



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): YINA MARCELA _____ **APELLIDOS:** CASTRO CHAVARRO _____

FACULTAD: _____ CIENCIAS EMPRESARIALES _____

PLAN DE ESTUDIOS: _____ TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION COMERCIAL Y FINANCIERA _____

DIRECTOR:

NOMBRE (S): JORGE IGNACIO _____ **APELLIDOS:** GOMEZ _____

TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA EMPRESA APÍCOLA GÉNESIS EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS _____

RESUMEN:

La empresa Apícola Génesis es un productor y comercializador de tipo microempresario de miel y sub productos relacionados, que en el transcurso de los dos últimos años ha visto crecer su negocio pero la falta de formación empresarial de sus socios, hace difícil desarrollar mayores oportunidades de negocios. Por esto según su solicitud se estableció un plan estratégico, que los ubica y capacita para realizar una gestión empresarial enfocada al área comercial para así a corto plazo ampliar su producción y mejorar su nivel de vida.

Palabras clave: plan estratégico, presupuesto, visión, misión, propuesta

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 63

PLANOS: _____ **ILUSTRACIONES:** _____ **CD-ROM:** 1

PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA EMPRESA
APÍCOLA GÉNESIS EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS

YINA MARCELA CASTRO CHAVARRO

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 EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA EMPRESA
APÍCOLA GÉNESIS EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS

YINA MARCELA CASTRO CHAVARRO

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

Director:
JOSE IGNACIO GÓMEZ S.
Ingeniero Biotecnológico

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION
COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA
2014



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

HORA: 10:00 A.M.
FECHA: ABRIL 05 DEL 2014
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: JOSE ALEXANDER DURAN
SANDRA PATRICIA AVENDAÑO
GUSTAVO ADOLFO LAROTTA

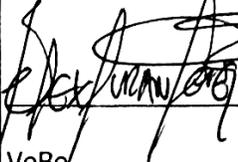
TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA EMPRESA APICOLA GENESIS EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS

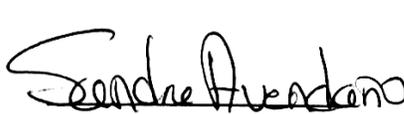
DIRECTOR: JOSE IGNACIO GOMEZ

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>YINA MARCELA CASTRO CHAVARRO</u>	<u>1461043</u>	<u>3.8</u>	<u>TRES. OCHO</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:


VoBo.






COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	16
1. EL PROBLEMA	15
1.1 TÍTULO	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2.1 Formulación del problema	15
1.2.2 Sistematización del problema	15
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	15
1.3.1 Objetivo general	15
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 JUSTIFICACION	16
1.5 LIMITACIONES	16
1.6 ALCANCES	17
2. MARCO TEORICO	18
2.1 ANTECEDENTES	18
2.1.1 El sector Apícola en Norte de Santander	19
2.1.2 Antecedentes históricos	19
2.1.3 Portafolio de servicios	19
2.2 BASES TEORICAS	20
2.3 BASES LEGALES	22
2.4 DEFINICION DE TERMINOS	25

2.5 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL	27
2.5.1 Análisis interno	27
2.6 ANALISIS DE MATRICES	28
2.6.1 Modelo de Porter	28
2.6.2 Matriz DOFA	29
3. INVESTIGACION Y SEGMENTACION DE MERCADO	31
3.1 TIPO DE INVESTIGACION	31
3.2 POBLACION	31
3.3 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS	31
3.4 MUESTRA	31
3.5 DETERMINACIÓN TAMAÑO DE LA MUESTRA	32
3.5.1 Instrumentos	32
3.6 TECNICAS DE ANÁLISIS	32
3.7 GRÁFICOS	33
3.8 ANÁLISIS	38
4. PLAN ESTRATÉGICO Y OPERATIVO DE MERCADEO	39
4.1 VISIÓN	39
4.2 MISION	39
4.3 POLÍTICAS Y VALORES	39
4.3.1 Políticas	39
4.3.2 Valores	39
4.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	39
4.4.1 Mercado meta	39

4.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	40
4.6 ESTRATÉGIA DE MERCADEO	40
4.7 PRODUCTO	41
4.7.1 Presentación del producto	42
4.7.2 Características y atributos	44
4.7.3 Ciclo de vida del producto	44
4.7.4 Estrategias del producto	44
4.8 PRECIO	44
4.8.1. Determinación de precio	44
4.8.2 Método de fijación de precios	45
4.8.3 Estrategia de precios	45
4.9 LOGISTICA	45
4.9.1 Estrategias de distribución (intensiva)	45
4.10 COMUNICACIÓN	47
4.10.1 Publicidad	47
4.11 POSICIONAMIENTO	50
5. PRESUPUESTO PLAN ESTRATEGICO	51
5.1 PRESUPUESTO	51
5.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL RSE	53
5.2.1 Desarrollo de una campaña educativa hacia los niños.	53
5.2.2 Impacto ambiental	53
6. CONCLUSIONES	55
7. RECOMENDACIONES	56

BIBLIOGRAFIA

57

ANEXOS

58