



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): HUGO ANDRES

APELLIDOS: HURTADO LOPEZ

NOMBRE (S): WILLY JOSE

APELLIDOS: GALVIS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACION FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): PEDRO ALFONSO

APELLIDOS: REYES SANTANDER

TITULO DE LA TESIS: ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS PARA EL SECTOR DEL CUERO EN LA CIUDAD DE CUCUTA

RESUMEN:

En el presente proyecto se utilizó un tipo de investigación exploratorio – descriptivo, tomando como población a las diferentes empresas comercializadoras y distribuidoras que operan en la ciudad de Cúcuta, los clientes actuales y potenciales de la compra de estos productos. Se realizó un estudio de mercado para determinar el comportamiento de los clientes actuales y potenciales, así como de la participación de mercado y el análisis de la competencia. Igualmente, se analizó la situación actual de la comercialización de insumos para el sector del cuero en el mercado de la ciudad. Se determinó la segmentación del mercado, para definir nuevos nichos de mercado. Por último, se formularon las alternativas estratégicas que permiten proyectar las empresas en el sector y se elaboró el plan de acción con sus indicadores de gestión.

Palabras Claves: Insumos de producción, productos en cuero, análisis de mercado, comercialización.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 150

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS PARA EL SECTOR DEL CUERO
EN LA CIUDAD DE CUCUTA.

HUGO ANDRES HURTADO LOPEZ

WILLY JOSE GALVIS

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

2015

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS PARA EL SECTOR DEL CUERO
EN LA CIUDAD DE CUCUTA

HUGO ANDRES HURTADO LOPEZ

WILLY JOSE GALVIS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de
Administración Financiera

Director

PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

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: 10:00 A.M.
FECHA: SEPTIEMBRE 11 DE 2015
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: LUISA STELLA PAZ MONTES
LUDY STELLA VILLAMIZAR V.
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

TITULO DE LA TESIS: ANALISIS DE COMERCIALIZACION DE INSUMOS PARA EL
SECTOR DEL CUERO EN LA CIUDAD DE CUCUTA

DIRECTOR: PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>HUGO ANDRES HURTADO LOPEZ</u>	<u>1490516</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>
<u>WILLY JOSE GALVIS</u>	<u>1490542</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

Luisa Stella Paz Montes Jose Alirio Tirado Colmenares Ludy Stella Villamizar V.

VoBo.

[Firma]
COORDINADOR COMITE CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	16
1. El Problema	18
1.1 Título del Proyecto	18
1.2 Planteamiento del Problema	18
1.3 Formulación del Problema	20
1.4 Objetivos	20
1.4.1 Objetivo general	20
1.4.2 Objetivos específicos	20
1.5 Justificación	21
1.6 Limitaciones	22
1.7 Alcances	23
2. Marco Contextual	24
2.1 Antecedentes Bibliográficos	24
2.2 Marco Teórico	25
2.3 Marco Conceptual	30
2.4 Marco Legal	32
3. Metodología	34
3.1 Tipos de Investigación	34
3.2 Población y Muestra	35
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	38
3.4 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	39
4. Análisis del Mercado	40

4.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	40
4.1.1 Clientes	40
4.1.2 Pelelerías	47
5. Diagnostico Estratégico	56
5.1 Diagnóstico Administrativo	57
5.2 Evaluación de Capacidad Interna	59
5.2.1 Capacidad financiera	59
5.2.2 Capacidad directiva	59
5.2.3 Capacidad competitiva	60
5.2.4 Capacidad del talento humano	60
5.2.5 Capacidad tecnológica	60
5.3 Diagnostico Externo	63
5.3.1 Factor socio - cultural	63
5.3.2 Factor económico	63
5.3.3 Factor geográfico	64
5.3.4 Factor competitivo	64
5.3.5 Factor tecnológico	64
5.3.6 Factores políticos	65
5.4 Análisis DOFA	66
6. Análisis de la Situación Actual del Sector	69
6.1 Características del Sector	70
6.2 Análisis del Sector	71
6.2.1 Ingreso potencial de nuevos competidores	71
6.2.2 Rivalidad entre los competidores	72

6.2.3 Poder de negociación de los proveedores	72
6.2.4 Poder de negociación de los compradores	73
6.2.5 Amenaza de ingreso de productos sustitutos	73
6.3 Selección de los Mercado Meta	74
6.3.1 Según la demanda	74
6.3.2 Desde el punto de vista geográfico	75
6.3.3 Según el tipo de consumo	76
6.3.4 Según el tipo de productos	76
6.4 Segmentación de Mercados	76
6.4.1 Concepto	76
6.4.2 Proceso de segmentación de mercados	77
6.4.3 Características de un Segmento de Mercado	78
6.4.4 Variables de Segmentación de consumidores	78
6.5 Análisis del Servicio	82
6.5.1 Talento Humano	83
6.5.2 Servicios	83
6.5.3 Gerencia del servicio	83
6.5.4 Triángulo del servicio	84
6.5.5 Clientes	85
6.5.6 Sistemas	89
6.5.7 Gente	91
6.6 Direccionamiento Estratégico	92
6.6.1 Principios Corporativos	92
6.6.2 Misión	93

6.6.3 Visión	95
6.6.4 Objetivos Corporativos	96
6.6.5 Valores organizacionales	97
6.7 El Producto	97
6.7.1 Productos que participan directamente en el proceso productivo	98
6.7.2 Productos que participan indirectamente en el proceso productivo	98
6.7.3 Posicionamiento de los productos	100
6.7.4 Ciclo de vida del producto	100
6.8 La Competencia	101
6.8.1 Precios del mercado	102
6.8.2 Calidad de los Productos	103
6.8.3 Ubicación de la competencia	104
6.8.4 Naturaleza de la competencia	104
6.9 Distribución del Producto	104
6.9.1 Tipo de Distribución	105
6.9.2 Canales de Distribución	105
6.9.3 Tipo de mercadeo	106
6.10 Promoción	106
7. Estrategias para la Comercialización de Insumos para el Sector del Cuero	109
7.1 Formulación de Estrategias	109
7.2 Matriz de Crecimiento de Productos y Mercados	111
7.2.1 Estrategias de penetración de mercado.	111
7.2.2 Estrategias de desarrollo de mercado.	113
7.2.3 Estrategia de desarrollo de producto	114

7.3 Estrategia de Precio	114
7.3.1 Precios con criterios promocionales	115
7.3.2 Precios competitivos	115
7.3.3 Estrategia de descuentos	115
7.3.4 Estrategia de penetración rápida	116
7.3.5 Monitorear los precios del mercado	116
7.4 Estrategia de Distribución	116
7.4.1 Estrategia de presión.	117
7.4.2 Estrategia de aspiración o “jalón”	117
7.5 Estrategias de Posicionamiento	118
7.5.1 Los aspectos positivos de la empresa	118
7.5.2 Las necesidades que satisfacen o los beneficios que ofrecen	119
7.5.3 Comparándolo con uno de la competencia	119
7.5.4 Las clases de clientes	119
7.6 Estrategia de Promoción	120
7.6.1 Merchandising	120
7.6.2 Publicidad	121
7.6.3 Mercadeo Relacional	122
7.7 Estrategias de Servicio	123
8. Plan de Acción para el Análisis de la Comercialización de Insumos para el Sector del Cuero en la Ciudad de Cúcuta	126
8.1 Plan de Acción	126
8.2 Implementación del Plan de Acción	127
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	131

8.4 Indicadores del Plan de Acción	133
8.4.1 Índices del mercado	134
8.4.2 Índice de clientes	135
8.4.3 Índices de comercialización	136
8.4.4 Otros indicadores	137
8.5 Indicadores Financieros	138
7. Conclusiones	141
7. Recomendaciones	144
8. Referencias Bibliográficas	146
Anexos	148