

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A-I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Gerencia Comercial
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO PARA EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE MICROFERTISA S.A – TOLIMA ZONA NORTE AL AÑO 2015
3	AUTOR(es)	Juan Diego Avila - Paola Andrea Medina F. - Sergio Andres Guzman
4	AÑO Y MES	Mayo 5 de 2014
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Jaime Torres Duarte
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Este plan estrategico se hace con el fin de aumentar la participacion en el mercado y la rentabilidad para la empresa en la Zona Norte del Tolima, aumentando los volúmenes de ventas, cautivando mas agricultores hacia la marca y un trabajo en conjunto con los clientes distribuidores para el cumplimiento de los objetivos para ambas partes.
7	PALABRAS CLAVES	Plan Estrategico, fertilizantes, participacion en el mercado, rentabilidad, microelementos.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector Agrícola
9	TIPO DE ESTUDIO	Trabajo Aplicado
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar un plan estratégico de Mercadeo que lleve a la empresa a un incremento en la participación del mercado y un aumento en su rentabilidad.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	I. Diseñar un programa de fidelización para clientes actuales potenciales II. Diseñar un programa para captar clientes nuevos III. Diseñar las características del portafolio de productos de la empresa IV. Conocer la influencia de los grupos de referencia en decisión de la compra final
12	RESUMEN GENERAL	Con esta investigación quisimos identificar los problemas que se presentan con los distribuidores y agricultores de la zona Norte del Tolima, que están afectando el cumplimiento de los objetivos de Microfertisa y lograr aumentar la participación en el mercado de los fertilizantes y aumentar la rentabilidad para la empresa, esta información la obtuvimos a través de encuestas y entrevistas realizadas a los distribuidores y agricultores más representativos de la zona. En la Zona Norte del Tolima se encuentran cultivos de arroz, maíz y algodón en los cuales se debe utilizar con frecuencia fertilizantes para que en el momento de la siembra y recogida de cada cosecha se puedan generar mayor utilidades y rentabilidad tanto para los distribuidores como para los agricultores, por lo cual, se pudo identificar las oportunidades que la Empresa Microfertisa S.A tiene frente a los competidores para generar mayor participación en el mercado y por lo tanto un crecimiento importante en la zona Norte del Tolima. Por esta razón, en este trabajo se realizan recomendaciones y sugerencias para que la empresa las aplique con sus clientes y poder lograr los objetivos fijados y propuestos para el año 2015.
13	CONCLUSIONES.	1. Después de haber realizado una investigación con agricultores y distribuidores de la zona Norte del Tolima, zona donde se lleva a cabo cultivos de arroz, maíz y algodón se evidenció que la empresa Microfertisa S.A tiene una imagen favorable hacia los clientes en cuanto a tener productos de calidad y eficacia, consideran que la empresa es sólida con reconocimiento y confiabilidad. En cuanto a los distribuidores ven a Microfertisa S.A como un socio estratégico que le ayuda en el cumplimiento de los objetivos mes a mes, ya que la generación de demanda por parte de los clientes es alta en la compra de los productos de manera continua y con tranquilidad respecto a los resultados que se ven en los cultivos y a la rentabilidad que genera la cosecha. Se destaca que para generar la compra y satisfacción por parte de los clientes finales es importante contar con disponibilidad de los productos y sumamente importante que la entrega de los mismos sea de manera oportuna en tiempo y cantidades, pero es en este punto donde algunos de los clientes argumentan que Microfertisa presenta fallas y que en algunas oportunidades ha hecho que en el momento de la compra se cambie hacia la competencia, afectando el cumplimiento de los objetivos de Microfertis, por esta razón se concluye que la empresa debe tomar medidas al respecto para evitar el cambio en el momento de la compra por parte del cliente, manejando de manera eficaz el departamento de logística y hacer los cambios y modificaciones al mismo. 2. Con esta investigación también se concluye, que es una parte importante para la fidelización de los clientes, realizar un trabajo articulado con los asistentes técnicos de cada cultivo ya que estos son una parte importante en el momento de la compra de los productos del portafolio de Microfertisa por parte del cliente final, sin dejar de lado el seguimiento que se debe hacer desde el momento de la formulación de determinado producto hasta el despacho en el almacén distribuidor para cada cliente. 3. Con el desarrollo de este trabajo, se pudo aprender que la creación de estrategias, tácticas y planes de acción, son indispensables para ayudar en el cumplimiento de los objetivos de las empresas a las que cada uno de los integrantes de este trabajo puede aportar, que cada vez que se presente una debilidad o amenaza se generara una oportunidad para mejorar cada dificultad o problema que se presente.

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de Marketing. Decima cuarta edición. William J Stanton y otros. Mc Graw Hill • http://colinagro.com/ • http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura_organica • http://es.wikipedia.org/wiki/Tensi%C3%B3n_superficial • http://globalcesped.org/noticias-mainmenu-2/los-suelos/495-ique-son-los-bioestimulantes • http://isfdlaslomas.for.infd.edu.ar/sitio/upload/Sanidad_Vegetal.pdf • http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_ci/Agronomia%20Tropical/at4212/Arti/nacci_s2.htm • sebas013.wix.com/pajonales • ww.ica.gov.co/EI-ICA.aspx • www.agritotal.com/0/vnc/nota.vnc?id=547 • www.arrozroa.com • www.cosmoagro.com/ • www.dane.com • www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_regiones_Isem_13.pdf • www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_Itrim13.pdf • www.dianacorporacion.com • www.fertirrigacion.com/que-es-la-fertirrigacion/ • www.google.com • www.ica.gov.co • www.icontec.com.co • www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm • www.microfertisa.com.co • www.serviarroz.com.co • www.thierry-corp.com/mx/plasma/conceptos-fundamentales/humectabilidad • Libro La Ganadería en Colombia Pastos y Forrajes Bovinos, Pág. 1 de 93 • Instituto nacional de contadores públicos Colombia. Recuperado de http://www.incp.org.co/indicadores-economicos-e-informacion-financiera-incp/indice-de-
----	------------------------	---

Vo Bo Asesor y Coordinador de Investigación:

CRISANTO QUIROGA OTÁLORA