



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): DIANA MILENA

NOMBRE (S): DIGNERY

APELLIDOS: ESCAMILLA SILVA

APELLIDOS: GONZALEZ CÁCERES

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACION FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): FABIAN YESID

APELLIDOS: DAVILA LÓPEZ

TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MULTIMÉDICOS DEL ORIENTE LTDA.

RESUMEN:

Esta investigación fue cuantitativa y se desarrolló utilizando la técnica de trabajo de campo, para recopilar datos directamente de la empresa por medio de la información suministrada por sus funcionarios. Se logró analizar en el rubro de ventas la variación durante los años 2011, 2012 y 2013. Igualmente, se determinaron las posibles causas de las variantes y los procesos aplicados durante dichos periodos para replantearlos. Por último, se compararon las fuerzas competitivas con las del mercado y se elaboró un plan estratégico para los próximos tres años que permita fortalecer las estrategias de mercadeo de la empresa.

Palabras clave: diagnóstico estratégico, análisis de mercado, plan de acción.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 115

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MULTIMÉDICOS DEL ORIENTE LTDA.

DIANA MILENA ESCAMILLA SILVA

DIGNERY GONZALEZ CÁCERES

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA

SAN JOSE DE CÚCUTA

2014

2

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MULTIMÉDICOS DEL ORIENTE LTDA.

DIANA MILENA ESCAMILLA SILVA

DIGNERY GONZALEZ CÁCERES

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de

Administrador Financiero

Director:

FABIAN YESID DAVILA LÓPEZ

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA

SAN JOSE DE CÚCUTA

2014



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

HORA: 5:00 P.M.
FECHA: SEPTIEMBRE 26 DE 2014
LUGAR: CREAD 3 PISO SALA FOTOGRAFIA
JURADOS: NELSON LIBARDO QUINTERO MOLINA
GUILLERMO REYES VILLAMIZAR
MARCOS ANTONIO MOROS IBARRA

TITULO DE LA TESIS: PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA MULTIMEDICOS DEL ORIENTE LTDA



DIRECTOR: FABIAN YESID DAVILA LOPEZ

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>DIANA MILENA ESCAMILLA SILVA</u>	<u>1490458</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO. UNO</u>
<u>DIGNERY GONZALEZ CACARES</u>	<u>1490471</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO. UNO</u>

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	16
1.1 Título	16
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.3 Delimitación del Problema	17
1.4 Formulación del Problema	17
1.5 Objetivos	18
1.5.1 Objetivo general	18
1.5.2 Objetivos específicos	18
1.6 Justificación	18
1.7 Limitaciones	19
1.7.1 De espacio	19
1.7.2 De fuentes	19
1.8 Alcances	19
2. MARCO REFERENCIAL	21
2.1 Antecedentes	21
2.1.1 Antecedentes empíricos	21
2.1.2 Antecedentes bibliográficos	22
2.2 Marco Teórico	23
2.3 Marco Legal	26
2.4 Definición de Términos	27

2.5 Sistema de Hipótesis	29
2.6 Variables	29
2.6.1 Variable dependiente	29
2.6.2 Variables independientes	29
2.6.3 Variables intervinientes	29
3. METODOLOGIA	30
3.1 Tipo de Investigación	30
3.2 Diseño de la Investigación	30
3.3 Población y Muestra	30
3.4 Fuentes e Instrumentos de Recolección	31
4. PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA MULTIMÉDICOS DEL ORIENTE LTDA.	32
4.1 Análisis de la Situación Interna	36
4.1.1 Factor crítico de éxito	36
4.1.2 De administración de personal	37
4.1.3 De Determinado grado de operación	37
4.1.4 De abastecimiento oportuno	37
4.1.5 Situación financiera	37
4.2 Análisis de la Situación Externa	38
4.2.1 Análisis económico	38
4.2.2 De Desarrollo	45
4.2.3 Competencia del Mercado	50
4.3 Diagnostico de Situación DOFA	55
4.4 Diagnostico de Situación Competitiva	57

4.4.1 Análisis de las variaciones del rubro de ventas durante los años 2011, 2012 y 2013	79
4.5 Identificación y Definición de Objetivos Estratégicos	87
4.5.1 Objetivos cuantitativos para la estrategia de ventas	88
4.5.2 Objetivos cualitativos para la estrategia de ventas	89
4.6 Selección de Estrategias Corporativas	89
4.7 Elaboración del Planes de Acciones Comercial	90
4.7.1 Acciones	90
4.7.2 Indicadores	92
4.7.3 Plazos	93
4.7.4 Responsables	94
4.7.5 Entomarketing.	95
4.8 Seguimiento	97
4.8.1 Claves para involucrar al equipo en la implementación del Plan Estratégico de ventas	99
4.9 Evaluación	104
6. CONCLUSIONES	107
7. RECOMENDACIONES	110
BIBLIOGRAFÍA	111
ANEXOS	115