



# UNIVERSIDAD La Gran Colombia

Fundada en 1951



Organización certificada bajo: iso 9001 de 2008



# FORMULACION DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE FLORES CON DISEÑO EN EL MERCADO DE CATERING EN BOGOTÁ EN LA LOCALIDAD DE PUENTEARANDA



Johanna Milena Prieto Rodríguez  
milepto@hotmail.com



Dahiana Katerine Lozada Monrroy  
dahianalozada@hotmail.com



Libardo Salazar Jurado  
libardo\_jurado@hotmail.com





UNIVERSIDAD  
La Gran Colombia  
Fundada en 1951

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA





Flores con Diseño es una empresa que ejerce su actividad como figura de Persona Natural se constituyo en la ciudad de Neiva y vio la necesidad de ampliar su campo de actividad, tomando como mercado objetivo la ciudad de Bogotá. por lo que se hace necesario la formulación de estrategias de marketing que le permitan a la empresa promocionar y posicionarse en el servicio de catering ampliando su segmento de mercado.



UNIVERSIDAD  
La Gran Colombia  
Fundada en 1951

# PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y/O HIPÓTESIS







¿Cuáles estrategias de marketing se pueden formular para que la empresa “Flores con Diseño” incursione y se posicione en un nuevo mercado ofreciendo sus servicios de catering en la ciudad de Bogotá en la localidad de Puente Aranda?



# OBJETIVO GENERAL

Formular estrategias tendientes a que la empresa “Flores con Diseño” incursione en el mercado de Bogotá en la localidad de Puente Aranda generando posicionamiento en el servicio de catering a partir del segundo semestre del año 2017.





# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

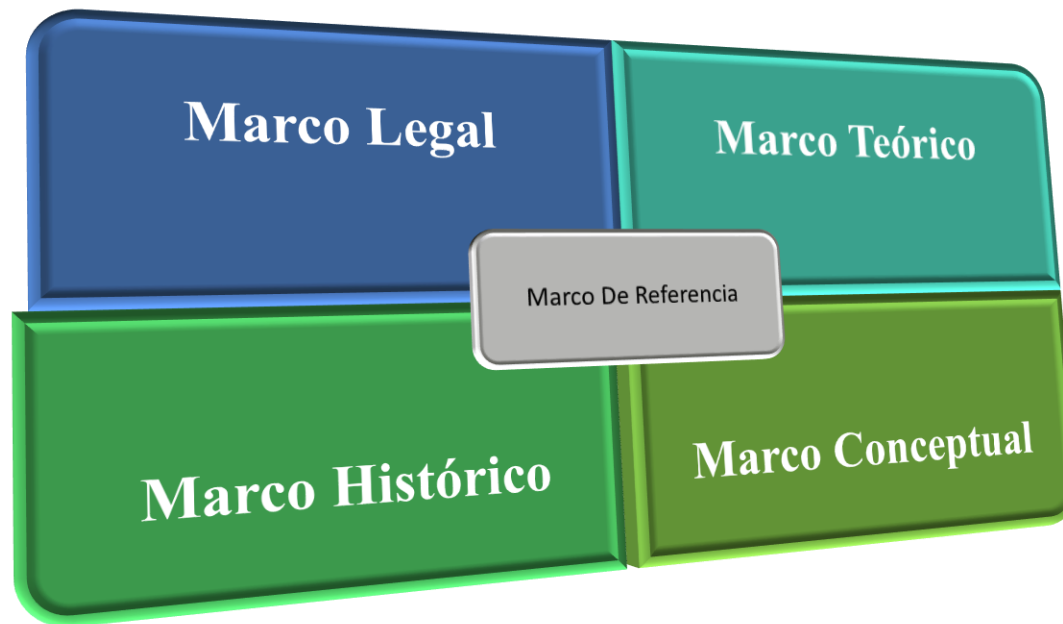
- Identificar las causas por las cuales el servicio de catering no se encuentra bien posicionado en el mercado de la ciudad de Bogotá en la localidad de Puente Aranda.
- Diseñar estrategias con las cuales se posicione el servicio de catering de la empresa “Flores con Diseño” en la localidad de Puente Aranda.
- Construir indicadores de gestión que permitan medir el proceso de las estrategias implementadas para el posicionamiento de la empresa de catering “Flores con Diseño”.







# REFERENTE TEÓRICOS





# MARCO TEÓRICO

Teoría de Donald W. Cowell y Kotler

La estrategia según Michael Porter

La estrategia según Robert Kaplan – David Norton

La teoría de la investigación de mercados Cowell

Formulación de estrategias Parmerrle



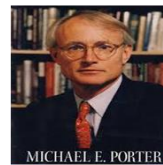
ALFRED DUPONT CHANDLER

1960



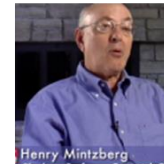
Henry Mintzberg

1970



MICHAEL E. PORTER

1980



Henry Mintzberg

1990



ROBERT KAPLAN

DAVID NORTON

2002





## MARCO CONCEPTUAL



Catering

Mercadeo

Análisis de demanda

Eventos empresariales

Calidad

Relaciones públicas



## MARCO HISTORICO

Nacimiento flores con diseño

Incursión en los servicios de catering





## MARCO LEGAL

Reforma tributaria (Ley 1607 de 2012)  
creó el impuesto nacional al consumo

Decreto 803 de 2013 contrato de catering

Decreto 803 de 2013 fomento cultura de  
emprendimiento





**TIPO DE ESTUDIO**

Descriptivo, analítico

**RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Se realizó un análisis de las necesidades de la empresa lo cual generó la necesidad de aplicar dos herramientas para obtener la información.

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Entrevista  
Encuesta





## PROCEDIMIENTO

### Entrevista

Se elaboro una entrevista donde se conocieron detalles generales de la empresa y las expectativas y necesidades de crecimiento de la misma

### Encuesta

Se diseña una encuesta sobre las necesidades de tres empresas en la ciudad de Bogotá, en cuanto a eventos sociales y empresariales se refiere, el cual será, en el que se describirán y analizarán datos estadísticos cuantitativos y cualitativos, buscando establecer la factibilidad para la incursión en el mercado.



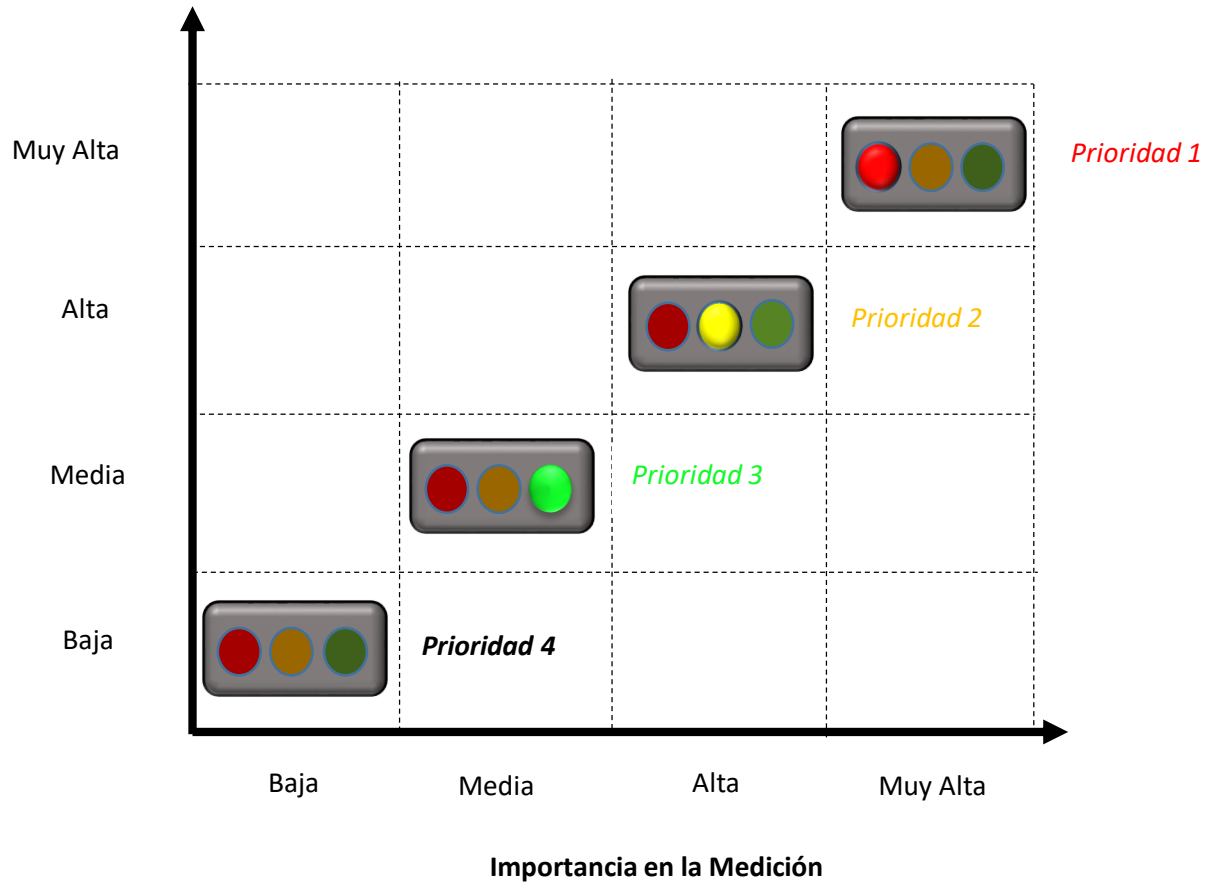


# Estrategias

- Cambio de nombre.
- Adaptación del portafolio de productos y servicios a la ciudad de Bogotá.
- Publicidad y posicionamiento.

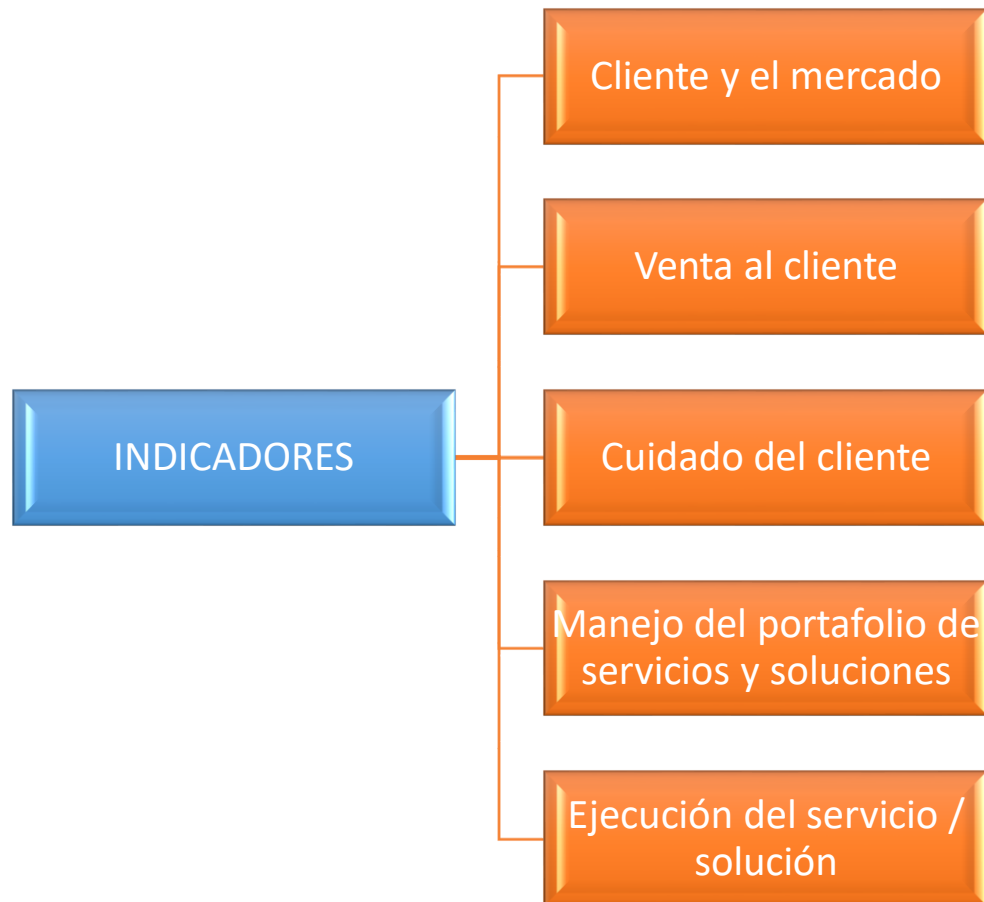


Importancia para la Toma de Decisiones





# INDICADORES DE GESTIÓN



# CONCLUSIONES

- Se puede concluir que la demanda del servicio de catering es bastante favorable y que las oportunidades que tiene la empresa Flores con Diseño de incursionar en este nuevo mercado son buenas y se beneficiará con su desarrollo y crecimiento en la ciudad de Bogotá iniciando con el ofrecimiento del servicio en estas tres empresas las cuales realizan con frecuencia eventos en los que utilizan este servicio.
- La cantidad de personal que se tendrá en cuenta para cada evento será establecida de acuerdo a la magnitud de este, teniendo como fijos al cheft quien es un recurso humano primordial en la prestación del servicio.
- Con el resultado de la investigación se pudo establecer que las empresas constituidas que ofrecen el servicio de catering en la ciudad de Bogotá tienen una participación del 9% lo que favorece a la empresa Flores con Diseño con una mayor oportunidad en la penetración del mercado.





# RECOMENDACIONES

Se puede evidenciar que Flores con Diseño tiene la posibilidad de crear un factor diferenciador basado en la creatividad, innovación y calidad de la prestación de los servicios de Catering, para incentivar la recordación de marca en los clientes.





UNIVERSIDAD  
La Gran Colombia  
Fundada en 1951

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS





- C, H. A. (2004). *Estrategias para el liderazgo corporativo*. Buenos Aires Argentina: Ediciones Granica S.A.
- Cowell, D. (1991). *Mercado de servicios*. Bogotá: Legis Editores S.A.
- Bogotá CB.COM. *Estadística-de-la-industria-de-eventos-en-colombia-una-imperante-necesidad*. (s.f.). Recuperado de: <http://www.bogotacb.com>
- Definiciones A,B,C. (2014). *¿Qué es marketing?* <http://definición.de.marketing>.
- Kotler, P. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales Primera Edición*. Mexico: Paidós Ibérica S.A.
- Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos*. México: Pearson Educación.
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la investigación*. Limusa. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=ZEJ7-0hmvhwC>
- Parmerrle, D. (1998). *Desarrollo Exitoso de las Estrategias de Marketing*. Barcelona, España: Ediciones Granica S.A.
- Saxena, R. (2009). *Marketing Management 4E*. México: McGraw-Hill Education (India) Pvt Limited. Recuperado a partir de <https://books.google.com.co/books?id=EvwTzu4IGhoC>
- Sociales, A. S. L. R. (2009, noviembre 11). Asojuntas puente aranda: las upz de nuestra localidad. Recuperado de: [http://asojuntas016adelante.blogspot.com.co/2009/11/blog-post\\_11.html](http://asojuntas016adelante.blogspot.com.co/2009/11/blog-post_11.html)
- Sesmero, C. J. (2010). *Servicio de catering*. España: Editorial Vértice.
- Wikiestudiantes. (2014). *Estrategía organizacional concepto y tipologías*. Recuperado de: <http://www.wikiestudiantes.org/estrategia-organizacional-concepto-y-tipologias/>.
- Wikipedia. (1985). *Cadena de valor*. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Cadena\\_de\\_valor](https://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor).
- Wikipedia. (2005). *Globalización*. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Globalizaci%C3%B3n>.
- Wikipedia. (2014). *Innovación*. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>.
- Wikipedia. (2015). *Mercado objetivo*. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado\\_objetivo](https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_objetivo)





UNIVERSIDAD  
La Gran Colombia

Fundada en 1951

**GRACIAS...!!!**





# UNIVERSIDAD La Gran Colombia

Fundada en 1951



ISO 9001: 2008  
BUREAU VERITAS  
Certification

NºCO 23957

