

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	Gerencia Estratégica
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Estudio Prospectivo de Pepsico Alimentos Colombia hacia el incremento en ventas de la línea de galleta en las grandes superficies para el año 2015
3	AUTOR(es)	Aristizábal Gallo Jose Fernando
4	AÑO Y MES	13-mar-14
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Sierra Arias Dario Alfonso
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>DESCRIPCIÓN:PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA, posee una gran variedad en productos alimenticios, posicionado en el mercado nacional como el principal proveedor de pasabocas su filial FRITOLAY COLOMBIA donde de acuerdo a la evaluación NIELSEN tenemos un 63% de aceptación.</p> <p>Dentro de su variedad de productos alimenticios encontramos la producción de galletas avena, integrales y saludables con su marca internacional y reconocida QUAKER y galleta dulce con la marca internacional GAMESA, donde esta línea se ha caracterizado por llevar altos estándares de calidad, innovación y tecnología, donde ha ingresado en el mercado nacional desde hace 5 años pero ocupando solo un 2% de la gran torta que ocupan nuestros competidores donde un 60% está cubierta por NOEL, ocasionando una afectación directa no solo en la disminución de los ingresos sino una alta complejidad de una mayor participación del mercado de galletas</p> <p>ABSTRACT: PEPSICO FOODS COLOMBIA, has a great variety of food products on the domestic market positioned as the premier provider of snacks subsidiary FRITOLAY COLOMBIA where according to NIELSEN evaluation we have a 63% acceptance.</p> <p>Within its range of food production found oat biscuits, whole and healthy with its globally recognized brand and sweet cookie QUAKER international brand Gamesa, where this line is characterized by wearing high standards of quality, innovation and technology, where he has entered the domestic market for 5 years but occupying only 2% of the big cake that occupy our competitors where 60% is covered by NOEL, causing a direct involvement not only in reducing income but high complexity greater market share of biscuits</p>
7	PALABRAS CLAVES	Análisis, Balanced Scorecard, Estrategia, Metodología, Planeación.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector Económico
9	TIPO DE ESTUDIO	Proyecto de investigación, para trabajo aplicado
10	OBJETIVO GENERAL	Recuperar las unidades de venta y crecer un 18% para el año 2015 en 2 clientes de grandes superficies, Éxito y Carrefour

11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contribuir a maximizar el valor agregado a los accionistas. 2. Estandarización de los procesos y mejora continua de los nuestros productos. 3. Presupuestar cualquier trabajo a fin de reducir la mala utilización de los recursos y presupuesto. 4. Disponer del personal profesionalmente idóneo, motivado, satisfecho e integrado a PepsiCo 5. Lograr integración con los clientes para mejorar la venta y distribución de nuestros productos.
12	RESUMEN GENERAL	<p>Se diseñó una guía para el Estudio Prospectivo de Pepsico Alimentos Colombia hacia el incremento en ventas del 18% para la línea de galleta presentado para las marcas reconocidas QUAKER Y GAMESA en las grandes superficies para el año 2015 que integra metodologías cuantitativas y cualitativas que se contemplan y además permite un análisis minucioso de la compañía a nivel interno y externo.</p> <p>Como propósito identificar elementos presentes en el consumo y la elección del cliente final al momento de escoger y comprar la marca, Para dar cumplimiento a este objetivo, se planteó esta investigación con un diseño descriptivo, utilizando matrices y metodologías como técnica de recolección de información y el análisis del contenido como técnica.</p> <p>Se presenta la metodologías aplicadas en la planeación estratégica y que serán desarrolladas, posteriormente presento paso a paso como PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA puede implementar el modelo propuesto que contempla y permitirá la definición de los objetivos estratégicos hasta el diseño del Balanced ScoreCard – BSC, incluidos los indicadores que son clave para hacer seguimiento al logro de los mismos.</p>
13	CONCLUSIONES.	<p>El aporte fundamental de este trabajo es poner en manifiesto los eventos que se involucran directamente con el decrecimiento en ventas de las grandes superficies, principalmente de las cadenas Éxito y Carrefour, quienes representan el 67% en ventas del canal a nivel nacional, a través de herramientas que nos permiten obtener una visión holística de este proceso en la organización PEPSICO ALIMENTOS COLOMBIA, logrando de esta forma determinar acciones y desarrollar planes de direccionamiento focalizados en 3 áreas estratégicas fundamentales para el logro del objetivo propuesto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se determinan la falencias de toda las variables involucradas en el desarrollo del proceso de Investigación, lo que nos lleva a tomar medidas sobre el fortalecimiento y aprovechamiento de las relaciones con los puntos de comercialización, así mismo la plena utilización de la información producto de las investigaciones de mercado, favoreciendo con ello la puesta en marcha de la elaboración de nuevos productos. 2. En el ámbito de desarrollo se evidencia que no existe, a pesar de contar con la disponibilidad de los canales de comunicación, buenas estrategias que favorezcan el impulso de las marcas QUAKER Y GAMESA, por tal motivo se establece como prioridad el desarrollo de programas publicitarios que favorezcan el posicionamiento de dichas marcas. 3. Parte fundamental del proceso de comercialización está dado por las competencias y habilidades que tiene el personal de impulso para concretar el cierre de las ventas, sin embargo se evidencia que los controles, programas y medios de capacitación del personal son ineficientes y no logran el objetivo por el cual fueron creados, es por ello que se da a conocer la importancia de una comunicación efectiva, logrando mejores resultados en el desarrollo de los procesos, formando un talento humano más comprometido con las políticas organizacionales.
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la investigación. Segunda edición. Pearson educación México _ Pretice hall, 2006.</p> <p>BERNAL, Cesar y SIERRA, Dario. Proceso administrativo para las organizaciones del Siglo XXI. Pearson Prentice Hall, México 2008.</p> <p>GODET, Michel. De la anticipación a la acción. Manual de Prospectiva y Estrategia. Santa Fe de Bogotá. Alfaomega – Marcombo, 1999</p>