



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): ADRIANA TARCILA **APELLIDOS:** PÉREZ MORA

NOMBRE (S): CINTHYA MARCELA **APELLIDOS:** AYALA ESPINOSA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): JOSE IGNACIO **APELLIDOS:** GÓMEZ SANCHEZ

TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA LA FABRICA DE HIELOS Y AGUAS LOS NEVADOS

RESUMEN:

Se realizó un diagnóstico para determinar el perfil de capacidad interna, determinado la situación actual de la fábrica de hielo y aguas los NEVADOS. Igualmente, se identificaron las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas que influyen en la fábrica. También. Se elaboró la propuesta con el plan estratégico para la fábrica que permitió realizar su gestión empresarial. Por último, se planteó un presupuesto de inversión para desarrollar un plan estratégico a corto plazo

Palabras clave: plan estratégico, fabrica de hielos y aguas los nevados

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 93

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

PLAN ESTRATEGICO PARA LA FABRICA DE HIELOS Y GUAS LOS NEVADOS

ADRIANA TARCILA PÉREZ MORA
CINTHYA MARCELA AYALA ESPINOSA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION
COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA

2014

PLAN ESTRATEGICO PARA LA FABRICA DE HIELOS Y AGUAS LOS NEVADOS

ADRIANA TARCILA PÉREZ MORA
CINTHYA MARCELA AYALA ESPINOSA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Tecnólogo en Administración Comercial y Financiera

Director
JOSE IGNACIO GÓMEZ SANCHEZ
Mercadotecnista

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION
COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA

2014



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

HORA: 3:30 P.M.
FECHA: SEPTIEMBRE 24 DEL 2014
LUGAR: CREAD 3 PISO SALA 3
JURADOS: SANDRA PATRICIA AVENDAÑO
JOSE ALEXANDER DURAN
MAYRA ESPERANZA FOLIACO

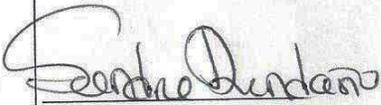
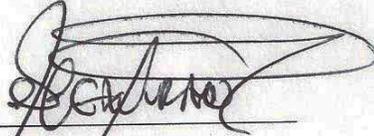
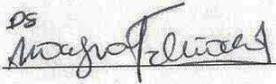
TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA LA FABRICA DE HIELOS Y AGUAS
LOS NEVADOS

DIRECTOR: JOSE IGANACIO GOMEZ S.

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>ADRIANA TARCILA PEREZ MORA</u>	<u>1460532</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>
<u>CINTHYA MARCELA AYALA ESPINOSA</u>	<u>1460945</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2 JUSTIFICACIÓN	15
1.3 OBJETIVOS	15
1.4 ALCANCES	16
1.5 LIMITACIONES	16
2. REFERENTES TEORICOS	17
2.1 ANTECEDENTES	17
2.2 MARCO TEÓRICO	18
2.3 MARCO LEGALES	26
3. METODOLOGIA	32
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
3.2 POBLACIÓN	32
3.3 INSTRUMENTOS	34
3.4 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS	34
4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	35
4.1 CAPACIDAD LIDERAZGO	35
4.2 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA	35
4.3 CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO	35
4.4 CAPACIDAD FINANCIERA	36

4.5 CAPACIDAD DE MERCADEO	36
4.6 MATRIZ DOFA	36
4.7 HIPÓTESIS	38
4.8 VARIABLES	39
4.9 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	39
5. INVESTIGACIÓN Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO	40
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
5.2 POBLACIÓN	40
5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	40
5.4 MUESTRA	40
5.5 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	42
5.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS	42
5.7 GRÁFICOS	43
5.9 ANÁLISIS	50
6. PLAN ESTRATÉGICO Y OPERATIVO DE MERCADEO	51
6.1 VISIÓN	51
6.2 MISIÓN	51
6.3 POLÍTICAS Y VALORES	51
6.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	52
6.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	53
6.6 ESTRATEGIA DE MERCADEO	53
6.7 PRODUCTO	53
6.8 PRECIOS	63

6.9 LOGÍSTICA	66
6.10 COMUNICACIÓN	67
6.11 POSICIONAMIENTO	73
7. PRESUPUESTO DEL PLAN ESTRATÉGICO	74
7.1 PRESUPUESTO DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	74
7.2 ANÁLISIS FINANCIERO	81
8. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL RSE	84
9. IMPACTO AMBIENTAL	86
10. CONCLUSIONES	87
11. RECOMENDACIONES	88
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	89
ANEXOS	90