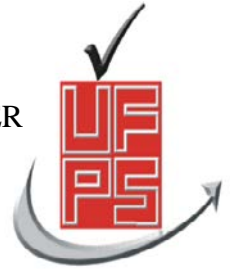




UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
DIVISION BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



## RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTORES:

NOMBRE(S) GRECIA JHOEM APELLIDO(S) RAMIREZ MEJIA  
NOMBRE(S) CLAUDIA PATRICIA APELLIDO(S) RODRIGUEZ GARCIA

FACULTAD DE: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE: TECNOLOGIA EN COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S) GUSTAVO ADOLFO APELLIDO(S) LA ROTTA

TÍTULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA SUMINISTROS Y SERVICIOS ELECTRICOS DE COLOMBIA - SUMSELCOL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

RESUMEN

El presente trabajo materializa el diseño de un plan estratégico para la empresa de suministros y servicios eléctricos de Colombia - SUMSELCOL con el objeto que se vaya preparando para enfrentar la oportunidad que ofrece el mercado, situación que le permitirá cumplir con sus expectativas de crecimiento y por ende de utilidad neta esperada por sus propietarios.

*Palabras claves:* Planificaciones estratégica, mercadeo estratégico, satisfacción de cliente, ventaja competitiva, portafolio de servicios.

CARACTERISTICAS:

PÁGINAS: 120 PLANOS        ILUSTRACIONES CD-ROM:   1

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA SUMINISTROS Y SERVICIOS  
ELECTRICOS DE COLOMBIA - SUMSELCOL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

GRECIA JHOEM RAMIREZ MEJIA  
CLAUDIA PATRICIA RODRIGUEZ GARCIA

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

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA SUMINISTROS Y SERVICIOS  
ELECTRICOS DE COLOMBIA - SUMSELCOL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

GRECIA JHOEM RAMIREZ MEJIA  
CLAUDIA PATRICIA RODRIGUEZ GARCIA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de tecnóloga comercial y  
financiera

Director  
GUSTAVO ADOLFO LA ROTTA  
Administrador de Empresas

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



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

**HORA:** 9:00 A.M.  
**FECHA:** SEPTIEMBRE 29 DEL 2014  
**LUGAR:** CREAD SALA DE TUTORES  
**JURADOS:** IVAN ENRIQUE VILLAMIZAR  
LUDY STELLA VILLAMIZAR  
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA SUMINISTRO Y SERVICIOS ELECTRICOS DE COLOMBIA SUMSELCOL EN LA CIUDAD DE CUCUTA

**DIRECTOR:** GUSTAVO ADOLFO LA ROTTA

<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>GRECIA JHOEM RAMIREZ MEJIA</u>	<u>1461311</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>
<u>CLAUDIA PATRICIA RODRIGUEZ GARCIA</u>	<u>1461353</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

	pág.
INTRODUCCIÓN	16
1. PROBLEMA	18
1.1 TITULO	18
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.3 OBJETIVOS	18
1.3.1 Objetivo general	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 JUSTIFICACION	19
1.5 LIMITACIONES Y/ O ALCANCES	19
1.5.1 Limitaciones	19
1.5.2 Alcances	19
3. MARCO TEÒRICO	20
3.1 . PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	20
3.2 MERCADEO ESTRATÉGICO.	20
3.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.	20
3.4 MERCADEO	20
3.5 1.MARCA	21
3.6 ORIENTACIÓN A LAS VENTAS.	21
3.7 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.	21
3.8 REFERENTE TEORICO	21

3.8.1 Antecedentes	21
3.9 BASES CONCEPTUALES	22
3.10 MARCO LEGAL	24
3.11 SISTEMA DE HIPÓTESIS	25
3.12 SISTEMA DE VARIABLES	26
3.13 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	26
4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	27
4.1 CAPACIDAD LIDERAZGO	30
4.2 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA	30
4.3 CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO	30
4.4 CAPACIDAD FINANCIERA	33
4.5 CAPACIDAD DE MERCADEO	34
4.6 MATRIZ DOFA	35
5. METODOLOGÍA	37
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	37
5.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	38
5.2.1 Población	38
5.2.2 Muestra	38
5.3 INSTRUMENTOS	39
5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	39
5.5 ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA	40
5.5.1 Procesamiento de la información	40
5.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	50

5.6.1 Factores que afectan a la demanda	50
5.6.2 Comportamiento histórico de la demanda	50
5.6.3 Demanda actual	51
5.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA	52
5.7.1 Factores que afectan a la oferta	52
5.7.2 Oferta actual	52
5.8 DEMANDA PROYECTADA	53
6. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO	54
6.1.1 Usos del producto	59
6.1.2 Ciclo de vida del producto y servicios	60
6.1.3 Estrategias del producto y servicios	60
6.1.4 Envase, empaque, embalaje	62
6.1.5 Productos similares	64
6.2 PRECIO	65
6.2.1 Determinación de precios	65
6.2.2 Método de fijación de precios	66
6.2.3 Estrategia de precios	66
6.3 LOGÍSTICA	73
6.3.1 Estrategias de distribución	73
6.3.2 Canales de comercialización con base en la tipificación de los clientes	74
6.4 COMUNICACIÓN	75
6.4.1 Publicidad	75
6.5 PLAN DE ACCIÓN	79

7. PRESUPUESTO DEL PLAN ESTRATÉGICO	83
7.1 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	83
7.1.1 Inversión fija	83
7.1.2 Inversión diferida	83
7.1.3 Capital de trabajo inicial	84
7.1.4 Inversión total	84
7.1.5 Cronograma de inversiones	85
7.1.6 Capital disponible	86
7.2 POLÍTICAS FINANCIERAS	86
7.3 ESTUDIO DEL FINANCIAMIENTO	87
7.3.1 Estructura del financiamiento	87
7.3.2 Líneas de crédito y sus condiciones	88
7.3.3 Cuadro de servicio de la deuda	88
7.3.4 Presentación de los presupuestos	89
7.4 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	90
7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	96
7.6 ESTADOS FINANCIEROS	98
7.7 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO A TRES AÑOS	99
7.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO-TRIMESTRAL	100
7.9 BALANCE GENERAL PROYECTADO A TRES AÑOS	101
7.10 8. Flujo de caja	101
7.11 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	102
7.12 FLUJO DE CAJA FINANCIERO	103
7.13 EVALUACIÓN DEL PROYECTO	104



7.13.1 Período de recuperación de la inversión	105
7.13.2 Valor presente neto	105
7.13.3 Tasa interna de retorno	106
7.13.4 Razón costo beneficio	108
7.13.5 Análisis de sensibilidad	108
7.13.6 Razones e indicadores financieros de utilidad para el proyecto	109
7.14 EVALUACIÓN ECONÓMICA	109
7.14.1 Beneficios y costos económicos relevantes	109
8. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL	111
8.1 INICIATIVA DE LA EMPRESA PARA LA RSE	111
8.2 COMPORTAMIENTO SOCIALMENTE RESPONSABLE	111
9. IMPACTO AMBIENTAL	113
10. CONCLUSIONES	116
11. RECOMENDACIONES	117
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	118
ANEXOS	119