

	<b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>	<b>Código</b>	FO-SB-12/v0
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>	<b>Página</b>	<b>1/153</b>

### RESUMEN TRABAJO DE GRADO

**AUTOR:**

**NOMBRE(S):** CARMEN LILIANA

**APELLIDOS:** FLOREZ AGUDELO

**NOMBRE(S):** CESAR ALIRIO

**APELLIDOS:** GARCIA VESGA

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS:** DIVISION EDUCACION A DISTANCIA ADMINISTRACION FINANCIERA

**DIRECTOR:**

**NOMBRE(S):** PEDRO

**APELLIDOS:** REYES SANTANDER

**TÍTULO DEL TRABAJO:** PLAN DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA VITAMINA D3 DE LABORATORIOS ECAR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

**RESUMEN**

La presente investigación, permite un plan de mercadeo desde el punto de vista estratégico facilita a las diferentes organizaciones lograr sus objetivos utilizando de una forma eficiente y eficaz sus recursos, además obtener una perspectiva diferente a la situación actual conociendo sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas del medio. La metodología utilizada para la investigación fue de tipo descriptiva y exploratoria. Teniendo como resultados el análisis del estudio de mercados mediante el cual se determinarán los factores externos e internos que darán comienzo al diagnóstico general, el cual conduce a desarrollar estrategias que influirán en el posicionamiento de la vitamina D3 del Laboratorio ECAR y por lo tanto, el mejoramiento en la participación del mercado de la empresa, consolidando una empresa competitiva y siendo un ejemplo de desarrollo organizacional en la ciudad de Cúcuta, para concluir, el plan de mercadeo gira básicamente en mejorar el área comercial de laboratorios ECAR, por tal motivo se enfatiza en el talento humano el cual se capacita, en atención y servicio al cliente.

**Palabras claves:** Mercadeo, Vitamina, Organizacional, Administración

**CARACTERÍSTICAS:**

**PÁGINAS:** 153

**ANEXOS:** 2

**CD ROOM:** 1

PLAN DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA VITAMINA D3 DE  
LABORATORIOS ECAR EN LA CIUDAD DE CUCUTA

CARMEN LILIANA FLOREZ AGUDELO Código 1490722

CESAR ALIRIO GARCIA VESGA Código 1490723

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

DIVISION EDUCACION A DISTANCIA

ADMINISTRACION FINANCIERA

SAN JOSE DE CÚCUTA

2018

PLAN DE MERCADEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA VITAMINA D3 DE  
LABORATORIOS ECAR EN LA CIUDAD DE CUCUTA

CARMEN LILIANA FLOREZ AGUDELO Código 1490722

CESAR ALIRIO GARCIA VESGA Código 1490723

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

Director

PEDRO REYES SANTANDER

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

DIVISION EDUCACION A DISTANCIA

ADMINISTRACION FINANCIERA

SAN JOSE DE CÚCUTA

2018

## Acta de Sustentación



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

**HORA:** 11:00 A.M.  
**FECHA:** MARZO 18 DEL 2017  
**LUGAR:** CREAD 3 SALA DE FOTOGRAFIA  
**JURADOS:** ALONSO TOSCANO NIÑO  
LUZ MARINA PEÑA  
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN DE MERCADEO PARA LA POSICIONAMIENTO DE LA VITAMINA D3 DE LABORATORIO ECAR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

**DIRECTOR:** PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>CESAR ALIRIO GARCIA VESGA</u>	<u>1490723</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>
<u>CARMEN LILIANA FLOREZ AGUDELO</u>	<u>1490722</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO. DOS</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**

VoBo.

  
COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

## **Dedicatoria**

A Dios.

Por permitirme y darme la oportunidad de cumplir con mis metas, de enfrentar los obstáculos que se presentaban a largo de mi vida.

A mi Director.

Por el apoyo y el tiempo que nos dedicó en la tesis y de esta manera poder lograr este triunfo.

A mi familia, por el apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

## **Agradecimiento**

Primeramente, le doy gracias a Dios, por haberme permitido cumplir otra meta más en mi vida, también a la Universidad Francisco de Paula de Santander, por la oportunidad que brinda para que podamos crecer profesionalmente.

## **Resumen**

La presente investigación, permite un plan de mercadeo desde el punto de vista estratégico facilita a las diferentes organizaciones lograr sus objetivos utilizando de una forma eficiente y eficaz sus recursos, además obtener una perspectiva diferente a la situación actual conociendo sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas del medio. La metodología utilizada para la investigación fue de tipo descriptiva y exploratoria. Teniendo como resultados el análisis del estudio de mercados mediante el cual se determinarán los factores externos e internos que darán comienzo al diagnóstico general, el cual conduce a desarrollar estrategias que influirán en el posicionamiento de la vitamina D3 del Laboratorio ECAR y por lo tanto, el mejoramiento en la participación del mercado de la empresa, consolidando una empresa competitiva y siendo un ejemplo de desarrollo organizacional en la ciudad de Cúcuta, para concluir, el plan de mercadeo gira básicamente en mejorar el área comercial de laboratorios ECAR, por tal motivo se enfatiza en el talento humano el cual se capacita, en atención y servicio al cliente.

**Palabras Claves.** Mercadeo, Vitamina, Organizacional, Administración

## **Abstract**

This research, allows a marketing plan from the strategic point of view makes it easier for different organizations to achieve their objectives using their resources efficiently and effectively, also get a different perspective to the current situation knowing their strengths and weaknesses, as well as the opportunities and threats of the environment. The methodology used for the research was descriptive and exploratory. Taking as a result the analysis of the market study by means of which the external and internal factors that will start the general diagnosis will be determined, which leads to develop strategies that will influence the positioning of the vitamin D3 of the ECAR Laboratory and, therefore, the improvement in the market share of the company, consolidating a competitive company and being an example of organizational development in the city of Cúcuta, to conclude, the marketing plan is basically to improve the commercial area of ECAR laboratories, for this reason it is emphasized in the human talent which is trained, in attention and customer service.

**Keywords.** Marketing, Vitamin, Organizational, Administration.



## Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	16
1. El Problema	18
1.1 Título Del Proyecto	18
1.2 Planteamiento Del Problema	18
1.3 Formulación Del Problema	20
1.4 Objetivos	20
1.4.1 Objetivo General	20
1.4.2 Objetivos específicos	21
1.5 Justificación	21
1.6 Limitaciones	23
1.7 Alcances	24
2. Marco Referencial	25
2.1 Antecedentes De La Empresa	25
2.2 Antecedentes Bibliográficos	26
2.3 Marco Teórico	28
2.4 Marco Conceptual	34
2.5 Marco Legal	36
3. Metodología	41
3.1 Tipos De Investigación	41
3.2 Población Y Muestra	42
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	45
3.4 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	46

4. Diagnostico Estratégico	47
4.2 Evaluación De Capacidad Interna	49
4.1 Matriz DOFA	62
5. Estudio Del Mercado	74
5.1. Tabulación, Interpretación Y Análisis De La Información Del Estudio De Mercado Aplicado A Los Clientes.	74
6. Análisis de la Situación Actual	82
6.1 Análisis del Portafolio de Productos	83
6.1.1 Concepto del producto.	83
6.1.2 Diferenciación del producto	84
6.1.3 Clasificación de los productos	84
6.1.4 Descripción del producto vitamina D3	85
6.1.5 Ciclo de vida del producto.	91
6.1.6 Precio del producto	94
6.2. Análisis de la Competencia	95
6.2.1. Calidad del producto	95
6.2.2 Ubicación de la competencia en el mercado	96
6.2.3. Sistemas de comercialización de la competencia.	96
6.2.4. Análisis de clientes y mercado	97
6.2.5. Mercado Meta.	97
6.2.6. Mercado Potencial.	97
6.3. Segmentación de Mercados.	98
6.3.1. Características de un Segmento de Mercado.	99
6.3.2 Variables de Segmentación de clientes.	100
6.4. Distribución del Producto	103

6.4.1 Tipo de Distribución	103
6.4.2 Canales de Distribución	103
6.4.3 Tipo de mercadeo	104
6.5. Promoción del Producto	104
7. Estrategias para el posicionamiento de la Vitamina D3 de Laboratorios Ecar.	108
7.1 Formulación De Estrategias	108
7.2 Estrategias de Posicionamiento	109
7.3 Estrategia de prestigio	111
7.4 Estrategia de descuentos	112
7.5 Estrategias de Distribución	112
7.6 Estrategia de presión	112
7.7 Estrategia de Promoción	113
7.8 Estrategia de publicidad	114
7.9 Estrategia De Venta Personal	114
7.10 Estrategia De Promoción De Ventas	115
7.11 Estrategias de Desarrollo del Personal	117
8.Estrategias Financieras	119
9. Plan de Acción para el Posicionamiento de la Vitamina D3 de Laboratorios ECAR	120
9.1 Plan de Acción	120
9.2 Implementación del Plan de Acción	121
9.3 Presupuesto del Plan de Acción	128
9.4 Indicadores del Plan de Acción	130
9.4.1 Índices del mercado	131
9.4.2. Índice de Clientes	132
9.4.3. Índices de comercialización.	134

9.4.4. Otros indicadores.	135
Conclusiones	137
Recomendaciones	140
Bibliografía	143
Anexos	148