

|  |   |               |                 |
|--|---|---------------|-----------------|
|  | <b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS<br/>BIBLIOTECARIOS</b> | <b>Código</b> | FO-SB-<br>12/v0 |
|  | <b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>                            | <b>Página</b> | <b>1/1</b>      |

**RESUMEN TRABAJO DE GRADO**

**AUTOR(ES):**

**NOMBRE(S):** JENNIFER ANDREA **APELLIDOS:** CARDENAS BELEN

**NOMBRE(S):** MARY LUZ **APELLIDOS:** RANGEL SIERRA

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS:** TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

**DIRECTOR:**

**NOMBRE(S):** ALONSO **APELLIDOS:** TOSCANO NIÑO

**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS):** ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR DE LUBRICANTES EN LA CIUDAD DE CUCUTA

**RESUMEN**

El presente proyecto tiene como objetivo analizar el sector de lubricantes para vehículos con el fin de visualizar oportunidades de negocios y que contribuya a la gestión estratégica de mercadeo en la ciudad de Cúcuta. Se utiliza un tipo de investigación exploratorio y descriptivo para recolectar los datos requeridos para el desarrollo del proyecto. La población corresponde a las empresas compradoras de lubricantes en la ciudad de Cúcuta y se realiza un muestreo a los administradores y propietarios. Para analizar el comportamiento del cliente se toma como población a los propietarios de vehículos que circulan en la ciudad de Cúcuta. Los resultados presentan el estudio de mercado para determinar el comportamiento de los clientes actuales y potenciales, participación de mercado y análisis de la competencia. Igualmente, se analiza la situación actual de la comercialización de lubricantes en el mercado de la ciudad y se determina la segmentación del mercado para definir nuevos nichos. Por último, se formulan las estrategias que permitan proyectar las empresas del sector de lubricantes y se elabora un plan de acción con sus indicadores de gestión.

**PALABRAS CLAVE:** sector de lubricantes, análisis de mercado, planeación estratégica.

**CARACTERÍSTICAS:**

**PÁGINAS:** 150 **PLANOS:**      **ILUSTRACIONES:**      **CD ROOM:** 1

| <b>Elaboró</b>                  |            | <b>Revisó</b>     |            | <b>Aprobó</b>     |            |
|---------------------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| Equipo Operativo del<br>Proceso |            | Comité de Calidad |            | Comité de Calidad |            |
| <b>Fecha</b>                    | 24/10/2014 | <b>Fecha</b>      | 05/12/2014 | <b>Fecha</b>      | 05/12/2014 |

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR DE LUBRICANTES EN LA  
CIUDAD DE CUCUTA

JENNIFER ANDREA CARDENAS BELEN  
MARY LUZ RANGEL SIERRA

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

2016

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR DE LUBRICANTES EN LA  
CIUDAD DE CUCUTA

JENNIFER ANDREA CARDENAS BELEN

MARY LUZ RANGEL SIERRA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de  
Tecnología Comercial y Financiera

Director

ALONSO TOSCANO NIÑO

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2016



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

**HORA:** 04:00 P.M.  
**FECHA:** OCTUBRE 10 DEL 2016  
**LUGAR:** CREAD 3 PISO SALA 4  
**JURADOS:** LUZ MARINA PEÑA  
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER  
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

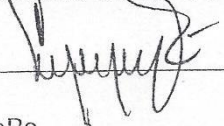
**TITULO DE LA TESIS:** ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR  
LUBRICANTES EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

**DIRECTOR:** ALONSO TOSCANO NIÑO

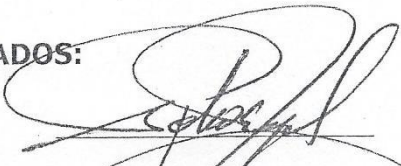

| <b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>     | <b>CODIGO</b>  | <b>NOTA</b> | <b>CALIFICACION</b> |
|---------------------------------------|----------------|-------------|---------------------|
| <u>MARY LUZ RANGEL SIERRA</u>         | <u>1460245</u> | <u>4.2</u>  | <u>CUATRO. DOS</u>  |
| <u>JENNIFER ANDREA CARDENAS BELEN</u> | <u>1461000</u> | <u>4.2</u>  | <u>CUATRO. DOS</u>  |

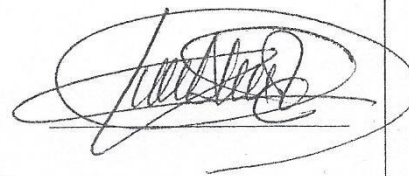
**PLAN DE ESTUDIO:** TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

**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                           | 21          |
| 14 Objetivos   | 21          |
| 1.4.1 Objetivo general                                 | 21          |
| 1.4.2 Objetivos específicos                            | 21          |
| 1.5 Justificación                                      | 22          |
| 1.6 Limitaciones                                       | 23          |
| 1.7 Alcances   | 24          |
| 2. Marco de Referencia                                 | 25          |
| 2.1 Antecedentes Bibliográficos                        | 25          |
| 2.2 Marco Teórico                                      | 26          |
| 2.3 Marco Conceptual                                   | 31          |
| 2.4 Marco Legal  | 34          |
| 2.5 Marco Situacional                                  | 37          |
| 3. Diseño Metodológico                                 | 38          |
| 3.1 Tipos de Investigación                             | 38          |
| 3.2 Población y Muestra                                | 39          |
| 3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información | 42          |
| 3.4 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos      | 42          |

|  |    |
|--|----|
| 4. Diagnostico Estratégico   | 44 |
| 4.1 Diagnostico Administrativo   | 45 |
| 4.2 Diagnostico Interno  | 47 |
| 4.2.1 Capacidad directiva  | 48 |
| 4.2.2 Capacidad competitiva  | 48 |
| 4.2.3 Capacidad tecnológica  | 48 |
| 4.2.4 Capacidad de talento humano  | 49 |
| 4.2.5 Capacidad financiera   | 50 |
| 4.3 Diagnostico Externo  | 51 |
| 4.3.1 Factores económicos  | 52 |
| 4.3.2 Factores socio-culturales  | 53 |
| 4.3.3 Factores político - legislativos   | 53 |
| 4.3.4 Factores tecnológicos  | 54 |
| 4.3.5 Factores competitivos  | 54 |
| 4.3.6 Factores geográficos   | 55 |
| 4.4 Matriz DOFA  | 56 |
| 5. Estudio del Mercado   | 59 |
| 5.1 Objetivos del Estudio de Mercado   | 59 |
| 5.1.1 Objetivo general   | 59 |
| 5.1.2 Objetivos específicos  | 60 |
| 5.2 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información del Estudio de Mercado |    |
| Aplicado a los Clientes  | 60 |
| 5.2.1 Clientes propietarios de vehículos   | 60 |
| 5.2.2 Distribuidores   | 65 |

|   |    |
|---|----|
| 6. Análisis de la Situación Actual                            | 76 |
| 6.1 Análisis del Sector                                       | 76 |
| 6.1.1 Sector de lubricantes                                   | 76 |
| 6.1.2 Mercado colombiano                                      | 78 |
| 6.2 Determinación del Mercado Meta                            | 79 |
| 6.3 Segmentación de Mercados                                  | 81 |
| 6.3.1 Ventajas de segmentación de mercados                    | 81 |
| 6.3.2 Proceso de segmentación de mercados                     | 82 |
| 6.3.3 Características de un segmento de mercado               | 83 |
| 6.3.4 Variables de Segmentación de consumidores               | 84 |
| 6.4 Productos   | 87 |
| 6.4.1 Lubricantes   | 87 |
| 6.4.2 Clasificación de los aceites lubricantes por su origen  | 88 |
| 6.4.3 Bases lubricantes                                       | 88 |
| 6.4.4 Aditivos  | 89 |
| 6.4.5 Posicionamiento de los productos                        | 89 |
| 6.4.6 Ciclo de vida de las empresas del sector de lubricantes | 90 |
| 6.5 Análisis del Servicio                                     | 91 |
| 6.5.1 Gerencia del servicio                                   | 91 |
| 6.5.2 Triángulo del servicio                                  | 92 |
| 6.5.3 Clientes.   | 93 |
| 6.5.4 Sistemas  | 96 |
| 6.5.5 Gente   | 98 |
| 6.6 Direccionamiento Estratégico                              | 99 |

|  |     |
|--|-----|
| 6.6.1 Principios corporativos                                    | 99  |
| 6.6.2 Misión   | 100 |
| 6.6.3 Visión   | 102 |
| 6.6.4 Objetivos Corporativos                                     | 103 |
| 6.6.5 Valores organizacionales                                   | 105 |
| 6.7 La Competencia   | 105 |
| 6.7.1 Precios del mercado  | 106 |
| 6.7.2 Calidad de los productos                                   | 107 |
| 6.7.3 Ubicación de la competencia                                | 107 |
| 6.7.4 Naturaleza de la competencia                               | 109 |
| 6.8 Distribución   | 110 |
| 6.8.1 Tipo de distribución                                       | 110 |
| 6.8.2 Canales de distribución                                    | 110 |
| 6.9 Promoción  | 112 |
| 7. Estrategias para el Sector de Comercialización de Lubricantes | 114 |
| 7.1 Formulación de Estrategias                                   | 114 |
| 7.2 Estrategias de Penetración de Mercado                        | 116 |
| 7.2.1 Estrategias de desarrollo de mercado                       | 117 |
| 7.2.2 Estrategia de desarrollo de producto                       | 118 |
| 7.3 Estrategia de Precio   | 119 |
| 7.4 Estrategia de Distribución                                   | 121 |
| 7.4.1 Estrategia de aspiración                                   | 122 |
| 7.5 Estrategias de Posicionamiento                               | 122 |
| 7.6 Estrategia de promoción                                      | 123 |



|  |     |
|--|-----|
| 7.6.1 Merchandising  | 123 |
| 7.6.2 Publicidad   | 124 |
| 7.6.3 Materiales P.O.P (Point of purchase o punto de compra)                   | 127 |
| 7.7 Estrategias de Servicio  | 127 |
| 7.7.1 Programa de fidelización de clientes                                     | 127 |
| 7.7.2 Posicionar variables de atención, servicio y calidad ofrecidas           | 128 |
| 7.7.3 Capacitación en servicio al cliente                                      | 128 |
| 7.8 Difundir Direccionamiento Estratégico Propuesto                            | 129 |
| 8. Diseño del Plan de Acción para el Sector de Comercialización de Lubricantes | 130 |
| 8.1 Plan de Acción   | 130 |
| 8.2 Implementación del Plan de Acción  | 131 |
| 8.3 Presupuesto del Plan de Acción   | 136 |
| 8.4 Indicadores de Gestión   | 138 |
| 8.4.1 Indicadores de gestión   | 138 |
| 8.4.2 Metodología para la construcción de indicadores                          | 138 |
| 8.4.3 Indicadores de gestión empresarial                                       | 139 |
| 9. Conclusiones  | 141 |
| 10. Recomendaciones  | 144 |
| Referencias Bibliográficas   | 146 |
| Anexos   | 148 |