

	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): MERY YANETH APELLIDOS: CASTELLANOS VILLAMIZAR

NOMBRE(S): JEFERSON FABIAN APELLIDOS: ROA ORTIZ

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): LUZ MARINA APELLIDOS: PEÑA

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): DISEÑO ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA ARBOLEDAS TRAVEL TOUR EN CUCUTA

RESUMEN

Se trata de un trabajo de Diseño estratégico comercial para la empresa Arboledas Travel Tour en Cúcuta. Se propone, Desarrollar un plan estratégico comercial para la referida empresa. Para ello, se busca evaluar interna y externamente el área de mercadeo y ventas de la empresa ARBOLEDAS TRAVEL TOUR, identificando sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Seguido de, Realizar un análisis de la situación actual comercial y financiera para identificar posibilidades de mejoramiento de la participación de mercado, productividad y competitividad. Para finalmente, elaborar un plan de acción que proyecte el crecimiento y desarrollo administrativo, comercial y financiero hacia el futuro. Se inicia con un estudio de tipo exploratorio, para luego; hacer una investigación descriptiva que permite una investigación directa. La población de este proyecto se encuentra constituida por personas residentes dentro del área metropolitana de Cúcuta, pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5, de todas las edades; este número asciende a 405.570 habitantes. Para el muestreo se usa el método probabilístico. Se recolecta información a través de encuestas tipo cuestionario e información recabada por entes como Corporación Mixta de Turismo Cúcuta y universidades de la zona.

PALABRAS CLAVE: turismo, comercio, comunicación, competitividad, calidad.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 144 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

DISEÑO ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA ARBOLEDAS TRAVEL

TOUR EN CUCUTA

MERY YANETH CASTELLANOS VILLAMIZAR

JEFERSON FABIAN ROA ORTIZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2018

DISEÑO ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA ARBOLEDAS TRAVEL

TOUR EN CUCUTA

MERY YANETH CASTELLANOS VILLAMIZAR

JEFERSON FABIAN ROA ORTIZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título en

Tecnología Comercial y Financiera.

Directora:

LUZ MARINA PEÑA

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2018



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

HORA: 10:00 AM
FECHA: 22 DE SEPTIEMBRE DEL 2018
LUGAR: OFICINA PLAN DE ESTUDIO ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
JURADOS: JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
FABIAN YESID DAVILA LOPEZ

TITULO DE LA TESIS: DISEÑO ESTRATÉGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA

ARBOLEDAS TRAVEL TOUR EN CUCUTA

DIRECTOR: LUZ MARINA PEÑA

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>MERY YANETH CASTELLANOS VILLAMIZAR</u>	<u>1461570</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>
<u>JEFERSON FABIAN ROA ORTIZ</u>	<u>1462049</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.

COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	17
1. Problema	19
1.1 Titulo	19
1.2 Planteamiento del Problema	19
1.3 Formulación del Problema	21
1.4 Justificación	21
1.5 Objetivos de la Investigación	22
1.5.1 Objetivo general	22
1.5.2 Objetivos específicos	22
1.6 Limitaciones	23
1.7 Alcances	23
2. Marco de Referencia	24
2.1 Antecedentes Bibliográficos	24
2.2 Marco Teórico	25
2.2.1 Teoría de planeación estratégica	25
2.2.2 Planeación estratégica de mercadeo	26
2.2.3 Mezcla de mercadeo	28
2.2.4 Investigación de mercados	28
2.3 Marco Conceptual	30
2.4 Marco Legal	32
3. Diseño Metodología	34
3.1 Tipo de Investigación	34

3.2 Población y Muestra	35
3.2.1 Población	35
3.2.2 Muestra	35
3.3 Instrumentos para la Recolección de Información	38
3.4 Fuentes de Información	38
3.4.1 Fuentes primarias	38
3.4.2 Fuentes secundarias	38
3.5 Técnicas de Análisis	39
4. Estudio de Mercado	40
4.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	40
5. Diagnostico Estratégico	50
5.1 Diagnostico Interno	52
5.2 Evaluación de Capacidad interna	54
5.2.1 Capacidad directiva	54
5.2.2 Capacidad de talento humano	55
5.2.3 Capacidad competitiva	56
5.2.4 Capacidad financiera	57
5.2.5 Capacidad tecnológica	57
5.3 Diagnostico Externo	59
5.3.1 Variables externas	59
5.4 Análisis DOFA	64
5.5 Direccionamiento Estratégico	66
5.5.1 Principios corporativos	66
5.5.2 Misión	67

5.5.3 Visión	68
6. Análisis de la Situación Actual	70
6.1 Selección de los Mercado Meta	71
6.1.1 Mercado Meta	72
6.1.2 Mercado Potencial	72
6.2 Segmentación de Mercados	73
6.2.1 Proceso de segmentación de mercados	73
6.2.2 Características de un segmento de mercado	74
6.2.3 Variables de segmentación de clientes	76
6.3 Análisis de Ventas y Participación de Mercado	79
6.3.1 Análisis de ventas	79
6.3.2 Participación de mercado	79
6.4 Análisis del Sector	81
6.4.2 Municipio de arboledas (Norte de Santander)	87
6.5 Análisis del Servicio	91
6.5.1 Talento humano	91
6.5.2 Servicios	92
6.6 Análisis de la Competencia	95
6.6.1 Calidad del servicio	97
6.6.2 Ubicación de la competencia	98
6.7 Análisis de la Distribución del Servicio	98
6.7.1 Canales de distribución	99
6.7.2 Instalaciones para la distribución	99
6.8 Análisis de Promoción	100

6.8.1 Publicidad	100
6.8.2 Servicio	101
6.8.3 Venta personal	101
6.8.4 Estrategias de ventas	102
7. Diseño Estratégico Comercial para la Empresa Arboledas Travel Tour	104
7.1 Formulación de Objetivos	104
7.2 Formulación de Estrategias	106
7.2.1 Estrategia de Posicionamiento	108
7.2.2 Desarrollo de los servicios actuales	109
7.2.3 Mantenimiento de las instalaciones	110
7.2.4 Estrategia de capacitación del personal	111
7.2.5 Estrategia de Motivación del personal	111
7.2.6 Estrategia de tarifas y descuentos	112
7.2.7 Estrategia de distribución	113
7.2.8 Estrategia de mejoramiento en tecnología	113
7.2.9 Medir el grado de satisfacción del cliente	114
7.2.10 Estrategias de promoción	114
7.2.11 Estrategia de turismo cultural	117
8. Plan de Acción para diseño Estratégico Comercial para la Empresa Arboledas Travel Tour	120
8.1 Plan de Acción	120
8.2 Implementación del Plan de Acción	121
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	127
8.4 Indicadores del Plan de Acción	129

8.4.1 Indicadores de Gestión	129
8.4.2 Componentes de un sistema de medición	130
8.4.3 Premisas para la definición de indicadores de gestión	131
9. Conclusiones	134
10. Recomendaciones	137
Referencias Bibliográficas	140
Anexos	141