

Diseño de un plan estratégico para implementar en la empresa Berhlan de Colombia, y lograr que esta pueda captar clientes que permitan alcanzar la meta de expandirse a nivel nacional e internacional.

Otiana Olmos Gamarra

Juan Esteban Ríos Parra

Julio Cesar Sánchez Sánchez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas, y de Negocios

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

29 de diciembre de 2020

Diseño de un plan estratégico para implementar en la empresa Berhlan de Colombia, y lograr que esta pueda captar clientes que permitan alcanzar la meta de expandirse a nivel nacional e internacional.

Autores:

Otiana Olmos Gamarra

Juan Esteban Ríos Parra

Facultad de Ciencias Económicas y Contables

Nota del autor:

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Tecnólogo en gestión comercial y de negocios.

Agradecimientos

Estamos muy agradecidos con Dios primero que todo por concedernos el privilegio de estudiar esta tecnología, a nuestros padres por la vida y su gran apoyo durante todo el transcurrir de los tiempos; a nuestros hijos por su gran amor para con nosotros, existen personas muy valiosas que nos han apoyado en este proceso y que día a día nos fortalecen en las labores cotidianas, agradecer especialmente a la empresa de la cual pudimos extraer el contenido de este trabajo, y al asesor y docente encargado de este proceso por su apoyo. Muchas gracias y bendiciones para todos.

Resumen

Este trabajo se realizó con el objetivo de crear un plan estratégico para aplicarlo a la empresa Berhlan de Colombia y así ayudarle a esta, alcanzar sus metas propuestas desde sus inicios. Esta empresa lleva aproximadamente 17 años en el mercado de productos de aseo y desinfección, al paso del tiempo a tenido un principal desafío el cual consiste en conservar sus clientes y lograr que nuevas personas puedan adquirir sus productos, es por este motivo que hemos diseñado un plan estratégico para ayudarle a lograrlo. Se espera que a través de marketing digital pueda ser viable alcanzar esta meta.

Abstract

This work was carried out with the objective of creating a strategic plan to apply it to the company Berhlan de Colombia and thus help it achieve its proposed goals since its inception. This company has been in the market for cleaning and disinfection products for approximately 17 years, Over time it has had a main challenge which consists of keeping its customers and getting new people to buy its products, it is for this reason that we have designed a strategic plan to help you achieve it. It is expected that through digital marketing you can be feasible to achieve this goal.

Tabla de contenido

Agradecimientos.....	3
Resumen	4
Abstract	5
Introducción	8
Planteamiento del problema	9
Descripcion del problema.....	9
Formulación del problema.....	9
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos.....	10
Justificación.....	11
Delimitaciones.....	12
Espacial	12
Temporal	12
Marco referencial	13
Marco teórico	13
Marco conceptual	15
Metodología	17

Desarrollo objetivo especifico 1 17

Desarrollo objetivo especifico 2..... 20

Desarrollo objetivo especifico 3..... 22

Conclusiones24

Referentes bibliográficos..... 25

Introducción

El presente trabajo de proyecto aplicado se realizará para presentar el trabajo de grado y culminar los estudios realizados durante el periodo de 2015 a 2018 en el programa de tecnología en gestión comercial y de negocios. Dicho programa se realiza en la Universidad nacional abierta y a distancia UNAD.

La realización de dicho trabajo, busca diseñar estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos. El título de la propuesta se reflejara en páginas posteriores y es el objetivo general de este. El primer capítulo de este trabajo es la proyección de lo que se busca como primer objetivo específico, para crear conciencia de lo que hoy es una empresa en desarrollo.

Este trabajo es autoría de sus presentadores, reclamando el derecho de autor ante cualquier plagio. Inscrito en el Acuerdo 06 de 2008, Estatuto de Propiedad Intelectual de la UNAD, Artículo 39 referente a la cesión voluntaria y libre de los derechos de propiedad intelectual de los productos generados a partir de la presente propuesta. Asimismo, conocemos el contenido del Artículo 40 del mismo Acuerdo, relacionado con la autorización de uso del trabajo para fines de consulta y mención en los catálogos bibliográficos de la UNAD.

Planteamiento del problema

Descripción del problema

La empresa Berhlan de Colombia surgió hace aproximadamente unos 17 años, se ha mantenido como una empresa competidora en el mercado ,en la elaboración de productos de aseo ,desinfección y cosmética, a través de los años ha tenido un desafío el cual consiste en conservar sus clientes e incrementar sus niveles de ventas, esto ha causado que su gerente ejecutiva ,la señora Amanda María Álzate, cambie en distintos momentos a su personal administrativo, ya que ella considera que el problema radica en un mal manejo de la administración de sus negocios. Durante los 17 años han pasado por la oficina de gerencia de operaciones, seis especialistas en gerencia comercial y aun no se ha logrado la meta de expandir el negocio en el mercado nacional e internacional.

Se espera que este proyecto aplicado pueda ayudarnos a plantear estrategias de comercialización y toma de decisiones para alcanzar los objetivos propuestos.

Formulación del problema

Sera posible diseñar un plan estratégico para ayudar a la empresa Berhlan de Colombia, y que esta pueda alcanzar los objetivos propuestos en sus comienzos. La elaboración de un plan de medios nos permitirá alcanzar una mayor expansión del producto y mercado a nivel nacional e internacional?

Objetivos

Generales

Plantear una estrategia que le permita a la empresa Berhlan de Colombia la ampliación de la base de clientes actuales en la región donde tiene injerencia.

Diseñando un plan de contingencia que permita captar nuevos clientes ,y la permanencia de los que ya lo son.

Específicos

- Caracterizar la empresa Berhlan de Colombia desde su quehacer y funcionamiento
- Caracterizar el mercado donde opera y tiene injerencia Berhlan de Colombia
- Proponer acciones tendientes a incrementar la base de clientes actuales de Berhlan de Colombia.

Justificación

Teniendo en cuenta que la empresa Berhlan de Colombia, ha tenido un gran auge en la región cafetera de Colombia, ha generado mucho empleo a sus habitantes, es necesario realizar la investigación para así lograr la permanencia en el mercado y evitar que los clientes puedan retirar sus compras y prefieran a otros competidores que les ofrezcan un producto con una propuesta de valor mejor.

Cabe recalcar que la continua búsqueda de las organizaciones en mejorar cada vez más sus procesos y procedimientos para la efectiva prestación del servicio, hace que se convierta en fundamental la implementación de estrategias y herramientas para responder a los diferentes desafíos a los que se enfrentan las organizaciones, una de las estrategias de marketing que se utiliza en las empresas es la correcta publicidad en la cual no exista engaño al consumidor, y el implemento de tecnología que permita un excelente ejecución de los procesos productivos.

Delimitaciones

Espacial

Entre las distintas limitaciones que han sido obstáculo para realizar la investigación ,podemos mencionar el tiempo ya que en algunas ocasiones la falta de tiempo ,por contratiempos en el trabajo, las personas que brindan la información pertinente no llegan a la empresa para realizar las entrevistas y poder conocer más a fondo la problemática; en algunos momentos se encuentran viajando los ejecutivos ,y es complicado analizar las operaciones que se están llevando a cabo para solucionar la problemática. En ocasiones no se tienen los recursos suficientes para realizar las entrevistas y reunir el personal a capacitar para un mejor manejo de la toma de decisiones.

Temporal

En cuanto al tiempo algunas veces es complicado reunir al personal encargado de las ventas ya que se encuentran en otras capacitaciones con sus jefes inmediatos.

Marco referencial

Marco teórico

1- Definir el target de tu cliente- La etapa de estudio de mercado es posiblemente el inicio de toda estrategia con resultados para los comercios locales, conocer a nuestros potenciales clientes nos brinda la oportunidad de ofrecer realmente lo que ellos están buscando y con esto hacer frente o solucionar los problemas que ellos realmente buscan solucionar.

Muchas empresas o proveedores de servicios fallan en esta primera etapa, pues deben entender que su público objetivo no es todo el mundo; y tampoco no es un público generalista o muy amplio; cuando mas especifico sea el mercado al que nos dirigimos más posibilidades de tener éxito con nuestro negocio tenemos.

Por ejemplo en el caso de una tienda deportiva su mercado mas amplio podría ser dirigido a todas aquellas personas que realizan deportes en general, pero si trabajamos de manera mas especifica esta tienda podría estar dirigida solo a personas que practican ciertos deportes o a determinadas personas con un determinado perfil económico.

2- Segmentar nuestro mercado nos permite enfocarnos en un tipo de cliente mas específicos y de esta forma cumplir mucho mejor con sus expectativas. Para poder hacer esto es vital desarrollar acciones en la que podamos escuchar la voz del cliente, pues son ellos los que mejor nos pueden decir lo que quieren o necesitan.

La empresa en mención es una empresa que se preocupa por cumplirle al cliente e con un producto de gran calidad, sin defectos y a tiempo, este ha sido por años el eslogan de la compañía.

Para aquellos que operamos en ella ,la calidad es lo que cuenta. Se miden distintos estándares de calidad, los productos deben contener el peso correcto, el mejor etiquetado en sus envases y el embalaje debe ser con la mayor precisión.

El canal o la vía adecuada- Todo producto o servicio necesita llegar a sus potenciales clientes, en una palabra cumplir con el fin para el que ha sido desarrollado o creado; para ello existen diversos canales o medios, en estos momentos seguramente los mas adecuados están relacionados a estrategias o canales 360 grados, esto es fusionar acciones offline con lo online, que es donde la mayoría de nuestros potenciales clientes pasan gran parte de su tiempo.

El marketing y la publicidad son claves en esta etapa, el estudio de los medios o las mejores maneras de llegar a nuestro público objetivo nos dirán si podemos hacerlo por ejemplo a través de las redes sociales, diarios o revistas online, estrategias o publicidad en medios gráficos o impresos o radiales.

Marco conceptual

Estrategias comerciales: actos destinados a alcanzar metas previamente fijadas mediante la coordinación y encauzamiento de los recursos de la empresa. El propósito de la estrategia es el alcanzar una ventaja competitiva duradera que genere buena rentabilidad para la empresa .

Marketing: disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Tipos de cliente: cliente a aquella persona que solicita un bien o servicio a cambio de un pago. Esto quiere decir, que los clientes de una empresa son aquellos que contratan de forma ocasional o frecuente los servicios o productos que esta ofrece.

Cliente interno: cuando hablamos de cliente interno nos referimos a aquellos que intervienen en el desarrollo de nuestro producto o servicio. Son nuestros empleados, colaboradores y proveedores.

Cliente externo: los clientes externos son aquellos que pagan por obtener los bienes o servicios de la organización. A la hora de clasificarlos podemos dividirlos en distintos perfiles y tipología de clientes externos.

Mercado: un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto.

Plan de medios: Ésta estrategia es la que se define a través de un plan de medios que nos permite encontrar los mejores caminos para llegar a nuestro público. Es la manera correcta de diseñar estrategias para alcanzar los fines

Expansión: Es alcanzar las metas logrando que el producto y la compañía pueda ser reconocida por un cliente en mayor proporción.

Cliente Hipotético: Es el cliente que se ha estudiado por la compañía de acuerdo a sus necesidades, se conoce muy bien, su perfil es muy reconocido por el estudio del plan de medios.

Calidad: Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie. Calidad se refiere a lograr la excelencia y superioridad y así crear una propuesta de valor para captar mas clientes.

Psicología del consumidor: es el pensamiento y la actitud que toma el cliente ante un producto o servicio, lo que lo influye a adquirir el producto, muchas veces puede ser otro cliente quien lo refiere y lo invita a comprar de acuerdo a sus experiencias. Muchas veces la marca reconocida, el tipo de mercado.

Metodología

Presupuesto

Cronograma de actividades

Realizar entrevistas para conocer la forma como opera la planta productiva-

Diseñar estrategias que permitan solucionar la problemática.

Verificar que la información este correcta

Cronograma de actividades

Desarrollo objetivo específico 1

Capítulo I

Berhlan de Colombia

-Caracterizar la empresa Berhlan de Colombia desde su quehacer y funcionamiento teniendo en cuenta que la empresa Berhlan de Colombia, es una organización que se encuentra en funcionamiento, se busca realizar un historial de ella para crear conciencia de lo que como autores de este trabajo, estamos presentando ante los lectores. Motivo por el cual, en los siguientes párrafos se hará una reseña histórica de esta en mención.

Berhlan de Colombia es una empresa quindiana, dedicada desde 1999 a la fabricación y comercialización de productos de aseo, lavandería y cosméticos amigables con el medio ambiente, con rigurosas normas y controles de calidad. La idea de negocio surgió gracias a la señora Amanda Álzate Murillo, quien en sus inicios le surgió la idea de vender trapeadores y productos básicos para el aseo de los hogares de Armenia Quindío; sus inicios se dieron en la

ciudad de Armenia, en su lugar de residencia, vio la necesidad de estar cerca de sus dos hijas y a la vez ayudar a su esposo a sostener económicamente su familia.

La señora Amanda Álzate, es actualmente la gerente general de la compañía, y a su vez la representante legal. La empresa es una organización familiar, cuya finalidad es trabajar todos como familia tanto los miembros de esta (esposa, esposo, hijas...) hasta sus empleados, comprometidos en brindar calidad y buen servicio en la elaboración de sus productos, a todos sus clientes.

La empresa gracias al apoyo de grandes patrocinadores y entidades financieras, ha dado un giro 360°, lo que hace 18 años era una casa vendiendo trapeadores y límpido, ahora es una gran compañía que fabrica productos de aseo, lavandería y cosmética, cuenta con un aproximado de 600 empleados; tiene su principal planta de fabricación en la vía al Valle km 12 La Tebaida Quindío; y otras sucursales de comercialización en las ciudades de Medellín (HOME BE CLEAN POBLADO); Armenia (FLEXI EXPRESS S A S) y tiene la visión de crear una planta productiva en la ciudad de Barranquilla, Atlántico. Además la compañía tiene la visión de establecerse en el mercado internacional como una empresa líder en la elaboración de productos de aseo y cosmética.

La empresa fabrica y vende los siguientes productos:

En la línea de aseo se incluyen los detergentes para uso en lavadora, limpia pisos, lava loza en crema y líquido, desmanchadores de baldosas, limpiavidrios, lustradores de muebles, quitamanchas líquidos y en polvos, suavizantes de ropa. En su línea cosmética se incluyen los jabones de manos, jabones corporales, shampoo, acondicionadores, cremas de manos y gel antibacterial.

Más de 60 empresas nacionales e internacionales confían en Berhlan

Berhlan de Colombia desarrolla productos para ser comercializados bajo marca propia o marca privada a todas aquellas empresas que deseen diversificar sus servicios, de acuerdo con las necesidades o requerimientos del mercado.

Nuestro portafolio tiene un rango muy amplio de productos que pueden ser de interés a otras empresas que quieran incursionar en el desarrollo de productos amables con el medio ambiente. Actualmente, realizamos maquila a más de 60 empresas a nivel nacional e internacional.

Brindamos la oportunidad a nuestros clientes de adquirir un amplio portafolio de productos rentables y adaptados a las necesidades del mercado al que se dirige.

La compañía vende sus productos a diferentes clientes, entre los más reconocidos está el grupo empresarial Jerónimo Martins quienes hoy día son los propietarios de supermercados ARA, otro cliente es tiendas D1 muy reconocidas en la región del eje cafetero. Además la empresa atiende diferentes superficies como supermercados, superetes, multiniveles, ventas por catálogo, distribuidores, mayoristas y TAT (tiendas)...

Entre sus principales proveedores están: Pelpak s a, quimpac de colombia s a, tecnisoftware s a s, cartones América s a came, conquímica S A. Los mencionados anteriormente son quienes surten a la empresa de todos los insumos necesarios para su proceso productivo. La empresa tiene la necesidad de utilizar envases, tapas, cajas, etiquetas, de la más alta calidad.

La empresa es importadora de materia prima para la elaboración de sus productos entre sus principales componentes químicos esta Dimetil fosfito, cuyo país de exportación es China.

Entre sus principales competidores se destacan la compañía Constelación Industrial del Aseo Ltda. con su marca ORION, es una Compañía 100% colombiana, que nació de la unión y el emprendimiento de un Ingeniero Químico y un Médico General hace veinte (20) años. Industrias LA Victoria, ubicadas en Cr68 A 39 I 55 S Bogotá - Distrito Capital, dedicadas a la elaboración de jabones y detergentes.

Entre sus valores corporativos la empresa Berhlan de Colombia se caracteriza por ser una compañía comprometida con el desarrollo humano, los empleados de BERHLAN realizan sus actividades basadas en los siguientes valores:

Pasión: Es amar lo que hacemos, demostrar esmero y dedicación en cada acto.

Compromiso: Hacer bien las cosas con una actitud positiva para responder a las necesidades de nuestros clientes.

Trabajo en equipo: Es fomentar la participación de todos para alcanzar los objetivos y metas en común. “La unión hace la fuerza”.

Servicio al cliente: Es nuestra razón de ser, “Servir” con plena disposición y entrega, generando permanencia en el mercado

Concluimos en este capítulo de presentación de la empresa Berhlan de Colombia, que la mayor propuesta de valor hacia sus clientes es: Entregar un producto a tiempo, sin defectos y de gran calidad.

Para emprender un negocio solo se necesita voluntad, ánimo y una idea innovadora, tener claridad en la visión y misión de la organización a crear es lo más importante.

Desarrollo objetivo específico 2

- Caracterizar el mercado donde opera y tiene injerencia Berhlan de Colombia.

La empresa en mención es una compañía encargada de fabricar productos para diferentes tipos de clientes, van desde los internos que somos sus empleados como los externos quienes compran un producto al por mayor, este segundo cliente es un maquilador en el cual Berhlan se inspira para fabricar y brindar la mejor calidad.

Refiriéndonos a este cliente externo daremos un ejemplo de quienes compran en la compañía:

El grupo Jerónimo Martins (Supermercados ARA) : Es un cliente muy comprometido con sus clientes al por menor(el consumidor final)este cliente cada tres meses realiza auditoria en Berhlan para así analizar las falencias que pueden estar surgiendo en el proceso productivo, éste cliente al momento de encargar sus productos ,requiere un espacio de tiempo muy corto(dos días para la entrega),además es muy exigente con la presentación (proceso de etiquetado) y embalaje del producto.

Otro cliente es supermercados Justo y bueno (Mercaderías)es un cliente que adquiere productos de calidad pero a un bajo costo para ofrecerlos a los clientes de escasos recursos .

Actualmente la empresa está en constante búsqueda de nuevos clientes, es por esta razón que está estableciendo un nuevo mercado en la región del Valle del cauca (Puerto tejada), su objetivo es crear la planta que actualmente progresa en el eje cafetero.

Berhlan diseña un producto para todo tipo de clientes desde los de una mejor condición económica hasta los de un bajo recurso económico. Todo aquel que tenga la capacidad económica y se pueda inscribir en cámara de comercio y quiera diseñar su propia marca, Berhlan lo apoya para elaborar su producto.

Berhlan tiene también su propia marca ,son productos de muy buena calidad que se venden a clientes al por menor a un precio moderado ,en sus almacenes del eje

cafetero ,Bogotá Y Medellín.Así mismo la empresa aspira que para el año 2019 sus productos se conozcan en la costa Caribe y el oriente de Colombia.

Hospitales, supermercados, almacenes de cadena son sus principales clientes, pero en realidad ellos venden sus productos a los clientes minoristas (nosotros) todos aquellos que día día queremos ver nuestros hogares limpios, cocinas y ropa con un gran aroma.

Desarrollo objetivo específico 3

- Proponer acciones tendientes a incrementar la base de clientes actuales de Berhlan de Colombia.

Teniendo en cuenta los objetivos analizados y la justificación del trabajo, nosotros proponemos acciones pertinentes al caso de investigación; entre estas acciones se puede diseñar un plan estratégico que consiste en innovar en la publicidad de la compañía.

Crear diferentes ofertas de productos de acuerdo al tipo de cliente, analizar sus características y necesidades, para así satisfacerlo.

Estrategias de marketing sobre posicionamiento

El posicionamiento de marca es el espacio que el producto ocupa en la mente de los consumidores respecto de sus competidores. Para establecer correctamente nuestra estrategia de posicionamiento debemos tener en cuenta ciertos aspectos como saber los atributos que aportan valor a los consumidores, nuestro posicionamiento actual y el de nuestra competencia o el posicionamiento al que aspiramos y su viabilidad.

Las principales estrategias de marketing sobre posicionamiento de marca son:

Beneficio: esta estrategia se basa en posicionar el producto por el beneficio que ofrece.

Calidad/Precio: ofrecer la mayor calidad posible a un precio competitivo o posicionarse por precios altos o por precios bajos.

Atributos: se trata de posicionar el producto por los atributos que ofrece. Si intentas posicionar varios atributos será más complicado, puesto que pierdes efectividad.

Uso/Aplicación: otra opción es posicionarse en base al uso o la aplicación que se le puede dar al producto.

Categorías: posiciónate como líder en una categoría de productos.

Competidor: comparar nuestros atributos con los de otros competidores es un clásico en productos como detergentes, dentífricos, etc.

Una estrategia funcional que permita distribuir los productos en menor tiempo logrando así que el cliente quede satisfecho y pueda realizar devoluciones a tiempo.

Implementando una nueva compra de vehículos y adquiriendo más personal de distribución.

Arrendar mas locales para el funcionamiento de los almacenes de marca propia, así se daría más a conocer el producto propio de calidad que allí se elabora.

Conclusiones

Concluimos en este capítulo de presentación de la empresa Berhlan de Colombia, que la mayor propuesta de valor hacia sus clientes es” Entregar un producto a tiempo, sin defectos y de gran calidad”

Para emprender un negocio solo se necesita voluntad, ánimo y una idea innovadora, tener claridad en la visión y misión de la organización a crear es, lo más importante.

Todo negocio tiene desafíos, oportunidades, fortalezas, amenazas, pero con el trabajo en equipo se puede lograr las metas propuestas.

Atraer a nuevos clientes, y realizar más ventas, fueron los máximos desafíos entre los propietarios de pequeñas empresas en Estados Unidos. Lo es el mundo entero, lo importante es diseñar estrategias que busquen perfeccionar el producto y posicionarlo en el mercado.

Referencias

Maquilas. Berhlan. Recuperado el día 10 de octubre de 2018 de

<https://berhlan.com/maquilas/>

Quienes somos. Berhlan. Recuperado el día 10 de octubre de 2018 de

<https://berhlan.com/compania/>

Russián, T. (05 de octubre de 2009). Como plantear el problema. Slideshare.

<https://es.slideshare.net/taniarussian/como-realizar-el-planteamiento-del-problema>