

Bogotá, D.C. 23 / 05 / 2023

Señores

Sistema Nacional de Bibliotecas

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior Ciudad

Los suscritos:

Nicolás Andrés Florez Calderón

C.C. No. 1006130599

En calidad de autor (es) del trabajo de grado Título del trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Título al que opta el autor, autorizo (autorizamos) al Sistema Nacional de Bibliotecas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, hacer uso académico-investigativo del presente trabajo de grado y su publicación en la web, teniendo en cuenta que en cualquier caso su finalidad será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, enseñanza e investigación.

Lo anterior teniendo en cuenta lo siguiente:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)
1. La conservación, preservación y almacenamiento de ejemplares de trabajos y/o proyectos de investigación
2. La consulta electrónica
3. La reproducción por cualquier formato.
4. La difusión pública por medio electrónico y/o físico, así como su visibilidad en internet.

De conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento.

Para constancia se firma el presente documento en Ibagué (Tolima), a los 24 días del mes de mayo de 2023.


ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

NICOLAS ANDRES FLOREZ CALDERON
CC. 1006130599

NOTA: El autor certifica que conoce las derivadas jurídicas que se generan en **aplicación de los principios del derecho de autor.**


CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO

ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior	FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACION	CÓDIGO: IPA-FO28
		VERSIÓN: 00
		Nº DE PÁGINAS: 3

TÍTULO COMPLETO			
Vaniagraz, plan estratégico de marketing para la comercialización del jugo de agraz en la ciudad de Ibagué.			
SUBTÍTULO SI LO TIENE			
AUTOR / AUTORES			
Apellidos completos		Nombres Completos	
FLOREZ CALDERÓN		NICOLÁS ANDRÉS	
DIRECTOR(ES) DEL TRABAJO O PROYECTO			
Apellidos completos		Nombres Completos	
ORTIZ GORDILLO		ANDRÉS FELIPE	
ESCUELA			
PROGRAMA BELLAS ARTES			
PROGRAMA ACADÉMICO			
TIPO DE PROGRAMA			
<input type="radio"/> Técnico	<input type="radio"/> Tecnólogo	<input checked="" type="radio"/> Profesional	<input type="radio"/> Otro ¿Cuál?
Nombre del programa académico			
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO			
Nombres y apellidos del director del programa académico			
Zayra Arias P. (líder ECBA)			
TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:			
PROFESIONAL			
PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser laureadas o tener una mención)			
Haga clic aquí para escribir texto.			
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACION	NUMERO DE PÁGINAS	
IBAGUÉ, TOLIMA	2023	15	
TIPO DE ILUSTRACIONES			
<input type="checkbox"/> Dibujos	<input type="checkbox"/> Pinturas	<input checked="" type="checkbox"/> Tablas, gráficos y diagramas	<input type="checkbox"/> Planos
		<input type="checkbox"/> Mapas	<input type="checkbox"/> Fotografía
<input type="checkbox"/> Partituras			
SOFTWARE REQUERIDO O ESPECIALIZADO PARA LA LECTURA DEL DOCUMENTO			

ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior	FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACION	CÓDIGO: IPA-FO28
		VERSIÓN: 00
		Nº DE PÁGINAS: 3

Nota: En caso que el software no se encuentre licenciado por la Institución a través de la biblioteca (previa consulta al estudiante), el texto de la tesis o trabajo de grado quedará solamente en formato PDF.)

Formato word y pdf.

TIPO DE ILUSTRACIONES

TIPO	DURACIÓN (Minutos)	CANTIDAD	FORMATO Y / O MEDIO
<input type="checkbox"/> Audio	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir
<input type="checkbox"/> Video	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir
<input type="checkbox"/> Multimedia	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir

DESCRPTORES O PALABRAS CLAVE

Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con el Sistema Nacional de Bibliotecas en el correo biblioteca@cun.edu.co, donde se les orientará)

Palabras clave: Marketing, agraz, plan estratégico.

RESUMEN DEL CONTENIDO

La idea de este proyecto es comercializar el jugo de agraz en la ciudad de Ibagué, para esto tuvimos que indagar sobre cómo se le debe llegar a la gente de manera adecuada por los diferentes medios de comunicación y también se estudiaron las nuevas estrategias que se utilizan para así mismo irnos adaptando a la nueva era de la tecnología, actualmente llamada marketing esto hace que la organización obtenga clientes directos, se tienen en cuenta las propiedades que contiene la fruta agraz haciéndole llegar la información a las personas y persuadiéndolas para que consuman el producto y en su mente quieran compartir con su entorno la agradable experiencia que vivieron al probar el jugo, también se utilizan diferentes técnicas como la psicología del color para llamar la atención de los clientes y posibles compradores

CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO

Vaniagraz, plan estratégico de marketing para la comercialización del jugo de agraz en la ciudad de Ibagué.

Vaniagraz, strategic marketing plan for the commercialization of agraz juice in the city of Ibagué.

Autor

Nicolás Andrés Florez Calderón

Resumen

La idea de este proyecto es comercializar el jugo de agraz en la ciudad de Ibagué, para esto tuvimos que indagar sobre cómo se le debe llegar a la gente de manera adecuada por los diferentes medios de comunicación y también se estudiaron las nuevas estrategias que se utilizan para así mismo irnos adaptando a la nueva era de la tecnología, actualmente llamada marketing esto hace que la organización obtenga clientes directos, se tienen en cuenta las propiedades que contiene la fruta agraz haciéndole llegar la información a las personas y persuadiéndolas para que consuman el producto y en su mente quieran compartir con su entorno la agradable experiencia que vivieron al probar el jugo , también se utilizan diferentes técnicas como la psicología del color para llamar la atención de los clientes y posibles compradores, con esta técnica lo que se quiere lograr es que cada vez que vean algo relacionado con nuestro producto lo asocien de manera positiva y haga que el consumidor tome acciones como compra del producto beneficiando de esta forma la organización.

Consultamos a personas jóvenes para darnos cuenta que el jugo podría ser comercializado arrojándonos resultados bastante positivos para seguir con este emprendimiento.

Palabras clave: Marketing, agraz, plan estratégico.

Abstract

The idea of this project is to market the agraz juice in the city of Ibagué, for this we had to inquire about how to reach people properly through the different media and the new strategies used were also studied. In order to adapt to the new era of technology, currently called marketing, this makes the organization obtain direct clients, taking into account the properties contained in the sour fruit, sending information to people and persuading them to consume the product. and in their mind they want to share with their environment the pleasant experience that they lived when trying the juice, different techniques such as color psychology and neuromarketing are also used to attract the attention of customers and potential buyers, with this technique what is wanted To achieve is that every time they see something related to our product, they associate it in a positive way and make the consumer take actions such as purchasing the product, thus benefiting the organization. We consulted young people to realize that the juice could be commercialized, yielding quite positive results to continue with this venture.

Keywords: Marketing, agraz, strategic plan.

1. Introducción:

El plan de marketing para un producto de jugo en la ciudad de Ibagué debe incluir un análisis detallado del mercado, el público objetivo y la competencia. Los siguientes son algunos puntos clave a considerar al desarrollar una buena investigación:

Resumen ejecutivo: proporciona una descripción general del plan de marketing, incluido el producto, el mercado objetivo y los objetivos clave.

Información de la empresa: esta sección debe proporcionar información general sobre la empresa, incluida su misión, historia y estructura organizativa.

Análisis de mercado: Incluye un análisis del mercado, incluidas las tendencias, el potencial de crecimiento y la competencia.

Mercado objetivo: identifica el mercado objetivo para el producto, incluidas las características demográficas.

Mezcla de marketing: describir la estrategia de precios, los canales de distribución y las actividades promocionales.

En general, un plan estratégico exitoso para un producto en este caso el jugo de agraz debe basarse en una comprensión profunda del mercado y del público objetivo, así como en una mezcla de marketing bien definida que comunique de manera efectiva los beneficios únicos del producto a los consumidores.

2. MARCO TEÓRICO o REFERENCIAL

Marketing:

Surgimiento del marketing

El término Marketing, se menciona por primera vez en la Universidad de Michigan en los Estados Unidos a comienzos de Siglo XX y el primer artículo sobre Marketing llamado “Algunos problemas en el mercado de distribución” aparece en 1912 bajo la autoría de Arch Wilkinson Shaw.

La historia del marketing se remonta a los inicios de las relaciones sociales. Con el sedentarismo y la aparición de la agricultura y la ganadería empezó la era del comercio y la necesidad de ofrecer y vender productos ha llegado hasta la irrupción digital que vivimos en la actualidad.

Para poder entender de qué se trata el marketing debemos de conocer diferentes factores, debido a que esta palabra embarca un sinnúmero de elementos que nos ayudaran a mejorar y establecer de manera más adecuada nuestra marca o entidad a la que trabajemos, por lo tanto, a continuación, se da a conocer: el surgimiento del marketing, qué es el marketing, tipos de marketing y la importancia del marketing.

¿Qué es?

El marketing o también llamado mercadotecnia se puede decir que son un conjunto de actividades que conllevan diferentes procesos para poder crear y poder comunicar los valores de la marca, identificando y satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Es la técnica que se utiliza para mejorar la comercialización de un producto esto se resume en exploración, creación y entrega. No podemos ocultar que en la actualidad para llegarle a las personas está el internet, por lo tanto, usar este tipo de mercado nos permitirá ofrecer de manera más eficaz el producto, al utilizar este medio en el que muchos usuarios entran lo que se realizará es crear tendencias diferentes frente a competidores, implementado diferentes redes sociales para

poder llegar a todo público y que al momento de utilizar estas plataformas se puedan obtener estos buenos resultados, por lo tanto para lograrlo se debe seguir algunos pasos a largo plazo como lo son:

- Análisis de situación

El Análisis Situacional es un método que nos permite examinar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos determinando así las distintas estrategias que se pondrán en práctica.

- Objetivos de marketing

Es una meta que se va a plantear y así mismo se hará todo lo posible por cumplirla para favorecer la empresa tanto en ventas como en posicionamiento.

- Posicionamiento de marca

Podríamos afirmar que el posicionamiento es el lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor al pensar en un producto o servicio.

- Diseño

Es la búsqueda en mejorar e innovar la manera en que se le llega a los consumidores, de manera visual, llamando la atención y logrando una identidad del producto.

- Instrumentos necesarios

Existen unas herramientas que nos facilitan las tareas y además a identificar quienes son nuestros competidores directos, de donde vienen nuestros clientes, así mismo hay unos elementos que nos facilitan los diseños relacionados con nuestro producto.

¿Tipos de Marketing?

Existen diferentes tipos de marketing que se adaptan dependiendo lo que se quiera lograr

- Marketing digital u online

Se basa en trasladar la publicidad de los medios tradicionales a diferentes páginas web.

- Marketing tradicional

Esta lo que realiza es un conjunto de acciones promocionales que se ponen en práctica en el mundo físico.

- Inbound marketing

Consiste en la elaboración de contenidos que van a ser difundidos por una amplia variedad de canales.

- Marketing de contenidos

Se basa en reunir todo aquel contenido en páginas web u otras plataformas, haciendo de esta manera que al compartirlo los usuarios de internet conozcan diferentes productos y escojan el que mejor se adapte a su necesidad.

- Marketing en redes sociales

Se realiza por medio de las redes como puede ser Facebook, Twitter, entre otros, son páginas que se utilizan con frecuencia lo que ayuda a obtener más fácil la captación del consumidor.

- Email marketing

Esta estrategia se utiliza por medio de los emails de personas que se han suscrito a alguna página, con el fin de enviar un email anunciándoles una nueva marca o promoción de los productos.

- Marketing de afiliados

Se realiza con los afiliados de la entidad, en el cual al realizar ventas por diferentes medios tengan una ganancia.

- Marketing verde

Es un marketing el cual se basa en productos ecológicos, la cual ayuden al medio ambiente.

- Influencer marketing

Este marketing va entrelazado con el de las redes sociales, debido a que se realiza una influencia de los productos por medio de diferentes rede para obtener una cantidad en su mayoría elevada de alcance.

- Marketing deportivo

Se realiza para todos los tipos de deporte, este tiene su espacio de marketing en diferentes plataformas.

Importancia del marketing

La importancia que tiene en un emprendimiento es bastante elevada, debido a que el marketing contribuirá en hacer crecer el negocio, tanto interno como eterno, esta también se basa en el potencial que existe en cada una de las técnicas y de toda la estrategia que esta conlleva detrás.

El neuromarketing:

Se basa en las diferentes alternativas que se van a utilizar para provocar reacciones en los consumidores, tanto en el momento en el proceso de la toma de decisiones del consumidor, posibles consumidores y compradores, por ejemplo en Vaniagraz lo que se busca es que la experiencia para el usuario sea más satisfactoria, se podría decir que buscamos “entrar en la mente del consumidor” sabiendo de esta manera que es lo que le gusta al cliente, saber sus necesidades, y de esta manera poder adaptarlas a el producto y a las estrategias de marketing para poder crear esa fidelización.

Psicología del color:

Este campo se encarga de demostrar que los seres humanos pueden ser influenciados al observar un color, lo que quiere decir que al verlo este le transmite alguna clase de sensación o emoción, transmitiendo de esta manera en algunos un significado que se asocie con la tonalidad que están viendo.

Esto puede ser influenciado también por diferentes factores, como son la educación, la identidad, la cultura, entre otros.

De esta manera nos enfocamos en estos rasgos para escoger los colores que se van a utilizar en el emprendimiento y como estrategia de marketing, debido a que al saberla utilizar se va a optimizar la identidad visual de la marca, captando la atención del cliente, y mejorando la experiencia del usuario al ser agradable a la vista.

Plan estratégico

Todo emprendimiento o empresa necesita de un plan estratégico para poder lograr sus objetivos, estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo, para alcanzar estas metas se deben conocer algunos conceptos y elementos como lo son:

¿Qué es?

Un plan estratégico es como su nombre lo indica un plan estratégico con diferentes métodos para poder alcanzar la meta que se tenga o lo que se quiera lograr.

En este caso para la empresa este plan define todo aquello que se quiere conseguir, para hacer esto posible se deben tener en cuenta los objetivos, las características y demás.

Elementos de plan de marketing para la empresa

- Distribución
- Presupuesto

- Producto
- Promoción
- Posicionamiento

¿Qué vínculo tiene el plan estratégico con el marketing?

El vínculo que tienen es que en este caso el plan estratégico de mercadotecnia encamina la dirección hacia la que se debe orientar los esfuerzos de la empresa para tener un mayor impacto y valor, el plan estratégico va entrelazado con el marketing debido a que este nos ayuda a facilitar la toma de decisiones y disminuir riesgos e el mercado, ya que estos mantienen en constantes cambios.

Agraz

El agraz es una fruta antioxidante la cual contiene una cantidad de beneficios para la salud, este fruto no es muy conocido por los ibaguereños, por lo tanto, lo que se dará a conocer a continuación es la información necesaria para que las diferentes personas puedan conocer más sobre el Agraz.

¿Qué es?

El agraz silvestre o llamado también mortiño, es una fruta la cual es conocida por su alto contenido de antioxidantes y su uso beneficio en enfermedades inmunológicas.

¿Para qué sirve?

- El principal beneficio que tiene esta fruta es el antioxidante.
- Se han encontrado sustancias que protegen la célula.
- Fortalece el sistema inmunológico.
- Ayuda a desintoxicar le cuerpo
- Previene infecciones urinarias.
- Alivia síntomas de estreñimiento
- Regula los niveles de azúcar en la sangre.

Propiedades del agraz

Composición nutricional El género Vaccinium posee frutos que tienen un valor calórico de aproximadamente 84 kcal / 100 g.

Éstos están compuestos principalmente de agua en un 80% a 90%, sus compuestos sólidos están presentes hasta en un 20%, los cuales son proteínas, carbohidratos y en menor proporción lípidos.

Contiene vitaminas como niacina (B3 o PP), tiamina (B1) y ácido ascórbico (C). Posee también los minerales hierro y calcio.

Según (Jacqueline Barona A.), Bacterióloga, MSc., PhD. Ciencias Nutricionales perteneciente al grupo de investigación y profesora de la Escuela de Microbiología señala que, “aunque se han reportado estudios sobre este fruto y sus propiedades, no se ha estudiado hasta el momento el efecto directo que el mortiño tiene en los humanos, la idea es consumir y evaluar de forma controlada este fruto por sus propiedades antioxidantes, para analizar qué efectos tiene en las personas”. (Corporación, s.f.)

Una porción (100gr) de agraz proporciona 7% del valor diario de fibra soluble recomendado. La fibra soluble ayuda a bajar el colesterol, promueve la buena digestión y la salud intestinal. El valor diario de fibra soluble recomendado para las mujeres es 25 gramos, mientras que para los hombres es 38 gramos.

El fruto Agraz en Colombia según Investigadores del Laboratorio de la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín a raíz de un estudio determina que el agraz o mortiño se puede considerar como una fruta rica en compuestos polifenólicos que tienen la propiedad de ser colorantes y antioxidantes y que además son estructuras protectoras de la salud. (Gaviria, 2009)

En el Tolima, “Diagnóstico de salud pública del municipio Ibagué-Tolima 2004-2005”, se observa que, dentro de las primeras causas de mortalidad, entre los 45 y 59 años y 60-69 años en 1999, se encuentran, en primer lugar, las enfermedades isquémicas del corazón, seguidas de la diabetes mellitus y las enfermedades cerebrovasculares.

Éste fruto también es bueno como tónico en caso de inapetencia y agotamiento, así como en la convalecencia de enfermedades debilitantes e infecciosas.

Lo que destaca más del agraz es su contenido de polifenoles como la antocianina que le dan un poderoso efecto antioxidante, superior a cualquier otra fruta tropical. Los antioxidantes son de gran ayuda a la hora de combatir los radicales libres derivados de la oxidación celular.

Marketing aplicado a la marca Vaniagraz

La marca se puede identificar gracias a la psicología del color aplicada en el logo.

Morado: (Agraz): El cual representa poder y lujo

Blanco: Lo primero en lo que pensamos al ver este color es paz, tranquilidad, además también se busca reflejar un producto limpio y refrescante.

Verde: Este está ligado a la naturaleza y salud.

Envase:

El envase tendrá las mismas características del logo y sus respectivos colores, pero este será un recipiente 100% biodegradable lo que quiere decir que es totalmente ecológico, para así mismo aportarle un grano de arena a nuestro medio ambiente, haciendo de esta forma que al público se interese más por conocer el producto, de esta misma forma se le agregará los valores nutricionales y registro sanitario.

Objetivos en nuestro marketing:

Hacer que en la mayoría del tiempo los usuarios o clientes estén informados del producto, iniciando por la existencia del emprendimiento y dejar claro los beneficios, se tiene planeado lograr que los consumidores de una manera favorable, haciendo que al interactuar con diferente tipo de información el producto quede reflejado en sus mentes y esto incite a que quieran conocerlo o comprarlo.

Publicidad:

Se usarán todos los medios de comunicación locales para llegar a más clientes; estos medios son:

- Cuñas radiales
- Revistas
- Periódicos
- Incentivos

3. Metodología

Tipo de investigación

Se realizará una investigación descriptiva como su nombre lo indica para describir las características de una población en específico, buscando los rasgos o las clasificaciones que más se adecuen a nuestro producto que es el jugo de agraz. Gracias a este tipo de investigación sabremos con certeza quienes serán los clientes y conocer si vamos por el camino adecuado con los análisis recolectados.

Según Guevara et al., “El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (2020, p. 171).

Enfoque de investigación

El enfoque de esta investigación es cuantitativo ya que ésta recolecta datos numéricos generando resultados sencillos y efectivos para un emprendimiento como Vaniagraz.

Según Sampieri (2014), una investigación bajo el enfoque cuantitativo, busca describir, explicar, comprobar y predecir los fenómenos (causalidad), generar y probar teorías.

Estrategia de sistematización y análisis de información

Las encuestas nos facilitan la recolección de datos para verificar la aprobación de nuestro producto, por lo tanto, realizamos este sondeo a 50 personas de la corporación unificada nacional de educación superior (CUN) rondando las edades entre los 17 a 35 años, preguntándoles si en realidad consumirían nuestro producto y cuál es su percepción frente a la imagen del producto.

Población

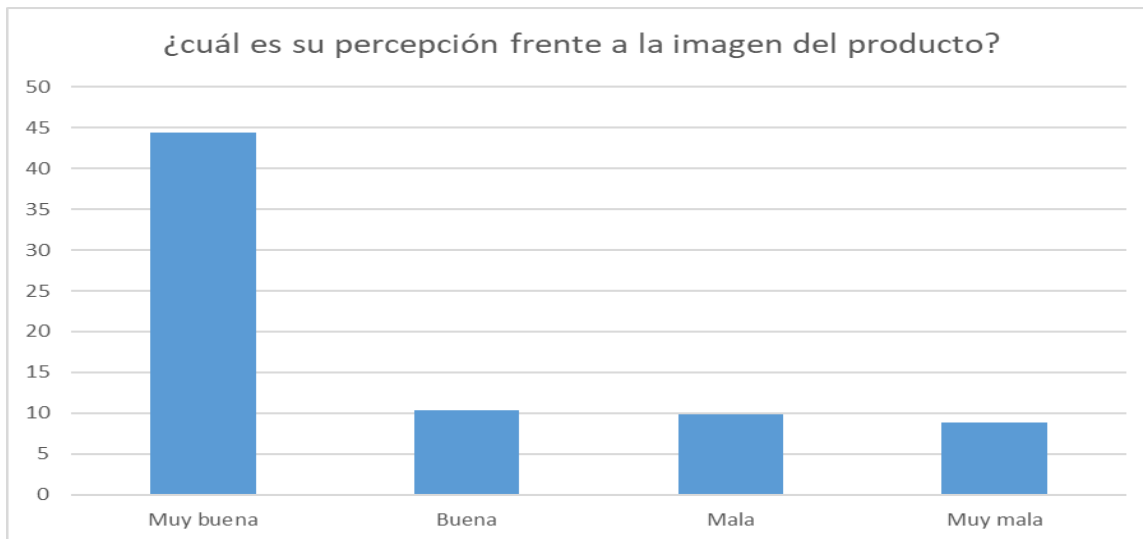
La población a la que va dirigida nuestro producto Vaniagraz es a todos los habitantes ibaguereños, en especial a quienes quieren mejorar su sistema inmunológico, así mismo se hizo un sondeo de adaptabilidad del producto en los estudiantes de la universidad CUN en la cual se obtuvo una aprobación de 44 de las 50 personas consultadas (90%).

4. Resultados

Para poder obtener las derivaciones requeridas se realizan diferentes métodos para la recolección de datos, en este apartado se presentan los resultados obtenidos mediante la metodología utilizada para darle fin a esta investigación.



Los datos que se recogieron están representados en la metodología y también por medio de un cuestionario realizado en la universidad CUN, de esta manera nos arrojó estadísticas bastantes concretas, dejándonos en claro que el producto es de un gran agrado para las personas que degustaron el jugo de agraz, destacando un 90% de aprobación después de los análisis realizados.



40

4

5

1

Logo

Para definir nuestro logo se realizó primero un análisis sobre la psicología del color para poder aplicarlos en la empresa, se realizaron dos logos que nos identificarían y uno que no debido a sus colores, el logo que se escogió para que nos represente fue determinado gracias a una encuesta que se realizo a personas de la universidad CUN y este tuvo la mayor aprobación.

Logo que nos va a representar



Segunda opción de logo que se presento la cual fue descartada



5. Discusión

El marketing fue nuestra principal estrategia y herramienta, facilitando el proceso para saber cuáles son las principales necesidades de nuestro emprendimiento, resaltando que de esta manera de estudiar el mercado es muy moderna y llama la atención de las personas más jóvenes y creando la posibilidad de atraer clientes de diferentes partes, de esta manera entrando en la mente de nuestros consumidores para crear la imagen adecuada y hacerlos sentir parte de la marca.

Se utilizó para Vaniagraz el método del marketing y también la psicología del color, con estos dos factores tan importantes lo que logramos fue adaptar la estrategia de marketing para llegar a todo tipo de público y así mismo el identificar cuales necesidades son las que tienen los clientes.

Se pudo también determinar por medio del marco teórico de una manera más clara las diferentes perspectivas que se tiene por el fruto agraz, arrojándonos de esta manera algunas preguntas que nos hicieron realizar investigaciones que a su medida fueron arrojando el gran valor de vitaminas y componentes que tiene la fruta agraz, en el cual se determinó que al consumirlo tiene una gran adaptabilidad al mejor el sistema inmunológico de las personas.

Así mismo se pudo identificar que este alimento es para todo tipo de personas el cual no causa ninguna alteración negativa, sino que antes tuvo una aprobación de un 90% en las personas, el 10% que no tuvo dicha aprobación fue solo debidamente a que esta fruta no era de su gusto.

6. Conclusión

El marketing es fundamental para comercializar un producto de manera eficaz. Para el caso del jugo de agraz, se deben seguir pasos específicos para lograr una estrategia de marketing exitosa. Es importante tener en cuenta factores como la segmentación del mercado, la publicidad y el uso de internet como estrategia de negocios. Además, se deben considerar las asociaciones estratégicas y las actividades clave para el modelo de negocio sostenible. Las estrategias de mercadeo son los caminos de acción que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos, por lo que es importante diseñarlas teniendo en cuenta el micro y macro entorno que rodea tanto al producto como al mercado. En resumen, el marketing es una herramienta clave para lograr una comercialización exitosa del jugo de agraz.

El presente trabajo muestra que en la ciudad de Ibagué se consigue de manera sencilla la fruta agraz la cual realmente los ibaguereños no le sacan su mayor provecho pudiendo ser fácilmente

un producto con gran aceptación, ya que en la encuesta realizada llama la atención en personas que conocían esta fruta y en las que no, causando aprobación y duda por conocer más del mortiño gracias a todas las ventajas que nos da la tecnología de llegarle a las personas de nuestra ciudad. Este emprendimiento tiene todas Las cualidades para ser una gran organización cumpliendo con todos los requisitos que se Necesitan para prestar un servicio único y de muy buena calidad pensando siempre en el consumidor utilizando todas las herramientas anterior mente mencionadas.

REFERENCIAS

(ALARCÓN, 2018). *Diseño y comercialización de una bebida saludable en la ciudad de Bogotá*

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/12853/AlarconAndrea2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Corporación, s.f.) *Proyecto para evaluar los efectos del jugo de agraz en humanos*

https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna!/ut/p/z0/fY7LCsIwEEV_RRddSmIVH8tSRBBXCIKzkSEJOppmajMVP9-p6MKNq517OVyOMqpSJsIDz8BIEYLko5mdFssyHxdTvV3vNqUuZmWxmu8P23yRq40y_wFZwOv9bgplLEX2T1ZVQy1D6JyHTEP6TReq_ffHmBi5s2-XTHcRHTifRmDl1Ggh9ZSIViagp7wUDTAFOg_tZAgO0oBbagQN_gOLg-zQOwVMDI4yXYsDRILNzRxf0VD7fg!!/

(OCATI, 2022) *Agraz Vaccinium meridionale*

<https://ocati.com/es/colombia/productos/agraz/>

(Clara Victoria) *Asociación entre la capacidad funcional y los resultados de autocuidado en personas con enfermedad cardiovascular*

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/avenferm/article/view/35432/36129>

(natural, 2018) *¿funciona el agraz par las defensas bajas?*

<https://medicinatural-alternativa.com/jugo-de-agraz-para-subir-defensas/>

(Arias, 2020) *Marketing / Mercadotecnia*

<https://economipedia.com/definiciones/mercadotecnia-marketing.html>

(Calvo, 2022) *¿Cuáles son los distintos tipos de marketing y cuales utilizan las empresas?*

<https://es.godaddy.com/blog/cuales-son-los-tipos-de-marketing-mas-importantes-actualmente/>

(Acosta, s.f.) *Importancia del marketing en el emprendimiento*

<https://aprende.com/blog/emprendimiento/marketing-para-emprendedores/importancia-del-marketing-en-el-emprendimiento/#:~:text=El%20marketing%20contribuir%C3%A1%20fuertemente%20a%20lo%20que%20significa%20tu%20negocio.>

(Gomez, 2020) *Historia del marketing, orígenes, posicionamientos y etapas.*

<https://www.gestiopolis.com/historia-del-marketing-origenes-posicionamiento-etapas/>

(Galan, 2020) *Plan estratégico*

<https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>

(Ortega, s.f.) *7 componentes del plan de marketing de una empresa*

<https://www.questionpro.com/blog/es/plan-de-marketing-de-una-empresa/>

(Hernandez, 2002) *Qué es un plan estratégico de marketing y cómo hacerlo*

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/plan-marketing-estrategico>

(Encolombia, s.f.) *Agraz: Qué es, Beneficios y Cómo incluirlos en tu Alimentación*

<https://encolombia.com/salud/nutricion-saludable/beneficios-propiedades-alimentos/agraz/>

(Terranous, s.f.) *Agraz orgánico*

<https://www.terraneous.com/producto/agraz/>

(Riverón, s.f.) *Agraz, el arándano andino, un gran antioxidante*

<https://actualfrueveg.com/2021/11/07/agraz-arandano-andino/#:~:text=Composici%C3%B3n%20nutricional,aproximadamente%2084%20kcal%20%2F%20100%20g.>

	ACTA DE SUSTENTACIÓN	CÓDIGO: IPA-FO21
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 1 DE 2

Nivel: Técnico ___ Tecnólogo ___ Profesional

Escuela: ECBA Programa: **DISEÑO GRÁFICO**

En la ciudad de: IBAGUÉ del día 26 del mes MAYO del año 2023 se llevó acabo la sustentación de la Opción de grado titulado como:

VANIAGRAZ, PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL JUGO DE AGRAZ EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ.

Presidida por los jurados:

CARVAJAL ROJAS DIANA CATALINA Apellidos y nombre (Jurado 1)	C.C. No. 1.110.455.017
CUELLAR GARGÍA RAUL EDUARDO Apellidos y nombre (Jurado 2)	C.C. No. 1.110.497.244
ORTIZ GORDILLO ANDRÉS FELIPE Apellidos y nombre (Jurado 3)	C.C. No. 79.729.653

Los cuales, autorizados para el efecto por el reglamento de opciones de grado valoran el trabajo de grado de los estudiantes:

Nicolás Andrés Florez Calderón C.C. No. 1006130599

Una vez presentada la sustentación los jurados calificadores se reunieron para deliberar y adoptar la siguiente decisión:

Concepto: APROBADO

Nota en letras **TRES TRES** Nota en números **3.3**

El contenido de esta acta se lee en presencia de los estudiantes y jurado calificador.

Firma jurado 1	Firma jurado 2	Firma jurado 3

ELABORÓ: líder de registro y control	REVISÓ: Coordinadora Académica de emprendimiento	APROBÓ: Vicerrector Académico
FECHA: 09-03-2016	FECHA: 09-03-2016	FECHA: 09-02-2016



Firma director Escuela y/o quien haga sus veces

CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO