



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



## RESUMEN TESIS DE GRADO

**AUTOR (ES):**

**NOMBRE (S):** MILLERLANDY \_\_\_\_\_

**APELLIDOS:** FITZGERAL GIL \_\_\_\_\_

**NOMBRE (S):** ASTRID LILIANA \_\_\_\_\_

**APELLIDOS:** CRISTANCHO REATIGA \_\_\_\_\_

**FACULTAD:** \_\_\_\_\_ CIENCIAS EMPRESARIALES \_\_\_\_\_

**PLAN DE ESTUDIOS:** \_\_\_\_\_ ADMINISTRACION FINANCIERA \_\_\_\_\_

**DIRECTOR:**

**NOMBRE (S):** ALONSO \_\_\_\_\_

**APELLIDOS:** TOSCANO NIÑO \_\_\_\_\_

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA UNIVERSAL MEDIK S.A.S.

### RESUMEN:

El presente proyecto utilizó un tipo de investigación descriptivo para aplicar un plan estratégico a una empresa comercializadora de productos médicos terapéuticos para el mercado cucuteño. Se logró realizar una evaluación interna y externa de la situación actual de la empresa UNIVERSAL MEDIK S.A.S.O., y se estudio el mercado para determinar el grado de satisfacción de clientes actuales, participación de mercado y análisis de la competencia. Igualmente, se definieron las estrategias que permiten la proyección comercial y administrativa de la empresa. Por último, se elaboró un plan de acción con sus respectivos indicadores de gestión para UNIVERSAL MEDIK S.A.S.

Palabras claves: diagnóstico estratégico, estudio de mercado, competitividad, estrategias.

### CARACTERÍSTICAS:

**PAGINAS:** 135

**PLANOS:**

**ILUSTRACIONES:**

**CD-ROM:** 1

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA UNIVERSAL MEDIK S.A.S.

MILLERLANDY FITZGERAL GIL

ASTRID LILIANA CRISTANCHO REATIGA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2015

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA UNIVERSAL MEDIK S.A.S.

MILLERLANDY FITZGERAL GIL

ASTRID LILIANA CRISTANCHO REATIGA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título en

Administración Financiera

Director

ALONSO TOSCANO NIÑO

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2015



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

**HORA:** 3:00 P.M.  
**FECHA:** MARZO 19 DE 2015  
**LUGAR:** CREAD SALA 4  
**JURADOS:** LUZ MARINA PEÑA  
MARIA ASCENCION ACEVEDO  
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

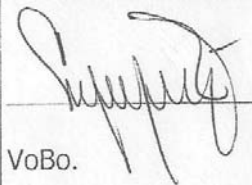
**TITULO DE LA TESIS:** PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA UNIVERSAL  
MEDIK S.A.S

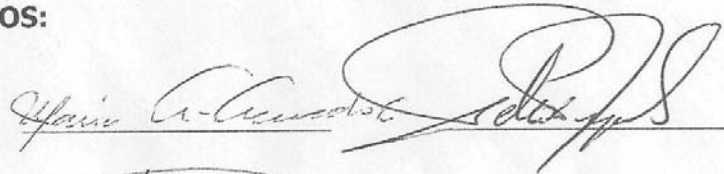
**DIRECTOR:** ALONSO TOSCANO NIÑO

<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>MILLERLANDY FITZGERAL GIL</u>	<u>1490399</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>
<u>ASTRID LILIANA CRISTANCHO R.</u>	<u>1490423</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**

  
VoBo.



  
COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	16
1. Problema	18
1.1 Título	18
1.2 Planteamiento del Problema	18
1.3 Objetivos	20
1.3.1 Objetivo general	20
1.3.2 Objetivos específicos	20
1.4 Justificación	20
1.5 Limitaciones	22
1.6 Alcances	22
2. Marco Referencial	23
2.1 Antecedentes Históricos	23
2.2 Antecedentes Bibliográfico	23
2.3 Marco Teórico	25
2.3.1 Planeación estratégica	25
2.3.2 Planeación financiera	26
2.3.3 Planeación estratégica financiera	26
2.3.4 Teorías financieras	27
2.4 Marco Legal	28
2.5 Marco Conceptual	30
3. Metodología	33
3.1 Tipos de Investigación	33

3.2 Población	34
3.3 Muestra	34
3.4 Instrumentos	36
3.5 Fuentes de Información	36
3.5.1 Fuentes primarias	36
3.5.2 Fuentes secundarias	36
3.6 Técnicas de Análisis	37
4. Diagnostico Estratégico	38
4.1 Analisis de las Areas de la Empresa	40
4.1.1 Áreas administrativas	40
4.1.2 Área contable y financiera	41
4.1.3 Área de mercadeo y ventas	41
4.2 Diagnostico Interno	42
4.3. Capacidades de Análisis del Diagnostico Interno	43
4.3.1 Perfil de Capacidad Interna de la empresa (PCI)	43
4.4 Diagnostico Externo	48
4.4.1 Perfil y Oportunidades y Amenazas del medio (POAM)	51
4.5 Matriz DOFA	57
5. Estudio del Mercado	60
5.1 Objetivos del Estudio de Mercado	60
5.2 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	60
6. Análisis Situacional	69
6.1 Mercados	69
6.1.1 Mercado Disponible	69

6.1.2 Mercado Real	69
6.1.3 Mercado Potencial	70
6.1.4 Mercado Meta	70
6.2 Segmentacion de Mercado	71
6.2.1 Características de un Segmento de Mercado	71
6.2.2 Variables de Segmentación de clientes	72
6.3 Direccionamiento Estratégico	74
6.3.1 Principios Corporativos	74
6.3.2 Misión	75
6.3.3 Visión	77
6.3.4 Objetivos Corporativos	79
6.4 Líneas de Productos	82
6.4.1 Línea de Glucometría	83
6.4.2 Línea de equipos médicos (marca TENSO)	85
6.4.3 Línea cardiovascular de piernas (ortopedico futuro MARCA NO-VARIX)	87
6.4.4 Línea de ortopedia blanda (MARCA ENTIS LABORATORIOS)	89
6.4.5 Posicionamiento de los productos	91
6.5 La Competencia	91
6.5.1 Calidad de los productos	92
6.5.2 Ubicación de la competencia	93
6.5.3 Mercado de la competencia	94
6.5.4 Clientes	94
6.6 Distribución	96
6.6.1 Tipo de Distribución	96

6.6.2 Canales de Distribución	97
6.7 Promoción	98
6.8 Personal	98
6.8.1 Organigrama	98
7. Formulacion de Estrategias para la Empresa Universal Medik S.A.S.	100
7.1 Objetivos del Plan	100
7.2 Políticas del Plan	101
7.3 Estrategias	101
7.3.1 Análisis Estratégico	102
7.3.2 Alternativas estratégicas	102
7.3.3 Penetración en el Mercado	103
7.3.4 Estrategias de desarrollo de mercado	104
7.3.5 Estrategia de posicionamiento	105
7.3.6 Estrategias de precio	107
7.3.7 Estrategia de promoción	107
7.3.8 Estrategias de desarrollo del personal	109
7.3.9 Estrategias Administrativas	110
8. Diseño del Plan de Accion para Universal Medik S.A.S.	111
8.1 Plan de Acción	111
8.2 Implementación del Plan de Acción	112
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	117
8.4 Control, Supervisión y Evaluación del Plan de Acción	119
8.4.1 El Control	119
8.4.2. Supervisión	119



8.4.3. Evaluación	120
8.5 Indicadores de Gestión	120
8.5.1 Indicadores de gestión	121
8.5.2 Metodología para la construcción de indicadores.	122
8.5.3 Indicadores de gestión empresarial	122
8.5.4 Indicadores financieros	124
9. Conclusiones	126
10. Recomendaciones	129
Bibliografía	131
Anexos	132