

	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): FANNY CAROLINA **APELLIDOS:** DURÁN CARRILLO
NOMBRE(S): YENNI PATRICIA **APELLIDOS:** GONZÁLEZ MORANTES

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DIRECTOR:
NOMBRE(S): LUZ MARINA **APELLIDOS:** PEÑA DE REYES

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL SECTOR DE LOS GIMNASIOS EN LA CIUDAD CUCUTA

RESUMEN

El proyecto de investigación tiene como finalidad formular estrategias para el sector de los gimnasios con el fin de mejorar la gestión administrativa en la ciudad de Cúcuta. Para ello, se elabora una investigación exploratoria teniendo en cuenta que se realiza una aproximación a un fenómeno desconocido. También se utiliza una investigación descriptiva para recolectar datos, presentar los resultados, seleccionar y recolectar información para describir lo que investiga. En los resultados se determina mediante un estudio de mercado el comportamiento de los consumidores, demanda, oferta de los servicios y la competencia del sector de gimnasios. Seguidamente, se analiza la situación actual del sector de gimnasios de Cúcuta. Igualmente, se desarrolla una matriz DOFA para determinar los factores claves de las estrategias. Se diseñan alternativas estratégicas que permitan proyectar los gimnasios de la ciudad de Cúcuta. Finalmente, se elabora el plan de acción para el sector de gimnasios con sus indicadores de gestión.

PALABRAS CLAVE: Estrategias, gimnasios, gestión administrativa, plan de acción.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 159 **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

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL SECTOR DE LOS GIMNASIOS EN LA
CIUDAD CUCUTA

FANNY CAROLINA DURÁN CARRILLO
YENNI PATRICIA GONZÁLEZ MORANTES

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

2018

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL SECTOR DE LOS GIMNASIOS EN LA
CIUDAD CUCUTA

FANNY CAROLINA DURÁN CARRILLO
YENNI PATRICIA GONZÁLEZ MORANTES

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

Directora:
LUZ MARINA PEÑA DE REYES
Administradora de Empresas

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

2018



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

HORA: 09:00 AM
FECHA: MARZO 22 DEL 2018
LUGAR: OFICINA PLAN DE ESTUDIO ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
JURADOS: FABIAN YESID DAVILA
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

TITULO DE LA TESIS: FORMULACION DE ESTRATEGIAS PARA EL SECTOR DE LOS GIMNASIOS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

DIRECTOR: LUZ MARINA PEÑA DE REYES

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>GONZALEZ MORANTES YENNI PATRICIA</u>	<u>1490848</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>
<u>DURAN CARRILLO FANNY CAROLINA</u>	<u>1490650</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.

COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	16
1. Problema	18
1.1 Titulo	18
1.2 Planteamiento del Problema	18
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	21
1.6 Limitaciones	22
1.7 Alcances	23
2. Marco Referencial	24
2.1 Antecedentes Bibliográficos	24
2.2. Marco Teórico	25
2.2.1 Planeación estratégica	25
2.2.2. Planeación estratégica de la compañía	26
2.2.3. Planeación estratégica del marketing	27
2.3 Marco Conceptual	29
2.4 Marco Legal	32
3. Diseño Metodológico	35
3.1 Tipos de Investigación	35
3.2 Población y Muestra	36

3.2.1 Población	36
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	37
3.4 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	37
4. Estudio del Mercado	39
4.1 Objetivos del Estudio de mercado	39
4.1.1 Objetivo general	39
4.1.2 Objetivos específicos	39
4.2n Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	40
4.2.1. Clientes personas naturales	40
4.2.2. Propietarios o Administradores de gimnasios	48
5. Diagnóstico	57
5.1 Diagnostico Empresarial	57
5.2 Diagnostico Interno	58
5.2.1 Capacidad directiva	59
5.2.2 Capacidad competitiva	60
5.2.3 Capacidad tecnológica	61
5.2.4 Capacidad de talento humano	62
5.2.5 Capacidad Financiera	62
5.3 Diagnostico Externo	65
5.3.1 Factores económicos	66
5.3.2 Factores socio-culturales	67
5.3.3 Factores político - legislativos	68
5.3.4 Factores tecnológicos	69
5.3.5 Factores competitivos	70

5.3.6. Factores geográficos	71
5.4 Matriz Dofa	73
6. Análisis de la Situación Actual	75
6.1 Portafolio de Servicios de los Gimnasios en la Ciudad de Cúcuta	76
6.2 Análisis de Clientes y Mercado	78
6.2.1 Mercado Meta	79
6.2.2 Mercado Potencial	79
6.3 Segmentacion de Mercados	80
6.3.1 Características de un Segmento de Mercado	81
6.3.2 Variables de Segmentación de clientes	82
6.4. Servicio	84
6.4.1 Talento Humano	85
6.4.2. Gerencia del servicio	85
6.4.3. Triángulo del servicio	86
6.4.4 Clientes	87
6.4.5 Sistemas	93
6.4.6 Gente	95
6.5 Direccionamiento Estratégico	96
6.5.1. Principios Corporativos	96
6.5.2. Misió	97
6.5.3 Visión	99
6.5.4 Objetivos corporativos	101
6.5.5 Valores	101
6.6 Los Competidores	103

6.7 Distribución	109
6.7.1 Canales de distribución	109
6.8 Precios	110
6.9 Promoción	111
7. Estrategias para el Sector de Gimnasios y Centros de Acondicionamiento Físico	114
7.1 Formulación de Estrategias	114
7.2 Penetración de Mercado	117
7.3 Desarrollo de Mercado	118
7.4 De Posicionamiento	119
7.5 De Precio	121
7.6. De Promoción	122
7.7 De Servicio	131
8. Diseño del Plan de Acción para el Sector de Gimnasios	133
8.1 Plan de Acción	133
8.2. Implementación del Plan de Acción	134
8.3 Presupuesto del plan de Acción	141
8.4 Indicadores de Gestión	143
8.4.1 Índices del mercado	143
8.4.2 Índice de clientes	144
8.4.3 Índices de comercialización	145
8.4.4 Otros indicadores	146
9. Conclusiones	148
10. Recomendaciones	151
Referencias Bibliográficas	153