



**RESUMEN TESIS DE GRADO**

**AUTOR (ES):**

**NOMBRE (S):** CARMEN ADRIANA **APELLIDOS:** RIVEROS MONRROY

**NOMBRE (S):** DAIRIS **APELLIDOS:** MORA BOLAÑO

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS:** ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**DIRECTOR:**

**NOMBRE (S):** JULIO ALBERTO **APELLIDOS:** OSPINA MOLINA

**TITULO DE LA TESIS:** DISEÑO ESTRATEGICO Y FINANCIERO PARA LABORATORIOS VITALIS PHARMACEUTICAL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

**RESUMEN:**

En el presente proyecto se utilizó un tipo de estudio descriptivo para desarrollar un plan estratégico financiero para la empresa Laboratorios Vitalis Pharmaceutical que permita proyectar su gestión comercial y financiera. Se logró evaluar interna y externamente la situación actual del área comercial y financiera de la empresa, identificando sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Se realizó un estudio de mercado que permite identificar las necesidades y aceptación de los productos VITALIS por parte del mercado objetivo de la ciudad de Cúcuta. Se establecieron las estrategias financieras y comerciales para proyectar la imagen de la empresa, con el fin de lograr un mayor posicionamiento, incrementar las ventas y mejorar el control de cartera. Por último, se elaboró un plan de acción con indicadores de gestión para desarrollar la propuesta estratégica y financiera

Palabras clave: diagnóstico comercial y financiero, estrategias, situación financiera, planeación estratégica.

**CARACTERÍSTICAS:**

**PAGINAS:** 157 **PLANOS:**      **ILUSTRACIONES:**      **CD-ROM:** 1

DISEÑO ESTRATEGICO Y FINANCIERO PARA LABORATORIOS VITALIS  
PHARMACEUTICAL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

CARMEN ADRIANA RIVEROS MONRROY  
DAIRIS MORA BOLAÑO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA  
SAN JOSE DE CUCUTA

2015

DISEÑO ESTRATEGICO Y FINANCIERO PARA LABORATORIOS VITALIS  
PHARMACEUTICAL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

CARMEN ADRIANA RIVEROS MONRROY

DAIRIS MORA BOLAÑO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Administrador Financiero

Director:

JULIO ALBERTO OSPINA MOLINA

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA  
SAN JOSE DE CUCUTA

2015



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER**  
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**HORA:** 10:00 A.M.  
**FECHA:** ABRIL 5 DE 2014  
**LUGAR:** LABORATORIO EMPRESARIAL  
**JURADOS:** ALONSO TOSCANO NIÑO  
LUZ MARINA PEÑA  
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

**TITULO DE LA TESIS:** DISEÑO ESTRATEGICO Y FINANCIERO PARA LABORATORIO  
VITALIS PHARMACEUTICAL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

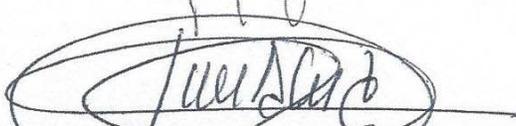
**DIRECTOR:** JULIO ALBERTO OSPINA MOLINA

<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>CARMEN ADRIANA RIVEROS MONRROY</u>	<u>0760399</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>
<u>DAIRIS MORA BOLAÑO</u>	<u>1490405</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**

VoBo.

  
COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	16
1. Problema	18
1.1 Título del Proyecto	18
1.2 Planteamiento del Problema	18
1.3 Formulación del Problema	20
1.4 Objetivos	20
1.4.1 Objetivo general	20
1.4.2 Objetivos específicos	20
1.5 Justificación	21
1.6 Limitaciones	22
1.7 Alcances	23
2. Marco Contextual	24
2.1 Antecedentes de la Empresa	24
2.2 Antecedentes Bibliográficos	24
2.3 Marco Teórico	26
2.4 Marco Conceptual	28
2.5 Marco Legal	31
3. Metodología	36
3.1 Tipos de Investigación	36
3.2 Población y Muestra	37
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	40
3.4 Fuentes de Información	40

3.5 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	41
4. Análisis del Mercado	43
4.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	43
4.2 Diagnóstico Administrativo	50
5. Diagnostico Estratégico	53
5.1 Diagnostico Interno	54
5.2 Evaluación de Capacidad Interna	55
5.2.1 Capacidad directiva	55
5.2.2 Capacidad de talento humano	58
5.2.3 Capacidad competitiva	58
5.2.4 Capacidad financiera	59
5.2.5 capacidad Tecnológica	60
5.3 Diagnostico Externo	62
5.3.1 Factores económicos	63
5.3.2 Factores políticos y legales	64
5.3.3 Factores competitivos	65
5.3.4 Factores sociales	65
5.3.5 Factores tecnológicos	65
5.3.6 Factores ambientales	66
5.4 Análisis Dofa	67
5.5 Principios Organizacionales del Laboratorio Vitalis Pharmaceutical	69
5.6 Código Internacional de Promoción y Mercadotecnia Farmacéutica	69
5.6.1 Promoción de mercados locales	73
5.6.2 Información sobre productos	73

5.6.3	Obsequios e incentivos	75
5.6.4	Información y comparaciones	75
5.6.5	Principios éticos	76
5.6.6	Adaptaciones del material promocional	77
5.6.7	Empleados de la compañía	77
6.	Análisis de la Situación Actual	80
6.1	Sector Farmacéutico en Colombia	80
6.1.1	La industria a grandes rasgos	80
6.1.2	Entorno del sector farmacéutico.	84
6.2	Selección de los Mercado Meta	88
6.2.1	Mercado meta	88
6.2.2	Mercado potencial.	88
6.3	Segmentación de Mercados	89
6.3.1	Características de un segmento de mercado	89
6.3.2	Variables de segmentación de clientes (personas)	90
6.4	Análisis de Participación de Mercado	93
6.4.1	Análisis de ventas	93
6.4.2	Participación de mercado	94
6.5	Análisis del Producto	95
6.5.1	Concepto del producto	96
6.5.2	Clasificación de los productos	96
6.5.3	Ciclo de vida del producto	98
6.5.4	Precio del producto	100
6.6	Competencia del Producto	103

6.6.1 Calidad del producto	104
6.6.2 Ubicación de la competencia en el mercado	104
6.6.3 Sistemas de comercialización de la competencia	105
6.7 Distribución del Producto	106
6.7.1 Tipo de distribución	106
6.7.2 Canales de distribución	106
6.7.3 Tipo de mercadeo	106
6.8 Promoción del Producto	107
7. Diseño Estratégico y Financiero para Laboratorios Vitalis Pharmaceutical	111
7.1 Objetivos Estratégicos	111
7.2 Políticas Estratégicas	112
7.3 Políticas de Devolución de Vitalis	112
8. Estrategias del Diseño Estratégico y Financiero para Laboratorios Vitalis Pharmaceutical	115
8.1 Formulación de Estrategias	115
8.2 Matriz de Crecimiento de Productos y Mercados	117
8.2.1 Estrategias de penetración de mercado	117
8.2.2 Estrategias de desarrollo de mercado	119
8.2.3 Estrategia de desarrollo de producto	119
8.3 Estrategias de Posicionamiento	119
8.4 Estrategias de Precio	121
8.5 Estrategias de Distribución	123
8.6 Estrategia de Promoción	123
8.7 Estrategias de Desarrollo del Personal	125
8.8 Estrategias Financieras	126

8.8.1 Proyección de ventas.	127
9. Plan de Acción Para Laboratorios Vitalis Pharmaceutical	128
9.1 Plan de Acción	132
9.2 Implementación del Plan de Acción	133
9.3 Presupuesto del Plan de Acción	137
9.4 Indicadores del Plan de Acción	139
9.4.1 Índices del mercado	140
9.4.2 Índice de clientes	141
9.4.3 Índices de comercialización	142
9.4.4 Otros indicadores	143
9.5 Índices Financieros	144
10. Conclusiones	146
11. Recomendaciones	149
Referencias Bibliográficas	151
Anexos	153