

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB- 12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/1

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): ROSALBA **APELLIDOS:** MENDOZA CRUZ

NOMBRE(S): LILI CAROLINA **APELLIDOS:** LATORRE CASAS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): PEDRO ALFONSO **APELLIDOS:** REYES SANTANDER

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE EPSILON PROGRAMA FINANCIERO DE LA EMPRESA CS SOFTWARE SAS EN CÚCUTA

RESUMEN

El proyecto de investigación tiene como finalidad elaborar un plan de mercadeo para el posicionamiento del programa financiero EPSILON de la empresa CS SOFTWARE SAS en Cúcuta. Para ello, se elabora una investigación descriptiva y exploratoria para determinar las características del mercado del sector de sistemas de información contable – financiero. En los resultados se realiza un estudio de mercado para determinar el comportamiento de los clientes actuales y potenciales, participación de mercado y análisis de la competencia en el sector del software contable y financiero. Seguidamente, se analiza la situación actual de la comercialización del programa financiero EPSILON en el mercado de la ciudad. Igualmente, se conocen los segmentos empresariales de interés estratégico para la empresa. Se formulan estrategias que permitan posicionar al programa financiero EPSILON de la empresa CS SOFTWARE SAS en Cúcuta. Finalmente se elabora el plan de mercadeo para posicionar al programa financiero EPSILON de la empresa CS SOFTWARE SAS.

PALABRAS CLAVE: Plan de mercadeo, posicionamiento, programa financiero EPSILON

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 129 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:** 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

PLAN DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE EPSILON PROGRAMA
FINANCIERO DE LA EMPRESA CS SOFTWARE SAS EN CÚCUTA

ROSALBA MENDOZA CRUZ

LILI CAROLINA LATORRE CASAS

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

2017

PLAN DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE EPSILON PROGRAMA
FINANCIERO DE LA EMPRESA CS SOFTWARE SAS EN CÚCUTA

ROSALBA MENDOZA CRUZ

LILI CAROLINA LATORRE CASAS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al 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

2017



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

HORA: 9:15 AM
FECHA: SEPTIEMBRE 16 DEL 2017
LUGAR: LABORATORIO EMPRESARIALES LE- 201
JURADOS: JOSE MISAEL CASTRO
SANDRA PATRICIA AVENDAÑO
JOSE ALEJANDRO MARTINEZ

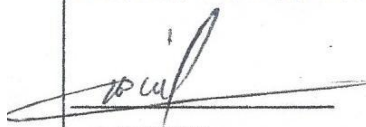
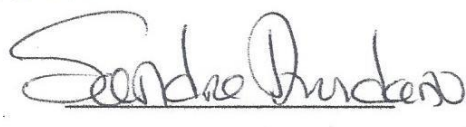
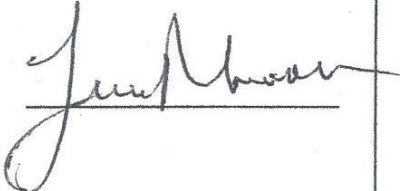
TITULO DE LA TESIS: PLAN DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE
ÉPSILON PROGRAMA FINANCIERO DE LA EMPRESA CS SOFTWARE SAS EN CÚCUTA.

DIRECTOR: PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>MENDOZA CRUZ ROSALBA</u>	<u>1490789</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>
<u>LATORRE CASAS LILI CAROLINA</u>	<u>1490816</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	15
1. Problema	17
1.1 Título	17
1.2 Planteamiento del Problema	17
1.3 Formulación del Problema	19
1.4 Objetivos	20
1.4.1 Objetivo general	20
1.4.2 Objetivos específicos	20
1.5 Justificación	20
1.6 Limitaciones	22
1.7 Alcances	23
2. Marco Contextual	24
2.1 Antecedentes de la Empresa	24
2.2 Antecedentes Bibliográficos	25
2.3 Marco Teórico	26
2.3.1. Concepto de marketing	26
2.3.2 Planeación estratégica de marketing	27
2.3.3 Mezcla de marketing	30
2.3.4 Investigación de mercados	30
2.4 Marco Conceptual	31
2.5 Marco Legal	34
3. Diseño Metodológico	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. Diagnóstico Estratégico	42
4.1 Diagnostico Interno	43
4.2. Evaluación de Capacidad interna	44
4.2.1 Capacidad Directiva	44
4.2.2 Capacidad de talento humano	46
4.2.3 Capacidad competitiva	47
4.2.4 Capacidad financiera	47
4.2.5 Capacidad tecnológica	48
4.3 Diagnostico Externo	50
4.3.1 Factores económicos	51
4.3.2 Factores políticos y legales	52
4.3.3 Factores competitivos	52
4.3.4. Factores sociales	53
4.3.5 Factores tecnológicos	54
4.4 Matriz Dofa	56
5. Estudio del Mercado	59
5.1 Fabulación, Interpretación y Análisis de la Información del Estudio de Mercado Aplicado a los Clientes	59
5.1.1 Cuando la empresa no tiene sistema de información	64
6. Análisis de la Mezcla de Mercadeo de CS Software	71

6.1 Variable Producto	72
6.1.1 Productos EPSILON SIIF-sistema integrado de información financiera	74
6.2 Variable plaza	82
6.3 Variable precio	83
6.4 Variable promoción	83
6.5 Compañía	85
6.6 Clientes	86
6.7 Competencia	87
6.7.1 Ubicación de la Competencia en el mercado	88
6.8 Clima Organizacional	90
6.9 Segmentación de Mercados	90
6.9.1 Variables de Segmentación de clientes	91
6.10 Direccionamiento Estratégico	92
6.10.1. Empresa y sus funciones	92
6.10.2 Ventajas competitivas de valor	93
7. Estrategias de Mercadeo para el Posicionamiento de Epsilon programa Financiero de la Empresa cs Software	95
7.1 Formulación de Estrategias	95
7.1.1 Objetivos de las nuevas alternativas	96
7.2 Estrategia Organizacional	97
7.3 Estrategia de Servicio	98
7.4 Estrategias de Posicionamiento	98
7.4.1 Alianzas estratégicas	99
7.4.2 Convenios con el sector empresarial	99

7.4.3 Ferias empresariales	100
7.5 Estrategias de Precio	100
7.5.1 Estrategia de descuentos	100
7.6 Estrategias de Distribución	101
7.7 Estrategia de Promoción	101
7.7.1 Estrategia de publicidad	101
7.7.2 Estrategia de venta personal	102
7.7.3 Estrategia de relaciones públicas	103
7.7.4 Promoción con los contadores públicos	103
7.7.5 Estrategia de comunicación.	104
7.8 Estrategias de Capacitación e Información	105
7.9 Estrategias Financieras	106
8. Plan de Accion para el Posicionamiento de Epsilon Programa Financiero de la Empresa	
CS Software	108
8.1 Plan de Acción	108
8.2 Implementación del Plan de Acción	109
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	114
9. Conclusiones	117
10. Recomendaciones	120
Referencias Bibliográficas	123
Anexos	125