



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): LORENA PATRICIA

APELLIDOS: MEJIA VILLAMIZAR

NOMBRE (S): MARILU

APELLIDOS: PABON ARAQUE

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): PEDRO ALFONSO

APELLIDOS: REYES SANTANDER

TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA EXPERTA DE COLOMBIA LTDA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

RESUMEN:

Se analizó el diagnóstico administrativo de las áreas funcionales de la empresa por medio de un estudio de mercado determinando el comportamiento de los clientes potenciales, participación de mercado y análisis de la competencia. Igualmente, se analizó la situación actual de la empresa en el mercado de la salud visual y ocular en la ciudad y se determinó la segmentación del mercado, formulando estrategias de mercado. Por ultimo, se elaboró el plan de acción con sus indicadores de gestión para la empresa.

Palabras clave: plan, estratégico, empresa, Colombia Ltda., Cúcuta.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 144

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA EXPERTA DE COLOMBIA LTDA EN
LA CIUDAD DE CÚCUTA

LORENA PATRICIA MEJIA VILLAMIZAR
MARILU PABON ARAQUE

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y
FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2012

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA EXPERTA DE COLOMBIA LTDA EN
LA CIUDAD DE CÚCUTA

LORENA PATRICIA MEJIA VILLAMIZAR
MARILU PABON ARAQUE

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

Director
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y
FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2012



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

HORA: 4:00 P.M.
FECHA: 06 DE MARZO DEL 2012
LUGAR: AUDITORIO DEL CREAD
JURADOS: LUZ MARINA PEÑA
LUISA STELLA PAZ MONTES
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

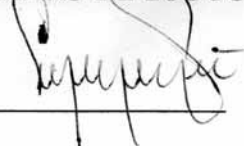
TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA EXPERTA DE COLOMBIA LTDA EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

DIRECTOR: PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

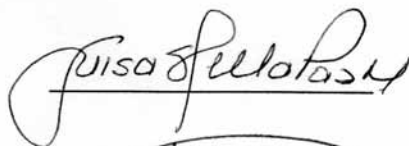
NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>LORENA PATRICIA MEJIA VILLAMIZAR</u>	<u>1460570</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>
<u>MARILU PABON ARAQUE</u>	<u>1460952</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA ADMINISTRACION COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:



VoBo.







COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	16
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	17
1.3 JUSTIFICACION	18
1.4 OBJETIVOS	19
1.5 LIMITACIONES	19
1.6 ALCANCES	20
2. REFERENTES TEÓRICOS	21
2.1 ANTECEDENTES	21
2.2 MARCO TEORICO	22
2.3 MARCO LEGAL	24
3. METODOLOGÍA	26
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	26
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	27
3.3 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACION	30
3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN	30
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS	31
4. ESTUDIO DE MERCADO	32

4.1 TABULACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	32
4.2 DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO	56
5. ANÁLISIS DOFA	60
5.1 EVALUACION INTERNA	60
5.2 EVALUACIÓN EXTERNA	65
5.3 MATRIZ DOFA	72
5.4 ALTERNATIVAS SEGÚN EL DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO	73
6. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	78
6.1 DETERMINACIÓN DEL MERCADO META	79
6.1.1 Mercado meta	79
6.1.2 Mercado potencial	79
6.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	80
6.2.1 Características de un segmento de mercado	80
6.2.2 Variables de segmentación	81
6.3 ANÁLISIS DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO	85
6.3.1 Participación de mercado	85
6.4 ANÁLISIS DEL SERVICIO	86
6.4.1 Gerencia del servicio	86
6.4.2 Triángulo del servicio	86
6.4.3 Clientes	87
6.4.4 Sistemas	90
6.4.5 Gente	91
6.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	92

5.5.1 Naturaleza jurídica	92
6.5.2 Principios corporativos	92
6.5.3 Misión	92
6.5.4 Visión	94
6.5.5 Objetivos corporativos	95
6.6 EL PRODUCTO	96
6.6.1 Producto	96
6.7 LA COMPETENCIA	98
6.7.1 Precios del mercado	98
6.7.2 Calidad de los productos	99
6.7.3 Mercado de la competencia	100
6.7.4 Naturaleza de la competencia	100
6.8 DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO	100
6.8.1 Tipo de distribución	100
6.8.2 Canales de distribución	101
6.8.3 Tipo de cobertura	102
6.9 PROMOCIÓN	102
7. ESTRATEGIAS DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA EXPERTA COLOMBIA LTDA	103
7.1 OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO	103
7.2 POLÍTICAS DEL PLAN ESTRATÉGICO	104
7.3 ESTRATEGIAS	105
7.4 MATRIZ DE CRECIMIENTO DE PRODUCTOS Y MERCADOS	105
7.4.1 Estrategias de penetración de mercado	106

7.4.2 Estrategias de desarrollo de mercado	107
7.4.3 Estrategia de desarrollo de producto	108
7.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO	109
7.6 ESTRATEGIA DE PRECIO	111
7.7 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	112
7.8 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	113
8. DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA EXPERTA COLOMBIA LTDA	117
8.1 PLAN DE ACCIÓN	117
8.2 IMPLEMENTACION DEL PLAN DE ACCION	118
8.3 PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACCIÓN	121
8.4 INDICADORES DEL PLAN DE ACCION	123
9. CONCLUSIONES	128
10. RECOMENDACIONES	130
BIBLIOGRAFÍA	131
ANEXOS	133