



**RESUMEN TESIS DE GRADO**  
**BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS**  
**RESUMEN TESIS DE GRADO**

**AUTOR (ES):**

**NOMBRE (S):** YOLANDA

**APELLIDOS:** FLOREZ GUERRERO

**NOMBRE (S):** JENNY CAROLINA

**APELLIDOS:** GARCIA MELENDEZ

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**DIRECTOR:**

**NOMBRE (S):** LUZ MARINA

**APELLIDOS:** PEÑA

**TITULO DE LA TESIS:** ANALISIS Y DISEÑO ESTRATEGICO DE MERCADEO  
RELACIONAL PARA EL SECTOR DE FERRETERIAS DE LA CIUDAD CUCUTA

**RESUMEN:**

Este proyecto sirvió para comprender los diferentes conceptos, aplicaciones y manifestaciones del mercadeo relacional desde una perspectiva estratégica, se identificó el grado de apropiación o de conocimiento que poseen la empresa del sector de ferreterías con respecto a la gestión de las relaciones con los clientes, posteriormente se analizó la situación actual a nivel gerencial que poseen los directivos de las ferreterías con respecto a la estrategia de mercadeo relacional.

Finalmente se formularon alternativas para el mejoramiento de la gestión estratégica de las relaciones con los clientes.

**Palabras clave:** análisis diseño estratégico, mercadeo, ferreterías

**CARACTERÍSTICAS:**

**PAGINAS:** 140 **PLANOS:** \_\_\_\_\_ **ILUSTRACIONES:** \_\_\_\_\_ **CD-ROM:** 1

ANALISIS Y DISEÑO ESTRATEGICO DE MERCADEO RELACIONAL PARA EL  
SECTOR DE FERRETERIAS DE LA CIUDAD CUCUTA

YOLANDA FLOREZ GUERRERO  
JENNY CAROLINA GARCIA MELENDEZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA  
SAN JOSE DE CUCUTA

2015

ANÁLISIS Y DISEÑO ESTRATÉGICO DE MERCADEO RELACIONAL PARA EL  
SECTOR DE FERRETERIAS DE LA CIUDAD CUCUTA

YOLANDA FLOREZ GUERRERO

JENNY CAROLINA GARCIA MELENDEZ

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar por el título de:

Administrador Financiero

Directora:

LUZ MARINA PEÑA

Administradora 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:** 4:00 P.M.  
**FECHA:** MARZO 26 DE 2015  
**LUGAR:** CREAD SALA DE FOTOGRAFIA  
**JURADOS:** ALONSO TOSCANO NIÑO  
FRANCISCO ESTEBAN RODIRGUEZ  
FABIO DUARTE CEPEDA

**TITULO DE LA TESIS:** ANALISIS Y DISEÑO ESTRATEGICO DE MERCADEO


RELACIONAL PARA EL SECTOR DE FERRETERIAS DE LA CUIDAD CÚCUTA

**DIRECTOR:** LUZ MARINA PEÑA

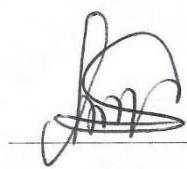
<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>YOLANDA FLOREZ GUERRERO</u>	<u>1490476</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>
<u>JENNY CAROLINA GARCIA MELENDEZ</u>	<u>1490484</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**

  
VoBo.





  
COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	15
1. El Problema	19
1.1 Título del Proyecto	19
1.2 Planteamiento del Problema	19
1.3 Formulación del Problema	21
1.4 Objetivos	21
1.4.1 Objetivo general	21
1.4.2. Objetivos específicos	21
1.5 Justificación	22
1.6 Limitaciones	23
1.7 Alcances	24
2. Marco Referencial	26
2.1 Antecedentes Bibliográficos	26
2.2 Marco Teórico	27
2.2.1 Evolución del mercadeo	27
2.2.2 Del Marketing transaccional al marketing relacional	28
2.2.3 Mercadeo relacional	28
2.2.4 Implementación de una estrategia CRM en una organización	31
2.3 Marco Conceptual	32
2.4 Marco Legal	34
3. Metodología	36

3.1 Tipos de Investigación	36
3.2 Población y Muestra	37
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	40
3.4 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	40
4. Diagnostico Estratégico	42
4.1 Diagnostico Administrativo	42
4.1.1 Áreas administrativas	43
4.1.2 Área contable y financiera	44
4.1.3 Área de mercadeo y ventas	45
4.2 Diagnostico Interno	45
4.3 Factores de Análisis del Diagnostico Interno	46
4.3.1 Capacidad directiva	47
4.3.2 Capacidad competitiva	47
4.3.3 Capacidad tecnológica	48
4.3.4 Capacidad de talento humano	48
4.3.5 Capacidad financiera	48
4.4 Diagnostico Externo	50
4.5 Factores de Análisis del Diagnostico Externo	52
4.5.1 Factores económicos	52
4.5.2 Factores socio-culturales	53
4.5.3 Factores político - legislativos	53
4.5.4 Factores tecnológicos	54
4.5.5 Factores competitivos	54

4.5.6 Factores geográficos	55
4.6 Matriz DOFA	56
5. Estudio del Mercado	59
5.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información del Estudio de Mercado Aplicado a las Ferreterías	59
5.2 Aspectos del Mercado de Ferreterías en Relación al Cliente	73
6. Análisis de la Situación Actual	85
6.1 Análisis del Sector	85
6.2 Servicio	89
6.2.1 Talento humano	89
6.2.2 Servicios	89
6.2.3 Gerencia del servicio	90
6.2.4 Triángulo del servicio	90
6.2.5 Clientes	91
6.2.6 Sistemas	96
6.2.7 Gente	97
6.3 Productos	98
6.3.1 Productos de ferretería	98
6.3.2 Productos más rentables	99
6.3.3 Productos que más dejan ganancia	99
6.4 Distribución	100
6.4.1 Tipo de distribución	100
6.4.2 Canales de distribución	100

6.4.3 Tipo de cobertura	101
6.5 Promoción	101
7. Propuesta Estratégica de Mercadeo Relacional para el Sector de Ferreterías	103
7.1 Formulación de Estrategias	103
7.2 Estrategia de Adquisición de Tecnología	106
7.2.1 Compra de computadores	106
7.2.2 Diseño de la página Web	106
7.3 Estrategia Relación con el Cliente	107
7.3.1 Conocer al cliente	107
7.3.2 Identificación de los clientes	108
7.3.3 Diferenciación de los clientes	109
7.3.4 Interacción con los clientes	110
7.3.5 Personalización del cliente	110
7.4 Estrategia de Capacitación en Servicio	111
7.5 Estrategias de Promoción	113
7.6 Estrategias de Servicio	114
7.6.1 Análisis del servicio	114
7.6.2 Fidelización de clientes	118
7.6.3 Posicionar variables de atención, servicio y calidad ofrecidas	118
8. Diseño del Plan de Acción de Mercadeo Relacional para el Sector de Ferreterías de la Ciudad Cúcuta	119
8.1 Plan de Acción	119
8.2 Implementación del Plan de Acción	120



8.3 Presupuesto del Plan de Acción	121
8.4 Control, Supervisión y Evaluación del Plan de Acción	123
8.4.1 El control	123
8.4.2 Supervisión	124
8.4.3 Evaluación	124
8.5 Indicadores de Gestión	125
8.5.1 Indicadores de gestión	125
8.5.2 Metodología para la construcción de indicadores	125
8.5.3 Indicadores de gestión empresarial	126
9. Conclusiones	129
10. Recomendaciones	132
Bibliografía	135
Anexos	137