



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): FABIO **APELLIDOS:** RODRIGUEZ MAYORGA

NOMBRE (S): _____ **APELLIDOS:** _____

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): JOSE IGNACIO **APELLIDOS:** GOMEZ

TITULO DE LA TESIS: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA ARCILLAS CATATUMBO EN EL MUNICIPIO DE TIBÚ

RESUMEN:

Se realizó una investigación de tipo descriptivo con la cual se determinó la aceptación del producto: bloque No. 5 ofertado por la empresa Arcillas Catatumbo en el municipio de Tibú. Igualmente, se identificaron las necesidades de los clientes mayoristas potenciales para determinar la demanda de la empresa, estableciendo un plan de mercadeo para Arcillas Catatumbo. Por ultimo, se realizó un presupuesto de inversión, análisis y proyección de ventas.

PALABRAS CLAVE: plan estratégico, Arcillas Catatumbo, Tibú, presupuesto.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 73

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA ARCILLAS CATATUMBO EN
EL MUNICIPIO DE TIBÚ

FABIO RODRIGUEZ MAYORGA

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

2015

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA ARCILLAS CATATUMBO EN
EL MUNICIPIO DE TIBÚ

FABIO RODRIGUEZ MAYORGA

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

Director

JOSE IGNACIO GOMEZ

Profesional en Mercado

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2015



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

HORA: 4:00 P.M.
FECHA: JUNIO 18 DEL 2015
LUGAR: SALA 4 CREAD 3 PISO
JURADOS: JUAN RUPERTO RAMIREZ L.
FABIAN YESID DAVILA LOPEZ
ALVARO DAVID CARRILLO OMAÑA

TITULO DE LA TESIS: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA
ARCILLAS CATATUMBO EN EL MUNICIPIO DE TIBU

DIRECTOR: JOSE IGNACIO GOMEZ

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>FABIO RODRIGUEZ MAYORGA</u>	<u>1460715</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO, CERO</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.


COORDINADOR COMITE CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	13
1. Descripción del Problema	14
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.2 Justificación	14
1.3 Objetivos	14
1.4 Alcances y Limitaciones	15
2. Referentes Teóricos	16
2.1 Antecedentes	16
2.2 Marco Teórico	17
2.2.1 Administración estratégica	17
2.2.2 Administración financiera	17
2.2.3 Estrategia	18
2.2.4 Decisiones gerenciales	18
2.2.5 Investigación de mercado	18
2.2.6 Justo a tiempo	19
2.2.7 Mercadeo estratégico	19
2.2.8 Merchandising	19
2.2.9 Orientación a las ventas	20
2.2.10 Planificación	20
2.2.11 Planificación estratégica	20
2.2.12 La competitividad	20

2.2.13 La Competitividad y la estrategia empresarial	21
2.2.14 Refuerzo competitivo	21
2.2.15 Desarrollo empresarial	21
2.2.16 Cultura empresarial	22
2.2.17 Libre comercio	22
2.2.18 Bancoldex	22
2.3 Marco Legal	23
3. Metodología	28
3.1 Tipo de Investigación	28
3.2 Técnicas de Investigación	28
3.3 Población y Muestra	28
3.4 Elaboración de la Encuesta	29
3.4.1 Procesamiento de la información	29
3.5 Análisis de la Demanda	37
3.5.1 Factores que afectan a la demanda	37
3.5.2 Comportamiento histórico de la demanda	37
3.5.3 Demanda actual	38
3.6 Análisis de la Oferta	38
3.6.1 Factores que afectan a la oferta	39
3.6.2 Oferta actual	39
3.7 Demanda Proyectada	39
3.7.1 Cuantificación de la demanda proyectada	39
3.8 Matriz DOFA	40

4. Plan Estratégico y Operativo de Mercadeo	42
4.1 Visión	42
4.2 Misión	42
4.3 Políticas y Valores	42
4.3.1 Políticas	42
4.3.2 Valores	42
4.4 Segmentación de Mercado	43
4.4.1 Mercado meta	43
4.5 Objetivos Estratégicos	43
4.6 Iniciativas Estratégicas	43
4.7 Producto	43
4.7.1 Productos y atributos	43
4.7.2 Ciclo de vida del producto	45
4.7.3 Estrategias del producto	46
4.8 Precio	46
4.8.1 Determinación de precios	46
4.8.2 Método de fijación de precios	46
4.8.3 Estrategia de precios	46
4.9 Logística	47
4.9.1 Estrategias de Distribución intensiva	47
4.10 Comunicación	47
4.11 Posicionamiento	49
4.11.1 Estrategias de posicionamiento	49

4.12 Director Mercadeo y Ventas	50
4.13 Plan de Acción	52
5. Presupuestos	55
5.1 Presupuesto Plan Estratégico	55
5.2 Proyección de Costos y Ventas	55
5.3 Proyección de Costo y Ventas por Año	56
5.3.1 Proyección de ventas	56
6. Estados Financieros Proyectados	57
7. Análisis Financiero	58
7.1 Inversiones	58
7.2 Valor Presente Neto	60
7.3 Tasa Interna de Retorno	61
7.4 Periodo de Recuperación de la Inversión	62
8. Responsabilidad Social y Empresarial	63
9. Impacto Ambiental	64
10. Conclusiones	66
11. Recomendaciones	67
Referencias Bibliográficas	68
Anexos	69