

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/107

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): MARIA CAMILA APELLIDOS: ORDUZ PARDO

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIRECTOR:

NOMBRE(S): MARTHA BEATRIZ APELLIDOS: DELGADO

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA AMESE APOYO A MUJERES CON ENFERMEDADES DEL SENO

RESUMEN

El marketing con el paso del tiempo se convirtió en un elemento fundamental para coordinar las actividades empresariales de forma correcta a través de una buena orientación administrativa, es por lo anterior que su desarrollo y funcionamiento depende económicamente de la misma. El objetivo de la presente investigación titulada, Diseñar un plan de marketing para la asociación AMESE Apoyo a mujeres con enfermedades del seno en Bogotá, no es solamente vender un servicio, sino por el contrario contribuir a la solución de problemas presentados en los usuarios y satisfacer las necesidades del mercado. El presente estudio se llevó a cabo mediante la investigación descriptiva. El enfoque del presente estudio es mixto (cualitativo y cuantitativo) en la cual el fin es medir y recolectar información acerca de la oferta de los productos Ámese. El diseño del plan de marketing sirve como una carta de navegación para la empresa, permite ajustar, encaminar y unificar los objetivos trazados por la asociación, involucrando cada departamento, con el fin analizar el macroentorno y microentorno de la asociación.

PALABRAS CLAVE: marketing, empresa, enfermedades de seno, mujeres, Amese, mercado
CARACTERISTICAS:

PÁGINAS: 107 PLANOS: ILUSTRACIONES: CD ROOM:

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

DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA AMESE APOYO A
MUJERES CON ENFERMEDADES DEL SENO

MARIA CAMILA ORDUZ PARDO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA AMESE APOYO A
MUJERES CON ENFERMEDADES DEL SENO

Presentado por:

MARIA CAMILA ORDUZ PARDO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Administrador de Empresas

Director

MARTHA BEATRIZ DELGADO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

San José de Cúcuta, 21 de febrero de 2019

LUGAR: Laboratorio Empresarial Aula 203

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO: "PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA AMESE APOYO A MUJERES CON ENFERMEDADES DEL SENO".

MODALIDAD: TRABAJO DIRIGIDO


JURADOS:

MARTHA BEATRIZ DELGADO	2	ENTIDAD: U.F.P.S.
MAYRA ESPERANZA FOLIACO ALBINO		ENTIDAD: U.F.P.S.
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER		ENTIDAD: U.F.P.S.

DIRECTORA: MARTHA BEATRIZ DELGADO

NOMBRE ESTUDIANTE

	CÓDIGO	CALIFICACIÓN		
		NÚMERO	LETRAS	A - M - L
MARÍA CAMILA ORDUZ PARDO	1212362	4,3	Cuatro Tres	X


MARTHA BEATRIZ DELGADO
Jurado


MAYRA ESPERANZA FOLIACO ALBINO
Jurado


PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
Jurado

V^oB^o 
ZULAY ALARCÓN RIVERA
Coordinadora Comité Curricular
Administración de Empresas

T. de P.

Contenido

	pág.
Introducción	11
1. Problema	13
1.1 Título	13
1.2 Planteamiento del Problema	13
1.3 Formulación del Problema	15
1.4 Justificación	16
1.5 Objetivos	17
1.5.1 Objetivo general	17
1.5.2 Objetivos específicos	17
2. Marco Referencial	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Bases Teóricas	19
2.3 Marco Histórico	22
2.4 Marco Legal	26
3. Metodología de la Investigación	28
3.1 Tipo de Investigación	28
3.2 Enfoque de la Investigación	28
3.3 Instrumento de Recolección de la Información	28
3.3.1 Fuentes primarias	29
3.3.2 Fuentes secundarias	29
3.4 Técnica de Recolección de la Información	30

3.5 Población y Muestra	30
3.5.1 Población	30
3.5.2 Muestra	30
3.6 Tratamiento de la Información	31
4. Plan Operativo	32
4.1 Análisis del Macroentorno	32
4.2 Análisis del Microentorno	35
5. Diagnóstico Interno de la Empresa	42
5.1 Aplicación Encuesta y Resultados	42
5.2 Análisis Medios Digitales	45
5.3 Matriz Dofa	46
6. Plan de Acción	49
6.1 Estrategias de Mercadeo para Impulsar la Marca Ámase (Desarrollo de Productos)	49
6.2 Actividades de Posicionamiento de Marca	59
7. Conclusiones	61
8. Recomendaciones	63
Referencias Bibliográficas	64
Anexos	67