



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA
SANTANDER**
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN – TESIS DE GRADO

AUTORES NORIS TORRES RODRÍGUEZ Y MARÍA DEL CARMEN ALBARRACÍN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR PEDRO RAFAEL MARTÍNEZ GÓMEZ

TÍTULO DE LA TESIS. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y DISEÑO DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LA PANADERÍA LA CROCANTE EN LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CÚCUTA.

RESUMEN

El proyecto no solo se limitó a una investigación plena de mercado, se propone una filosofía institucional, con miras a crear sentido de organización, dentro de los individuos que hace parte de la panadería La Crocante.

Además permite investigar sobre las propuestas y estrategias que se pueden adaptar a las empresas y sectores de la región, en cuanto al manejo administrativo, de mercadeo e investigativo de las mismas.

CARACTERISTICAS

PAGINAS 132 PLANOS _____ ILUSTRACIONES _____ CD ROM 1

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y DISEÑO DE OPORTUNIDAD DE
NEGOCIO PARA LA PANADERÍA LA CROCANTE EN LA CIUDAD DE SAN
JOSÉ DE CÚCUTA.**

NORIS TORRES RODRÍGUEZ

MARÍA DEL CARMEN ALBARRACÍN

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN

COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2001

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y DISEÑO DE OPORTUNIDAD DE
NEGOCIO PARA LA PANADERÍA LA CROCANTE EN LA CIUDAD DE SAN
JOSÉ DE CÚCUTA.**

NORIS TORRES RODRÍGUEZ

MARÍA DEL CARMEN ALBARRACÍN

**Proyecto de grado presentado para optar al título de
Tecnólogas en Administración Comercial y Financiera**

Director:

**Dr. PEDRO RAFAEL MARTÍNEZ GÓMEZ
Administrador de Empresas**

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN

COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2001



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
TECNOLOGIA ADMINISTRACION COMERCIAL Y FINANCIERA
EDUCACION A DISTANCIA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION COMERCIAL Y FINANCIERA
ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO

FECHA: OCTUBRE 12 DE 2001

LUGAR: LABORATORIO EMPRESARIAL

HORA: 4:00 P.m.

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA.
 TITULO DEL TRABAJO DE GRADO: INVESTIGACION DE MERCADOS Y DISEÑO DE OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LA PANADERIA LA CROCANTE EN LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CUCUTA

JURADOS:

MAURICIO BALLESTEROS ALBA
 ALDO QUINTERO SANCHEZ
 LUIS A. FORERO
 DIRECTOR: PEDRO RAFAEL MARTINEZ GOMEZ
 C.C.# 88.197.338 Código

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACION	NUMERO LETRA		
			A	M	L
NORIS TORRES RODRÍGUEZ	460611	3.9 Tres nueve	X		
MARIA DEL CARMEN ALBARRACIN	460743	3.9 Tres nueve	X		

OBSERVACIONES:

FIRMA DE LOS JURADOS

MAURICIO BALLESTEROS ALBA
 C.C.# 13 481.867 CUCUTA
 Código 2204
 Jurado

[Signature]
 ALDO QUINTERO SANCHEZ
 C.C.# 13 461.449 de alba
 Código 2004.
 Jurado

[Signature]
 LUIS A. FORERO
 C.C.# 13 254 154
 Código 2639
 Jurado

[Signature]
 Vo.Bo. Coordinador Comité Curricular

[Signature]

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso por la gran sabiduría.

A Oswal mi gran amor, aunque el tiempo no nos permitió alcanzar nuestras metas.

A mi Hija Andrea, por todos los momentos de ausencia, por su ternura que la convierten en mi razón de seguir adelante, cosechando triunfos.

A mis padres, por darme la oportunidad de formarme como persona y como profesional.

A mi hermana, por colaborar en todo lo que estaba a su alcance.

A Manuel Gutierrez, por haberme apoyado, porque sin él no había sido posible éste triunfo.

A todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron para la realización del presente proyecto.

Noris.

DEDICATORIA

Dedico éste triunfo a Dios Padre Celestial, que me guió mis pasos, conocimientos y por haberme dado la oportunidad maravillosa de concluir con esta meta.

A mis padres, por su amor, dedicación y apoyo incondicional en este largo camino.

A mis hijos, por ser el mayor motivo para seguir adelante.

A mi familia, por aquellas palabras de fuerza y fé que me han dado.

Y a mí, por la dedicación, paciencia y fortaleza en el diario recorrer de la vida.

Carmen.

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Dr. JESUS NIÑO NIETO, Director del Plan de Estudios de Tecnología en Administración Comercial y Financiera.

Dr. PEDRO RAFAEL MARTÍNEZ, Director del proyecto

Señora ELLIEN JAIMES, Propietaria de la Panadería La Crocante.

Todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron al desarrollo del proyecto de grado.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. EL PROBLEMA	3
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	4
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.5 JUSTIFICACIÓN	4
1.5.1 Justificación actual	4
1.5.2 Académica	5
1.5.3 Universitaria	5
1.5.4 A nivel social	5
1.5.5 A nivel de la carrera	5
1.5.6 A nivel del sector	6
1.6 JUSTIFICACIÓN PROSPECTIVA	6
1.7 OBJETIVOS	6
1.7.1 Objetivo General	6
1.7.2 Objetivos específicos	7

1.7.3	Objetivo normativo	8
2.	MARCOS DE REFERENCIA	9
2.1	ANTECEDENTES BIBLIOGRÁFICOS	10
2.2	MARCO CONTEXTUAL	11
2.2.1	Historia del pan	11
2.2.1.1	Los griegos fueron esmerados y exquisitos panaderos	12
2.2.2	Reseña histórica de la panadería La Crocante	14
2.3	MARCO LEGAL	16
2.4	MARCO DEMOGRÁFICO	16
2.5	MARCO GEOGRÁFICO	17
2.6	MARCO SITUACIONAL	17
3.	METODOLOGÍA	18
3.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	18
3.2	MODELO DE INVESTIGACIÓN	19
3.3	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	19
3.3.1	Fuentes primarias	19
3.4	TÉCNICAS DE ANÁLISIS	20
3.5	DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA	20
3.6	ESTUDIO PILOTO	21
3.7	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA DE OPINIÓN	22
3.8	CONCLUSIÓN GENERAL DE LA ENCUESTA DE OPINIÓN	34
4.	ANÁLISIS DEL MERCADO	37

4.1	DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA ACTUAL Y DE LAS PERSPECTIVAS DEL SECTOR DE LA PANADERÍA	37
4.1.1	Tendencias Económicas Y Sociales	38
4.2	CLIENTES	38
4.2.1	Tipo de potenciales de clientes	38
4.2.2	Ventajas del producto - servicio	38
4.2.3	Base de decisión de compra de los clientes	39
4.3	PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO	40
4.3.1	Filosofía institucional	40
4.3.2	Propuesta de visión, misión y objetivos para la panadería	40
4.3.3	Visión	41
4.3.3.1	Definición	41
4.3.3.2	Elementos de una visión	41
4.3.3.3	Visión propuesta	41
4.3.4	Misión	43
4.3.4.1	Definición	43
4.3.4.2	Pautas para la formación de la misión	43
4.3.4.3	Misión propuesta	45
4.3.5	Objetivos financieros	47
4.3.6	Objetivos de rentabilidad	47
4.3.7	Objetivos de supervivencia	47
4.3.8	Objetivos de crecimiento	48
4.4	METAS	48

4.4.1	Segmentación de mercado meta	48
4.4.2	Accesibilidad	49
4.4.3	Mensurabilidad	50
4.4.4	Sustanciabilidad	50
4.4.5	Bases de un posicionamiento	50
4.4.5.1	Posicionamiento	53
4.4.5.2	Factores con los que cuenta la empresa para lograr el posicionamiento	54
4.4.5.3	Procedimientos de selección de un posicionamiento	55
4.5	COBERTURA DEL MERCADO	55
4.6	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	56
4.7	COMPETENCIA	58
4.8	PORTAFOLIO DE SERVICIOS	60
4.9	SERVICIO	60
4.10	ESTRATEGIAS DE MERCADEO	62
4.10.1	Estrategias de ventas	62
4.10.1.1	Esfuerzo de ventas	62
4.10.1.2	Características del servicio	62
4.10.1.3	Conceptos para motivar la venta	63
4.10.2	Estrategia de precio	63
4.10.2.1	Precio	64
4.11	MATRIZ DOFA	64
4.11.1	Análisis financiero	64
4.11.2	Análisis de producción	65

4.11.3	Análisis de mercadeo	67
4.11.4	Análisis administrativo	68
4.12	FORTALEZAS Y DEBILIDADES	70
4.12.1	Fortalezas	70
4.12.2	Debilidades	70
4.13	OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	72
4.13.1	Oportunidades	72
4.13.2	Amenazas	74
4.14	ANÁLISIS DOFA	76
4.14.1	Formulación de estrategias	76
4.14.1.1	Estrategias DA	76
4.14.1.2	Estrategias FA	77
4.14.1.3	Estrategias DO	77
4.14.1.4	Estrategias FO	77
5.	ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES	79
5.1	ASPECTOS LEGALES	79
5.2	ASPECTOS ÉTICOS Y MORALES	80
6.	ANÁLISIS SOCIAL	81
6.1	ANÁLISIS AMBIENTAL	81
6.2	ANÁLISIS DE LA COMUNIDAD	82
6.3	ANÁLISIS DE RIESGO	83
6.4	RIESGOS DEL MERCADO	83

6.4.1 Surgimiento de nuevas panaderías	83
6.4.2 Reducción del número de clientes	83
6.4.3 Surgimiento de productos sustitutos	84
7. ANÁLISIS FINANCIERO	85
7.1 OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN CONTABLE	85
7.2 SISTEMA CONTABLE	86
7.3 ESTADOS FINANCIEROS	86
7.4 IMPORTANCIA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	87
7.5 BALANCE GENERAL	88
7.5.1 Costos variables y gastos fijos operacionales	89
7.5.1.1 Costos variables	89
7.5.2 Gastos fijos operacionales	90
7.5.3 Punto de equilibrio	90
8. PERFIL DEL ENTORNO	93
8.1 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO	93
8.2 ANÁLISIS ECONÓMICO	93
8.3 ANÁLISIS AMBIENTAL	94
8.4 MARCO POLÍTICO-LEGAL	94
8.5 ANALISIS CULTURAL - SOCIAL	95
9. CONCLUSIONES	97
10. RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFIA	101

