



**GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS
BIBLIOTECARIOS**

Código FO-SB-12/v0

ESQUEMA HOJA DE RESUMEN

Página 1/1

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): SANDRA PAOLA APELLIDOS: RAMIREZ FLOREZ

NOMBRE(S): MÓNICA ANDREA APELLIDOS: GUERRA SERNA

FACULTAD: CIENCIA EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): JOSE ORLANDO APELLIDOS: GARCIA MENDOZA

CODIRECTOR:

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE MERCADEO PARA LA HELADERÍA LA RIOJA EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

RESUMEN

Este proyecto realizó un plan de mercadeo para la heladería la rioja en la ciudad de Cúcuta. Para ello, se realizó una investigación tipo descriptiva que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción. Para la recolección de información se utilizó un cuestionario tipo diagnóstico de preguntas dicotómicas para el propietario de la HELADERÍA LA RIOJA, con el fin de diagnosticar la situación actual del área de mercadeo, como lo establece el plan. LA población a estudiar son los 450 clientes actuales entre fieles y ocasionales de HELADERÍA LA RIOJA. Se realizó, el plan de mercadeo para la HELADERÍA LA RIOJA como estrategia de expansión del helado asado en la ciudad de Cúcuta. Seguidamente, se evaluó interna y externamente la situación actual del área de mercadeo y ventas de la empresa HELADERÍA LA RIOJA, identificando sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Posteriormente, se analizó la situación actual comercial para identificar posibilidades de mejoramiento de la participación de mercado, posicionamiento y mejora del servicio al cliente. Finalmente, se formularon las estrategias de mercadeo y su plan de acción que proyecte el crecimiento y desarrollo comercial hacia el futuro.

PALABRAS CLAVE: plan de mercadeo, servicio al cliente, cuestionario tipo diagnóstico.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 127 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:** 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

PLAN DE MERCADEO PARA LA HELADERÍA LA RIOJA EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

SANDRA PAOLA RAMIREZ FLOREZ

MÓNICA ANDREA GUERRA SERNA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIA EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2019

PLAN DE MERCADEO PARA LA HELADERÍA LA RIOJA EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

SANDRA PAOLA RAMIREZ FLOREZ

MÓNICA ANDREA GUERRA SERNA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Tecnología Comercial y Financiera

Director:

JOSE ORLANDO GARCIA MENDOZA

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIA EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2019



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

HORA: 10:30 AM
FECHA: 23 DE MARZO DEL 2019
LUGAR: OFICINA PLAN DE ESTUDIO ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
JURADOS: LUIS FRANCISCO SAYAGO GOMEZ
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

TITULO DE LA TESIS: PLAN DE MERCADEO PARA LA HELADERIA LA RIOJA EN LA CIUDAD DE CUCUTA

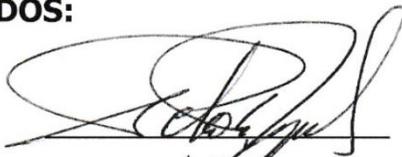
DIRECTOR: JOSE ORLANDO GARCIA MENDOZA

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>SANDRA PAOLA RAMIREZ FLOREZ</u>	<u>1462145</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>
<u>MONICA ANDREA GUERRA SERNA</u>	<u>1462214</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>

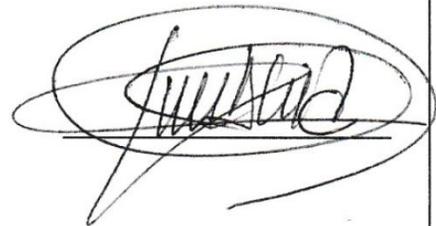
PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:


VoBo.



COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR



Contenido

	pág.
Introducción	15
1. Problema	17
1.1. Título	17
1.2. Planteamiento del Problema	17
1.3 Formulación del Problema	19
1.4 Justificación	19
1.5 Objetivos	20
1.5.1 Objetivo general.	20
1.5.2 Objetivos específicos.	20
2. Marco Referencial	21
2.1. Antecedentes Históricos	21
2.2 Antecedentes Empíricos	21
2.3 Antecedentes Bibliograficos	22
2.4 Marco Teórico	23
2.4.1 Mercadeo.	23
2.4.2. Plan de Marketing.	25
2.4.3. Segmentación del Mercado.	26
2.4.4. Investigación de Mercados.	26
2.4.5. Posicionamiento en el Mercado.	27
2.5 Marco Conceptual	27
2.6 Marco Legal	30
3. Diseño Metodológico	33

3.1 Naturaleza de la Investigacion	33
3.2 Población y Muestra	34
3.2.1. Población:	34
3.2.2. Cálculo de la muestra:	35
3.3 Instrumentos para la Recolección de Información	36
3.4 Técnicas de Análisis	37
4. Diagnostico Estratégico	39
4.1 Diagnostico Interno	41
4.2 Evaluación de Capacidad Interna	42
4.2.1 Capacidad Directiva	42
4.2.2 Capacidad de Talento Humano.	44
4.2.3 Capacidad competitiva.	45
4.2.4 Capacidad Financiera.	46
4.2.5 Capacidad Tecnológica.	46
4.3 Diagnostico Externo	48
4.3.1 Factores económicos.	49
4.3.2 Factores políticos y legales.	51
4.3.3 Factores competitivos.	51
4.3.4 Factores Sociales.	52
4.3.5 Factores tecnológicos.	53
4.4 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	55
4.4.1 Poder de Negociación de los Proveedores.	55
4.4.2 Poder de Negociación de los Consumidores.	55
4.4.3. Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores.	56

4.4.4 Intensidad de la Rivalidad entre los Competidores Actuales.	57
4.4.5 Amenaza de Productos Sustitutos.	58
4.5 Tabulacion, Interpretación y Analisis de la Informacion del Estudio de Mercado Aplicado a los Clientes	59
4.6 Matriz Dofa	67
4.7 Principios Organizacionales de Heladería la Rioja	70
5. Análisis de la Situación Actual	73
5.1 Producto	74
5.1.1 Concepto del producto	74
5.1.2. Diferenciación del producto	75
5.1.3 Descripción del producto Helado asado.	75
5.1.4. Ciclo de vida del producto	78
5.1.5. Precio del producto	81
5.2 Análisis de la Competencia	81
5.3 Proveedores	83
5.4 Análisis de Clientes y Mercado	84
5.4.1. Mercado Meta	84
5.4.2 Mercado Potencial	85
5.5 Segmentacion de Mercados	85
5.5.1. Características de un Segmento de Mercado	86
5.5.2 Variables de Segmentación de clientes	87
5.6. Distribucion del Producto	89
5.6.1 Tipo de Distribución:	89
5.6.2 Canales de Distribución:	90

5.6.3. Tipo de mercadeo:	90
5.7 Promocion del Producto	91
5.8 Clientes	91
6. Plan de Mercadeo para la Heladería la Rioja en la Ciudad de Cúcuta	93
6.1 Formulación de Estrategias	94
6.2 Estrategia de Producto	95
6.3 Estrategias de Posicionamiento	96
6.4 Estrategias de Precio	97
6.5 Estrategias de Distribución	98
6.6 Estrategia de Promocion	100
6.5 Estrategias de Desarrollo del Personal	102
6.6 Estrategia de Servicio Alcliente	103
6.7 Difundir Direccionamiento Estratégico	104
7. Plan de Accion para la Heladería la Rioja en la Ciudad de Cúcuta	105
7.1 Plan de Acción	105
7.2 Implementación del Plan de Acción	106
7.3 Presupuesto del Plan de Acción	111
7.4 Indicadores del Plan de Acción	113
7.4.1. Índices del mercado.	114
7.4.2 Índice de clientes.	115
7.4.3 Índices de comercialización.	116
7.4.4. Otros indicadores	116
8. Conclusiones	118
9. Recomendaciones	121

Referencias Bibliográficas	123
Anexos	124