	<b>Investigación e Innovación.</b>	<b>Código</b>	II-F-021
	<b>FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>Versión</b>	01
		<b>Vigencia</b>	11/12/2024
		<b>Página</b>	1 de 5

**PLAN DE MERCADEO PARA EL LANZAMIENTO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA FIBRA DE FIQUE EN LA CIUDAD DE PASTO, AÑO 2024  
(Resumen Analítico)**

**MARKETING PLAN FOR THE LAUNCH AND COMMERCIALIZATION OF PRODUCTS DERIVED FROM FIQUE FIBER IN THE CITY OF PASTO, YEAR 2024 (Analytical Summary)**

**Autores (Authors):** JHONATAN GUSTAVO SANTACRUZ MELO

**Facultad (Faculty):** CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**Programa (Program):** MERCADEO

**Asesor (Support):** JUAN FRANCISCO ALBAN GUERRERO

**Fecha de terminación del estudio (End of the research):** 11/12/2024

**Modalidad de Investigación (Kind of research):** monografía (Plan de mercadeo para el lanzamiento y la comercialización de productos derivados de la fibra de fique en la ciudad de Pasto, año 2024)


**PALABRAS CLAVE**

mercado, plan, fique, estudiantes, precio, plaza, producto y promoción.

**KEY WORDS**

market, plan, fique, students, price, place, product and promotion

**RESUMEN:** La investigación del trabajo se enfoca en la elaboración de un plan de mercadeo para el lanzamiento y comercialización de cuadernos y libretas biodegradables fabricados con fibra de fique en la ciudad de Pasto durante el año 2024. El fique, una fibra natural y sostenible, posee características que lo posicionan como una alternativa ecológica frente a materiales convencionales, destacando su versatilidad, resistencia y bajo impacto ambiental. A pesar de que el departamento de Nariño es uno de los principales productores de fique en Colombia, la región enfrenta la ausencia de empresas que procesen este material, limitando su potencial

	<b>Investigación e Innovación.</b>	<b>Código</b>	II-F-021
	<b>FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>Versión</b>	01
		<b>Vigencia</b>	11/12/2024
		<b>Página</b>	1 de 5


económico y social. En este contexto, el proyecto busca atender la creciente demanda por productos ecológicos, especialmente en el sector de la papelería, y contribuir al desarrollo sostenible mediante la generación de empleo y la valorización de recursos locales.

La investigación incluye un diagnóstico del mercado local para identificar oportunidades y desafíos, considerando factores como la falta de competencia directa y el interés del consumidor en productos sostenibles. También se indagan las expectativas de los estudiantes de Pasto, segmento objetivo del proyecto, mediante encuestas que evalúan sus preferencias, disposición de compra y percepción de valor. Las estrategias propuestas se basan en herramientas como el análisis DOFA, que permiten diseñar acciones concretas para maximizar fortalezas, corregir debilidades, aprovechar oportunidades y mitigar amenazas. Además, se establecen objetivos SMART para guiar la planificación y ejecución, junto con un enfoque en el marketing mix, abordando aspectos de producto, precio, distribución y promoción.

El trabajo destaca la importancia de sensibilizar al consumidor sobre los beneficios del fique como un material biodegradable, educando al mercado local sobre su impacto ambiental positivo y sus aplicaciones. Asimismo, se busca posicionar los cuadernos y libretas de fique como productos innovadores y responsables, alineados con las tendencias globales de consumo consciente. Este proyecto no solo busca dinamizar la economía local, sino también fomentar una cultura de sostenibilidad en la región, promoviendo prácticas responsables desde el ámbito educativo y empresarial. En resumen, el plan de mercadeo combina estrategias económicas, sociales y ambientales para garantizar el éxito de la introducción de estos productos en el mercado de Pasto.

**ABSTRACT:** The research project focuses on the development of a marketing plan for the launch and sale of biodegradable notebooks and notepads made from fique fiber in the city of Pasto during 2024. Fique, a natural and sustainable fiber, has characteristics that position it as an ecological alternative to conventional materials, highlighting its versatility, resistance and low environmental impact. Although the department of Nariño is one of the main producers of fique in Colombia, the region faces the absence of companies that process this material, limiting its economic and social potential. In this context, the project seeks to meet the growing demand for ecological products, especially in the stationery sector, and contribute to sustainable development through job creation and the valorization of local resources.


The research includes a diagnosis of the local market to identify opportunities and challenges, considering factors such as the lack of direct competition and

	<b>Investigación e Innovación.</b>	<b>Código</b>	II-F-021
	<b>FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>Versión</b>	01
		<b>Vigencia</b>	11/12/2024
		<b>Página</b>	1 de 5

consumer interest in sustainable products. The expectations of students in Pasto, the target segment of the project, are also investigated through surveys that evaluate their preferences, willingness to purchase and perception of value. The proposed strategies are based on tools such as SWOT matrices, which allow for the design of concrete actions to maximize strengths, correct weaknesses, take advantage of opportunities and mitigate threats. In addition, SMART objectives are established to guide planning and execution, along with a focus on the marketing mix, addressing aspects of product, price, distribution and promotion. The work highlights the importance of raising consumer awareness about the benefits of fique as a biodegradable material, educating the local market about its positive environmental impact and its applications. Likewise, it seeks to position fique notebooks and notebooks as innovative and responsible products, aligned with global trends in conscious consumption. This project not only seeks to boost the local economy, but also to promote a culture of sustainability in the region, promoting responsible practices from the educational and business spheres. In short, the marketing plan combines economic, social and environmental strategies to ensure the success of the introduction of these products in the Pasto market.

**CONCLUSIONES:** Se concluye que el mercado de cuadernos y libretas ecológicos en la ciudad de Pasto presenta un potencial significativo para productos fabricados con fibra de fique, debido al creciente interés comercial, la percepción positiva de impacto ambiental y la aceptación de precios Premium por productos sostenibles. Sin embargo, existen desafíos clave como el desconocimiento del producto, la falta de familiaridad con sus beneficios y barreras de distribución. Superar estas limitaciones mediante campañas educativas, estrategias de marketing y fortalecimiento de la oferta local permitirá consolidar la aceptación y crecimiento de estos productos en el mercado.

El mercado estudiantil de Pasto muestra una alta demanda por productos sostenibles, con el 89% valorando positivamente los materiales ecológicos y un 93% interesado en mayor variedad de opciones biodegradables. Sin embargo, el 64% desconoce estos productos y el 36% percibe disponibilidad limitada. Los estudiantes priorizan sostenibilidad, precio competitivo (10,000-20,000 COP), calidad y diseño. Para aprovechar esta oportunidad, es esencial educar al público, mejorar la distribución y promover los beneficios ambientales, destacando la fibra de fique. Estrategias en redes sociales y fabricación local pueden consolidar estos productos como una alternativa accesible, responsable y atractiva.

	<b>Investigación e Innovación.</b>	<b>Código</b>	II-F-021
	<b>FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>Versión</b>	01
		<b>Vigencia</b>	11/12/2024
		<b>Página</b>	1 de 5


**CONCLUSIONS:** *It is concluded that the market for eco-friendly notebooks and notepads in the city of Pasto presents a significant potential for products made from fique fiber, due to the growing commercial interest, the positive perception of environmental impact and the acceptance of premium prices for sustainable products. However, there are key challenges such as lack of knowledge of the product, lack of familiarity with its benefits and distribution barriers. Overcoming these limitations through educational campaigns, marketing strategies and strengthening the local offer will allow consolidating the acceptance and growth of these products in the market.*

*The student market in Pasto shows a high demand for sustainable products, with 89% positively valuing ecological materials and 93% interested in a greater variety of biodegradable options. However, 64% are unaware of these products and 36% perceive limited availability. Students prioritize sustainability, competitive price (10,000-20,000 COP), quality and design. To take advantage of this opportunity, it is essential to educate the public, improve distribution and promote environmental benefits, highlighting fique fiber. Social media strategies and local manufacturing can consolidate these products as an accessible, responsible and attractive alternative.*

**RECOMENDACIONES:** Se recomienda profundizar en el análisis del consumidor mediante grupos focales, complementando las encuestas para obtener información más detallada sobre sus percepciones y preferencias hacia los productos biodegradables. Además, es clave ampliar las estrategias de marketing, integrando un enfoque digital con redes sociales, influencers locales y campañas educativas que destaquen los beneficios del fique. También sería útil establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas y librerías locales para garantizar una distribución eficaz.

Incluir un análisis detallado de costos ayudaría a definir precios competitivos que reflejen el valor agregado del producto, mientras que un plan de escalabilidad podría proyectar la expansión del proyecto hacia otras regiones. Promover la educación ambiental, integrando programas en colegios y universidades, sensibilizaría a los consumidores sobre la importancia de optar por productos sostenibles. Asimismo, sería valioso analizar posibles competidores indirectos y anticipar estrategias para diferenciarse en el mercado.

Es fundamental establecer métricas para medir el impacto del proyecto, considerando la reducción de residuos no biodegradables y el conocimiento generado sobre el fique. Además, se recomienda reforzar la sostenibilidad del proceso productivo y lanzar un plan previo para ajustar el diseño, precio y estrategias de marketing antes de la implementación completa.

	<b>Investigación e Innovación.</b>	<b>Código</b>	II-F-021
	<b>FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>Versión</b>	01
		<b>Vigencia</b>	11/12/2024
		<b>Página</b>	1 de 5

**RECOMMENDATIONS:** *It is recommended to further analyze the consumer through focus groups, complementing surveys to obtain more detailed information about their perceptions and preferences towards biodegradable products. In addition, it is key to expand marketing strategies, integrating a digital approach with social media, local influencers and educational campaigns that highlight the benefits of fique. It would also be useful to establish strategic alliances with educational institutions and local bookstores to ensure effective distribution.*

*Including a detailed cost analysis would help define competitive prices that reflect the added value of the product, while a scalability plan could project the expansion of the project to other regions. Promoting environmental education, integrating programs in schools and universities, would raise consumer awareness about the importance of choosing sustainable products. Likewise, it would be valuable to analyze possible indirect competitors and anticipate strategies to differentiate oneself in the market.*

*It is essential to establish metrics to measure the impact of the project, considering the reduction of non-biodegradable waste and the knowledge generated about fique. In addition, it is recommended to reinforce the sustainability of the production process and launch a prior plan to adjust the design, price and marketing strategies before full implementation.*

<b>Control de Cambios</b>		
<b>Versión</b>	<b>Vigencia</b>	<b>Descripción</b>
01	11/12/2024	Se crea la adaptación del Formato Institucional