3.5 Investigación de mercados	37
2.3.6 La soya	38
2.4 Marco Conceptual	40

2.4.1	Ciclo de vida	40
2.4.2	Competencia	40
2.4.3	Comportamiento del consumidor	40
2.4.4	Demanda	40
2.4.5	Direccionamiento estratégico	40
2.4.6	Diagnóstico estratégico	40
2.4.7	Estrategia	41
2.4.8	Leguminosas	41
2.4.9	Línea de productos	41
2.4.10	Mercado objetivo	41
2.4.11	Mix de mercadeo	41
2.4.12	Plan de acción	41
2.4.13	Plan de mercadeo	41
2.4.14	Posicionamiento	42
2.4.15	Segmentación de mercado	42
2.4.16	Servicio al cliente	42
2.5	Marco Legal	42
3.	Diseño Metodológico	45
3.1	Tipos de Investigación	45
3.2	Población y Muestra	45
3.2.1	Población	45
3.2.2	Tamaño de la muestra	46
3.3	Instrumentos para la Recolección de la Información	48
3.4	Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	49

4. Contenido del Trabajo de Grado	50
4.1 Diagnostico Estratégico	50
4.2 Diagnostico Interno	51
4.3 Evaluación de Capacidad Interna	54
4.3.1 Capacidad directiva.	54
4.3.2 Capacidad de talento humano	56
4.3.3 Capacidad competitiva.	57
4.3.4 Capacidad financiera	58
4.3.5 Capacidad TECNOLÓGICA	58
4.4 Diagnostico Externo	60
4.4.1 Factores económicos	61
4.4.2 Factores políticos y legales	63
4.4.3 Factores competitivos	63
4.4.4 Factores sociales	64
4.4.5 Factores tecnológicos	65
4.4.6 Factores ambientales	66
4.5 Matriz DOFA	67
4.6 Principios Organizacionales de la Empresa Yoveg Sas	70
4.6.1 Misión	70
4.6.2 Misión propuesta YOVEG SAS.	71
4.6.3 Visión	71
4.6.4 Visión propuesta YOVEG SAS	72
4.6.5 Valores y principios corporativos propuestos	72
4.6.6 Valores propuestos.	72

4.6.7 Principios corporativos propuestos	73
4.6.8 Política corporativa propuesta	73
4.6.9 Objetivos corporativos propuestos	73
5. Estudio del Mercado	75
5.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información del Estudio de Mercado Aplicado a los Clientes	75
5.1.1 Pregunta #1	76
5.1.2 Pregunta #2	77
5.1.3 Pregunta #3	78
5.1.4 Pregunta #4	79
5.1.5 Pregunta #5	80
5.1.6 Pregunta #6	81
5.1.7 Pregunta #7	82
5.1.8 Pregunta #8	83
5.1.9 Pregunta #9	84
5.1.10 Pregunta #10	85
6. Análisis de la Situación Actual	86
6.1 Análisis Del Portafolio De Productos	87
6.1.1 Concepto del producto	87
6.1.2 Diferenciación del producto	87
6.1.3 Clasificación de los productos	88
6.1.4 Descripción del portafolio de productos a base de soya	90
6.1.5 Ciclo de vida del producto	95
6.1.6 Precio del producto	98



6.2 Análisis de la Competencia	98
6.2.1 Calidad del producto	99
6.2.2 Análisis de PORTER	99
6.3 Análisis de Clientes y Mercado	101
6.3.1 Mercado meta	101
6.3.2 Mercado potencial	102
6.4 Segmentación de Mercados	102
6.4.1 Características de un segmento de mercado	103
6.4.2 Variables de Segmentación de clientes empresas	104
6.4.3 Identificación de clientes	105
6.5 Distribución del Producto	105
6.5.1 Tipo de distribución	105
6.5.2 Canales de Distribución:	105
6.5.3 Tipo de mercadeo	106
6.6 Promoción del Producto	107
6.6.1 Mercado Meta	107
6.6.2 Naturaleza del producto	107
6.6.3 Ciclo de vida del producto	107
6.6.4 Fondos disponibles	108
6.6.5 Venta personal	108
6.6.6 Publicidad	108
6.6.7 Promoción de ventas	108
6.6.8 Relaciones públicas	109
7. Estrategias de Mercadeo para Productos a Base de Soya de la Empresa Yoveg SAS	110

7.1	Objetivos del Plan de Mercadeo	110
7.2	Políticas del Plan de Mercadeo	111
7.3	Estrategias de Mercadeo	112
7.4	Estrategias de Penetración de Mercado	114
7.4.1	Reforzar la red de distribución	114
7.4.2	Incremento de actividad promocional	115
7.4.3	Concentrarse en segmentos más rentable	115
7.4.4	Mercadeo directo	115
7.5	Estrategias de Desarrollo de Mercado	116
7.5.1	Ingresar a nuevos mercados	116
7.5.2	Determinar comportamiento del cliente	116
7.5.3	Búsqueda de nuevos nichos de mercado dentro del mercado actual	116
7.6	Estrategia de Desarrollo de Producto	116
7.6.1	Mejorar presentación del producto	117
7.6.2	Ampliar portafolio de productos	117
7.6.3	Racionalización de una gama de productos	117
7.7	Estrategias de Servicio	117
7.7.1	Fidelizar a los clientes	117
7.7.2	Establecer variables de atención, servicio y calidad ofrecidas	118
7.7.3	Mantenimiento de las instalaciones físicas	118
7.7.4	Implementar el PQR	119
7.7.5	Servicio a domicilio	119
7.8	Estrategia de Precio	119
7.8.1	Descuentos y bonificaciones	120

7.8.2 Monitorear los precios del mercado	120
7.9 Estrategia de Distribución	120
7.9.1 Canales de distribución	121
7.9.2 Método de despacho	122
7.9.3 Estrategia de presión	122
7.10 Estrategia de Promoción	122
7.10.1 Degustaciones	123
7.10.2 Patrocinios a eventos radiales	124
7.10.3 La página Web	124
7.10.4 Patrocinios	124
7.10.5 Merchandising	124
7.10.6 Materiales P.O.P	125
7.10.7 Promoción “Push”	125
7.10.8 Auspicios	125
7.10.9 Marketing digital	125
7.11 Estrategias de Crecimiento	126
7.11.1 Diferenciación	126
7.11.2 Posicionamiento	126
7.11.3 Adquisición de mercados	126
7.11.4 Integración hacia arriba	126
7.11.5 Integración hacia abajo	126
7.11.6 Integración horizontal	127
7.12 Estrategia de Capacitación	127
7.12.1 Capacitación con el personal de producción	127

7.12.2 Capacitación en servicio al cliente	127
7.13 Estrategias Financieras	127
8. Plan de Acción para Productos a base de Soya de la Empresa Yoveg SAS	129
8.1 Plan de Acción	129
8.2 Implementación del plan de Acción	130
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	130
8.4 Indicadores del Plan de Acción	132
8.4.1 Índices del mercado.	133
8.4.2 Índice de clientes.	134
8.4.3 Índices de comercialización.	135
8.4.4 Otros indicadores.	136
8.4.5 Indicadores financieros	137
9. Conclusiones	139
10. Recomendaciones	142
Referencias Bibliográficas	144
Anexos	149