



Volumen **7** No. **2**
traves. emprend.
Jul-Dic 2023
e-ISSN: 2539-0376

Plan de márquetin para las arepas rellenas de sabor

Jean Carlos Oliva Estrella

Estudiante de Administración de Empresas
Universidad Cesmag

Kevin Giovanni Erazo Diaz

Estudiante de Administración de Empresas
Universidad Cesmag
Correo: jankoliva1@gmail.com

Claudia Magali Solarte Solarte

Docente de Administración de Empresas
Universidad Cesmag
Correo: cmsolarte@unicesmag.edu.co

Introducción

La empresa en la que se propuso desarrollar el plan de márquetin es *Las Arepas Rellenas de Sabor*, ubicada en la ciudad de Pasto, capital de Nariño. Cuenta con un equipo humano conformado por 15 colaboradores distribuidos en sus cuatro sedes a lo largo de la ciudad. Su objeto social es la compra y transformación de alimentos relacionados con la típica y tradicional 'arepa', ofreciendo diferentes presentaciones según el gusto del cliente, como: arepas rellenas de pollo, carne, queso y jamón o, la popular arepa mixta.

El trabajo de grado se desarrolló debido a la necesidad de mejorar las ventas de la empresa 'Las Arepas Rellenas de Sabor', proponiendo un método de márquetin que aumentaría las ventas y daría a conocer a la empresa en toda la ciudad de Pasto. Se tuvo en cuenta las necesidades de los clientes para minimizar los problemas frecuentes en ella. Para ello, se realizó una descripción detallada del problema que enfrentaba, se estableció objetivos generales y específicos para los logros esperados y, se revisó antecedentes que servirían como guía para su mejoramiento continuo mediante bases sólidas de márquetin, con el propósito de consolidarla en la región.

Además, se elaboró un cronograma de actividades para minimizar los riesgos y establecer los procesos y acciones a realizar durante la elaboración del método, evitando inconsistencias. Se llevó a cabo una



profunda investigación de las falencias que habían llevado al estancamiento de la empresa, describiéndolas detalladamente, para aplicar lo aprendido y encontrar soluciones eficaces que resolvieran el problema y llevaran a la empresa al nivel deseado.

Objetivo general

Realizar un plan de márquetin para la empresa 'Arepas Rellenas de Sabor' ubicada en la ciudad de Pasto.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico para comprender la situación actual de la empresa e identificar cuáles son sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.
- Determinar el segmento del mercado al que va dirigido el producto para satisfacer sus necesidades.
- Identificar las estrategias de márquetin para el plan de acción a desarrollar.
- Proponer un plan de acción para la empresa.

Desarrollo

El plan de márquetin para la empresa 'Arepas Rellenas de Sabor' en la ciudad de San Juan de Pasto tiene como objetivo principal, impulsar el crecimiento de la empresa mediante el aumento de las ventas de su producto característico. Para lograrlo, se aprovechará sus fortalezas y se buscará las oportunidades que ofrece el mercado.

El impacto del plan de márquetin será tanto interno como externo. Internamente, se espera mejorar la satisfacción del talento humano al ver que sus productos son degustados con mayor frecuencia, lo que ayudará a diferenciarse de la competencia. Además, externamente, el plan de márquetin impactará a los clientes al mostrar innovación tanto en productos como en publicidad, lo que generará una mayor aceptación en el segmento de mercado al que se dirige. Esto creará un sentimiento de lealtad y fidelización con la empresa.

El plan de márquetin también permitirá a la empresa identificar oportunidades de mercado y amenazas del mercado actual, lo que le brindará una visión clara del entorno competitivo en el que se encuentra. Esto le ayudará a tomar decisiones informadas y estratégicas para enfrentar los desafíos del mercado y aprovechar las oportunidades que se presenten.

Por último, el plan de márquetin establecerá metas anuales que acelerarán el crecimiento que la empresa ha venido experimentando. Estas metas serán realistas y medibles, lo que permitirá evaluar el progreso y hacer ajustes según sea necesario, para asegurar el éxito del plan.

En resumen, el plan de márketing de 'Arepas Rellenas de Sabor' tiene como objetivo, apoyar el crecimiento de la empresa, tanto interna como externamente, a través de la mejora en la satisfacción del talento humano, la diferenciación de la competencia, la fidelización de clientes, la identificación de oportunidades de mercado y amenazas y, el establecimiento de metas anuales para acelerar el crecimiento.

Figura 1

Edad

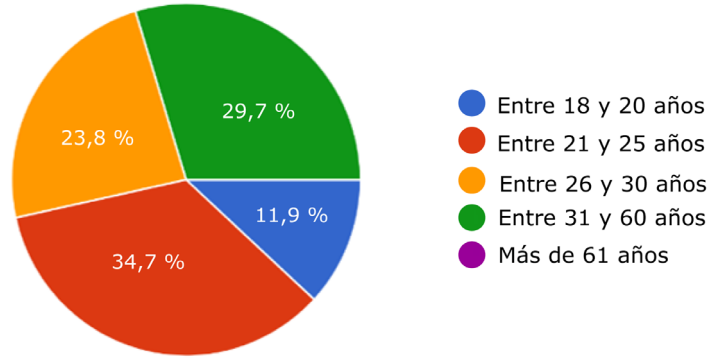


Figura 2

Frecuencia de compra

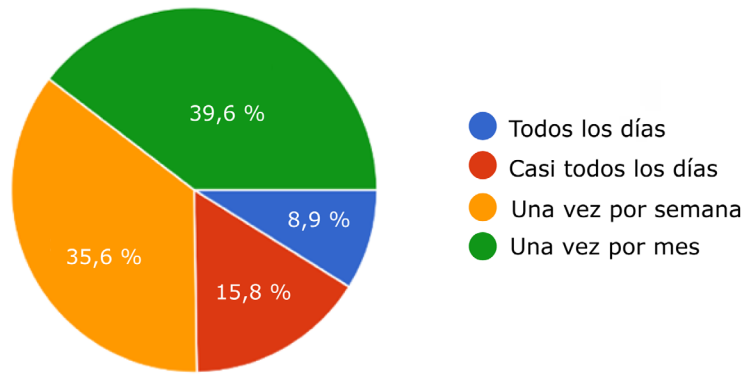


Figura 3

Valoración de los productos de la empresa

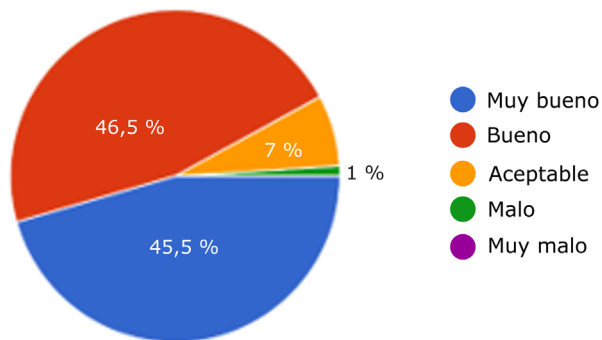
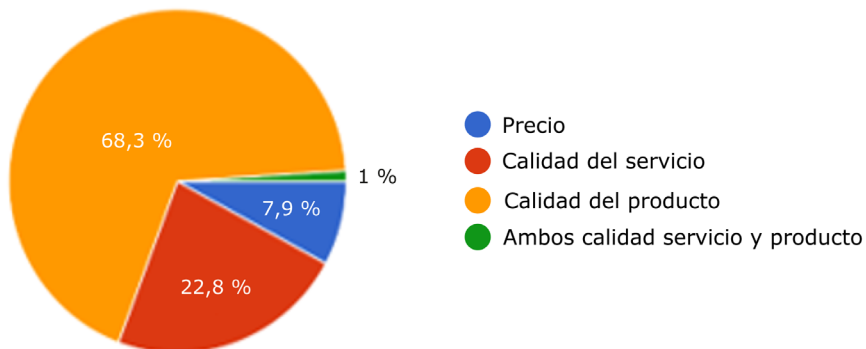


Figura 4

Aspectos que considera más importantes a la hora de comprar en 'Las Arepas Rellenas de Sabor'



Conclusiones

Para realizar el plan de márketing se debe efectuar investigaciones mediante la ayuda del análisis y estudio de las encuestas llevadas a cabo a clientes, que arrojaron los siguientes aspectos demográficos del mercado total: se puede deducir que el mayor porcentaje, de acuerdo con las edades entre diferentes rangos comprendidos desde 18 a más de 61 años está entre 21 y 25 años, que equivale al 34,7 % del total de los encuestados; también se puede inferir que la distinción de sexo no tiene mayor diferencia entre hombres y mujeres, siendo así una característica importante de destacar y que conllevará una amplia participación de los dos sexos por igualdad de condición.