

UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA
FACULTAD DE DERECHO, EMPRESA Y CIENCIAS POLITICAS
MASTER OFICIAL UNIVERSITARIO EN DIRECCION DE MARKETING



QUESOS DEL VALLE:
ANALISIS POLITICA DE PODUCTO DE LA EMPRESA
CENTALACK SA

Realizado por:
VIVIANA CENTANARO ANDRADE

VALENCIA, JUNIO 2011

UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA
FACULTAD DE DERECHO, EMPRESA Y CIENCIAS POLITICAS
MASTER OFICIAL UNIVERSITARIO EN DIRECCION DE MARKETING



QUESOS DEL VALLE:
ANALISIS POLITICA DE PRODUCTO DE LA EMPRESA
CENTALACK SA.

Realizado por:
VIVIANA CENTANARO ANDRADE

Dirigido por:
Dña. Desamparados Lluch Tormos

VALENCIA, JUNIO 2011

INDICE

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCION..... | 9 |
| 2. OBJETIVO GENERAL..... | 12 |
| 2.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS | 12 |
| 3. ANALISIS DEL ENTORNO | 14 |
| 3.1. EL SECTOR LACTEO EN COLOMBIA | 14 |
| 3.1.1. La Industria del Queso en Colombia | 16 |
| 3.1.2. La estructura de distribución del queso en el mercado. | 17 |
| 3.2. ANALISIS DE LA COMPETENCIA EN LA INDUSTRIA DEL QUESO | 22 |
| 3.3. EL CONSUMO DE QUESO DE LOS COLOMBIANOS | 28 |
| 3.3.1. Situación Actual..... | 29 |
| 3.3.2. Tendencias..... | 32 |
| 4. CENTALACK; PYME PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESO FRESCO | 34 |
| 4.1. HISTORIA..... | 34 |
| 4.2. MISION, VISION Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 35 |
| 4.3. POLITICAS DE DISTRIBUCIÓN..... | 37 |
| 4.4. POLITICAS DE PRECIOS..... | 39 |
| 4.5. POLITICA DE COMUNICACIÓN..... | 41 |
| 4.6. SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPAÑIA..... | 42 |
| 4.7. ANALISIS DAFO | 45 |
| 5. ANALISIS DE LA POLITICA DE PRODUCTOS DE CENTALACK ... | 47 |
| 5.1. DESCRIPCION DE LA CARTERA DE PRODUCTOS DE CENTALACK..... | 47 |
| 5.2. ANALISIS DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS: Matriz Boston Consulting Group | 50 |
| 5.3. ESTRATEGIA DE PRODUCTO ACTUAL | 52 |
| 5.4. NUEVAS ESTRATEGIAS DE PRODUCTO: Propuesta de mejora. | 53 |
| 6. CONCLUSIONES..... | 56 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 58 |

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Empresas más admiradas por los Colombianos 2011.

Tabla 2. Cuota de mercado por compañía.

Tabla 3. Tabla de precios al canal de distribución.

Tabla 4. Tabla de precios para institucionales.

Tabla 5. Línea de productos de Quesos del Valle – Queso fresco.

Tabla 6. Línea de productos de Quesos del Valle – Queso costeño.

Tabla 7. Matriz de Ansoff.

LISTADO DE GRAFICOS

Gráfico 1. Mapa de posicionamiento queso fresco entero.

Gráfico 2. Mapa de posicionamiento queso fresco tajado

Gráfico 3. Ventas anuales de Centalack.

Gráfico 4. Ventas Canal de distribución Centalack

Gráfico 5. Ventas por línea de producto Centalack

Gráfico 6. Ventas por línea referencia queso tajado Centalack.

Gráfico 7. Matriz Boston Consulting Group.

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Cadena de producción láctea en Colombia.

Figura 2. Organigrama.

Figura 3. Canal de distribución

RESUMEN

No cabe duda que el queso fresco es uno de los alimentos que nunca faltarán en la mesa de los colombianos, ya que es un producto de tradición que se consume solo o acompañado de diversos alimentos de la gastronomía de este país.

El sector de la producción y comercialización de productos lácteos en Colombia cuenta con un sin número de compañías importantes que dinamizan el mercado, sin embargo, la industria de los quesos frescos es un mercado más estrecho ya que no tiene un crecimiento significativo y sí un gran número de oferentes, de los cuales dos de ellos tiene una ventaja competitiva importante en cuando a niveles de tecnología, producción y negociación: Alpina productos alimenticios y Cooperativa de leche Colanta; los competidores restantes están conformados por las pymes productoras y comercializadoras de queso fresco en el canal de distribución de grandes superficies, siendo Centalack S.A. una de ellas.

Con una trayectoria importante en el mercado que le ha permitido introducirse y permanecer en los supermercados e hipermercados Centalack en los últimos años se enfrenta a los cambios de comportamientos de consumo y tendencias de los nuevos consumidores con un portafolio de productos plano, uniforme e indiferenciado con respecto al de la competencia.

Con este proyecto se busca analizar las estrategias de producto con las cuales la compañía ha venido trabajando, proponiendo mejoras o cambios basados en el comportamiento mercado, con el fin de recuperar los niveles de venta, maximizar la rentabilidad y convertir a Centalack en una empresa perdurable y sostenible en el tiempo.

ABSTRACT

There is no doubt that cheese is the kind of food that would never be missed in any Colombian table because is a traditional food that is consumed just like that or as an accompaniment for any of the gastronomic dishes of the country.

The dairy production and commercialization industry counts with a countless number of important companies that move the market, but the Colombian cheese industry is a bit more narrowed because its growth is not very promising but it does have a wide number of suppliers, and two of them have significant competitive advantage regarding technology, production and negotiation: Alpina productos alimenticios and Cooperativa de Leche Colanta. The rest of competitors are the Small and Medium-Sized Enterprises (SME) dedicated to produce or commercialize cheese in the supply chain for retailers and Centalack, S.A is one of them.

Due to their important experience in the market they have been able to introduce their selves and to stay in the game in the supermarkets and hypermarkets. In the latest years, Centalack is facing the fact that costumes are constantly changing their habits and tendencies even though their portfolio is still plain, uniform and undifferentiated from their competitors.

The purpose of this project is to analyze the product strategies that the company has been working with and propose improvements or changes based on the market behavior, with the object to recover sales level, maximize profitability and make Centalack a lasting and sustainable company in time.