



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

**AUTOR (ES):**

**NOMBRE (S):** NELLY BEATRIZ \_\_\_\_\_ **APELLIDOS:** DUQUE RAMIREZ \_\_\_\_\_

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

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

**DIRECTOR:**

**NOMBRE (S):** JOSE ALIRIO \_\_\_\_\_ **APELLIDOS:** TIRADO COLMENARES \_\_\_\_\_

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO PARA LA PELETERIA  
INSUMOS VERONA

**RESUMEN:**

En este proyecto se realizó una investigación de mercados que permitió identificar las características del sector peletero en la ciudad de Cúcuta, se desarrolló un diagnóstico administrativo que permitió evaluar la función de mercadeo de la empresa.

Seguidamente se analizó la situación actual de la empresa en el área de mercadeo y complementarias, posteriormente, se formularon estrategias de mercadeo para proyectar la imagen de la Peletería, para así lograr un mayor posicionamiento, incrementado las ventas convirtiendo a los clientes potenciales en clientes reales. Por último se elaboró el plan de acción e indicadores de gestión, que permitió desarrollar el plan estratégico de mercadeo.

**Palabras clave:** plan estratégico, peletería, diagnóstico administrativo,

**CARACTERÍSTICAS:**

**PAGINAS:** 130 **PLANOS:** \_\_\_\_\_ **ILUSTRACIONES:** \_\_\_\_\_ **CD-ROM:** 1

PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO PARA LA PELETERIA INSUMOS VERONA.

NELLY BEATRIZ DUQUE RAMIREZ

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

2015

PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO PARA LA PELETERIA INSUMOS VERONA

NELLY BEATRIZ DUQUE RAMIREZ

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

Administrador Financiero

Director:

JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2015



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

**HORA:** 8:00 A.M.  
**FECHA:** MARZO 27 DE 2015  
**LUGAR:** CREAD SALA 3  
**JURADOS:** PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER  
LUZ MARINA PEÑA  
ALONSO TOSCANO NIÑO

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO PARA LA PELETERIA  
INSUMOS VERONA

**DIRECTOR:** JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>NELLY BEATRIZ DUQUE RAMIREZ</u>	<u>1490479</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO, UNO</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**

VoBo.

  
**COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR**

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	15
1. El Problema	17
1.1 Título del Proyecto	17
1.2 Planteamiento del Problema	17
1.3 Formulación del Problema	19
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo general	19
1.4.2 Objetivos específicos	17
1.5 Justificación	20
1.6 Limitaciones	21
1.7 Alcances	22
2. Marco Referencial	24
2.1 Antecedentes Históricos.	24
2.2 Antecedentes Bibliográficos	25
2.3 Marco Teórico	26
2.4 Marco Conceptual	30
2.5 Marco Legal	34
2.7 Marco Económico	36
2.8 Marco Situacional	37
3. Metodología	38
3.1 Tipos de Investigación	38

3.2 Población y Muestra	39
3.2.1 Población	39
3.2.2 Tamaño de la Muestra	40
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	42
3.4 Fuentes de Información	42
3.4.1 Fuentes primarias	42
3.4.2 Fuentes secundarias	43
3.5 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	43
3.6 Presentación de Resultados	44
4. Fabulación, Interpretación y Análisis de la Información	45
4.1 Investigación de Mercados	45
4.2 Diagnóstico Administrativo	52
4.3 Análisis del Sector Peletero	54
5. Análisis DOFA	56
5.1 Diagnóstico Interno	56
5.1.1 Capacidad directiva	57
5.1.2 Capacidad competitiva	58
5.1.3 Capacidad tecnológica	58
5.1.4 Capacidad de talento humano	58
5.2 Diagnostico Externo	60
5.2.1 Factores económicos	60
5.2.2 Factores socio-culturales	60
5.2.3 Factores político - legislativos	61

5.2.4 Factores demográficos	61
5.2.5 Factores tecnológicos	61
5.2.6 Competencia	61
5.3 Matriz DOFA	63
6. Análisis de la Situación Actual	65
6.1 Mercados	66
6.2 Clasificación del Mercado	66
6.3 Segmentación de Mercados	69
6.3.1 Ventajas de segmentación de mercados	69
6.3.2 Proceso de segmentación de mercados	70
6.3.3 Características de un segmento de mercado	71
6.3.4 Variables de Segmentación de consumidores	71
6.4 Análisis de Participación de Mercado	75
6.4.1 Participación de mercado	75
6.5 Análisis del Servicio	77
6.5.1 Gerencia del servicio	78
6.5.2 Triángulo del servicio	78
6.5.3 Clientes	79
6.5.4 Sistemas	83
6.5.5 Gente	85
6.6 Direccionamiento Estratégico	85
6.6.1 Naturaleza jurídica	85
6.6.2 Misión	86

6.6.3 Visión	89
6.6.4 Objetivos corporativos	89
6.6.5 Valores organizacionales	90
6.7 El Producto	91
6.7.1 Posicionamiento de los productos	92
6.7.2 Ciclo de vida del producto	93
6.8 La Competencia	93
6.8.1 Precios del mercado	93
6.8.2 Calidad de los productos	94
6.8.3 Ubicación de la competencia	94
6.8.4 Naturaleza de la competencia	95
6.9 Distribución del Producto	95
6.9.1 Tipo de distribución	96
6.9.2 Canales de distribución	96
6.9.3 Tipo de mercadeo	97
6.10 Promoción	97
7. Estrategias de Mercadeo para la Peletería Insumos Verona	99
7.1 Objetivos de la Propuesta	99
7.2 Políticas de la Propuesta	100
7.3 Estrategias	101
7.3.1 Estrategias de producto	102
7.3.2 Estrategia de precio	104
7.3.3 Estrategia de distribución	106



7.3.4 Estrategias de posicionamiento	108
7.3.5 Estrategia de promoción	109
7.3.6 Mercadeo relacional	111
7.3.7 Estrategias para la difusión de los principios corporativos	112
7.3.8 Estrategias de servicio	112
7.3.9 Estrategias de desarrollo del personal	113
8. Diseño de la Propuesta Estratégica de Mercadeo para la Peletería Insumos Verona	114
8.1 Plan de Acción	114
8.2 Implementación del Plan de Acción	115
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	117
8.4 Indicadores del Plan de Acción	120
8.5 Índices Financieros	122
9. Conclusiones	123
10. Recomendaciones	126
Bibliografía	126
Anexos	129