

## Anexos

### Anexo A: Matriz de competencia

Competidor	Harinera del Valle S.A	Team Foods Colombia	Upfield	Grupo Diana
<b>Directo</b>	X	X	X	X
<b>Producto</b>	Producto	Producto	Producto	Producto
<b>Precios: establecido en escala de valores: 1 el más costoso y 3 el de menor valor</b>	3	1	2	4
<b>Presencia Offline</b>	<p>Patrocinio de eventos: Como parte de su compromiso de incentivar hábitos saludables y actividad física, Harinera del valle fue el principal patrocinador de la Carrera Pastas de la Muñera 10k verde, realizada en Cali el pasado domingo 1 de marzo. Tanto deportistas como familias pudieron hacer un recorrido</p>	<p>Patrocinio de eventos: parte del patrocinio de del evento de Fedepalma: Expopalma, es un evento comercial de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite. A fin, de analizar la competencia y comprobar las oportunidades del mercado, son unas de las ventajas que buscan las empresas que participan. Además, de ser parte de la 18ava edición de la</p>	<p>Es una empresa internacional que desde el año 2017 compro la marca Rama a Unilever. Desde la venta la mantequilla Rama ha tenido cambios, algunos de estos han sido el cambio del envoltorio y la nueva imagen hacia un punto natural. De igual manera, para promocionar la nueva imagen se hizo un lanzamiento con varios invitados al lado de Piter</p>	<p>*Patrocinio de eventos: Arroz diana como nuevo patrocinador del Deportes Tolima *Anuncios en medios masivos: comerciales de televisión. Es la primera marca en usar formato tipo novela en un comercial de televisión el cual logro altos niveles de audiencia. Además, de posicionarse en la mente de los consumidores</p>

	disfrutando de la naturaleza y viviendo un jornada de salud y conciencia ambiental	Copa de Golf Fundación Ana Restrepo del Corral en el Club Guaymaral con el objetivo de lograr que más de 650 niños mejoren su calidad de vida a través de la educación	Albeiro quien es un comediante.	
<b>Presencia online</b>	Es la tercera compañía con alta presencia online. En el perfil de Instagram muestran tanto información empresarial como cuidado personal, recetas. Además, de dar a conocer sus productos. Cuentan con 88 publicaciones y 1013 suscriptores. En Facebook, el perfil cuenta con 69.457 seguidores, su calificación es 4.7 sobre 5, valorada por 120 personas. Entre sus publicaciones se destacan ideas para mantenerse saludable y actividades para hacer en casa.	Cuenta con un alta presencia online, Su perfil en Facebook, cuenta con 894 seguidores, su calificación es de 3.7 sobre 5, valorado por 3 personas. Entre sus publicaciones se destaca la convocatoria de vacantes y recetas. Además, de actividades dirigidas a sus usuarios con distintos incentivos como premios. Por otra parte, su canal de YouTube cuenta con 200 suscriptores, su contenido se basa en información empresarial. Por otra parte, en LinkedIn cuenta con 54.726 seguidores, publican información corporativa y	Al igual que sus competidores su presencia en redes sociales es alta. En su cuenta de Instagram tiene el segundo mayor número de suscriptores 3,015, 88 publicaciones y 284 seguidores. La cual, contiene recetas. Por otra parte, su canal de YouTube cuenta con solo 28 suscriptores, su contenido se basa en información sobre su producto estrella. En LinkedIn publican información empresarial, además de tener 45.093 seguidores. En Facebook cuenta con 213.360 seguidores, su contenido se	Es la empresa con mayor presencia online, tanto su perfil de Instagram como el de Facebook cuentan con el mayor número de suscriptores. Además, constantemente publican recetas e información sobre sus productos. En cambio su participación LinkedIn es muy baja con solamente dos publicaciones en los dos últimos meses y 7210 seguidores

	Por otra parte, su canal de YouTube cuenta con 516 suscriptores, su contenido se basa en recetas.	vacantes	centra en el entorno familiar y por consiguiente sus recetas también. Asimismo, cuenta con contenido para los niños, celebración a festividades y creativas formas para escoger recetas, como un disco giratorio.	
<b>Estrategia</b>	Mediante las redes sociales conecta con sus consumidores a través de recetas, concursos, entre otras estrategias	Relaciona sus productos con causas sociales expuestas en sus diseños de productos, usa las redes sociales para exponer sus productos y actividades.	Hace una actualización de los recursos de marketing digital establecidos por la anterior compañía y del diseño del producto. Además, evidencia actividades y concursos para relacionar al cliente a la marca y a la nueva empresa.	Dirigida a las madres usa diseños y recetas atractivos para los niños. Además provee de ideas para reciclar su empaque de mantequilla esparcible.
<b>Web</b>	página web corporativa	página web corporativa	Sitio web corporativo y del producto estrella	Sitio web corporativo y del producto estrella
<b>Medios sociales</b>	*Instagram: la frecuencia con la que publican es diaria *Facebook: la frecuencia con la que publican es diaria *LinkedIn: publican semanalmente	*Facebook: la frecuencia con la que publican es semanalmente *LinkedIn: publican cada 4 o 5 meses y *YouTube: la frecuencia con la que publican es cada seis días	*Instagram: publican cada cuatro días *Facebook: publican cada (1 - 3) días *LinkedIn: la frecuencia con la que publican es semanalmente *YouTube:	*Instagram: publican cada 2 o 3 días *Facebook: :la frecuencia con la que publican es cada 5 días *LinkedIn: publican un vez al mes

	*YouTube: la frecuencia con la que publican es cada cuatro semanas		publican cada 2 o 3 semanas	
<b>Objetivos</b>	<p>*Mejorar sus relaciones con sus clientes existentes y nuevos</p> <p>*Alcanzar al corazón del hogar colombiano.</p> <p>*Aumentar sus alianzas estratégicas</p> <p>*Atraer a clientes que lleven una vida saludable</p>	<p>*Mejorar sus relaciones con sus clientes existentes y nuevos.</p> <p>*Aumentar sus alianzas estratégicas en el sector</p> <p>*Atraer a clientes mediante obras sociales</p>	<p>*Mejorar sus relaciones con sus clientes existentes y nuevos.</p> <p>*Aumentar sus alianzas estratégicas en el sector</p> <p>*Llegar al hogar colombiano</p> <p>*Atraer a clientes mediante obras sociales</p>	<p>*Mejorar sus relaciones con sus clientes existentes y nuevos.</p> <p>*Ser una ayuda a las mamás colombianas</p> <p>*Atraer a madres mediante sus estrategias de diseño y marketing</p>
<b>Perfil del cliente</b>	<p>*Mujeres o hombres</p> <p>*22-45 años</p> <p>*Encargada de hacer la compra.</p> <p>*Con un poder adquisitivo medio.</p>	<p>*Mujeres o hombres</p> <p>*Amas de casa</p> <p>*Dueños de restaurantes</p> <p>*22-45 años</p> <p>*Encargada de hacer la compra.</p> <p>*Con un poder adquisitivo medio-alto.</p>	<p>*Mujeres o hombres</p> <p>*22-45 años</p> <p>*Encargada de hacer la compra.</p> <p>*Con un poder adquisitivo medio.</p>	<p>*Madres con niños pequeños</p> <p>*27-45 años</p> <p>Trabajadoras o amas de casa</p> <p>poder adquisitivo medio-bajo</p>
<b>Ventaja competitiva</b>	<p>La compañía tiene unas marcas muy bien posicionadas en el mercado colombiano. Por lo tanto, en sus redes sociales cuentan con varios suscriptores que apoyan su marca.</p>	<p>La compañía tiene unas marcas muy bien posicionadas en el mercado colombiano. También se enfocan en su trabajo social y lo demuestran en sus productos. Por lo tanto, en sus redes sociales cuentan con</p>	<p>La compañía tiene un amplio portafolio de marcas de mantequilla en diferentes países. En Colombia escogieron una marca que permanece cerca al corazón y a los hogares colombianos. Por lo tanto, en</p>	<p>Cuenta con una marca con ideas innovadoras y saludables lo cual favorece a sus clientes. También, es muy especial su forma de comunicación y diseño de redes pues incluyen a celebridades. Asimismo, en sus recetas juega con la</p>

---

varios  
suscriptores que  
apoyan su marca.

sus redes  
sociales cuentan  
con varios  
suscriptores que  
apoyan su  
marca. Además,  
en el momento  
de la compra ya  
estaba  
posicionado el  
marketing  
digital.

forma de los platillos  
y de esta forma  
tanto las madres y  
los niños tengan una  
mejor experiencia.  
Por otro lado,  
maneja el aspecto  
medico en sus redes  
a través de videos de  
nutricionistas, donde  
explican los  
beneficios de sus  
productos.

---