

	<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>1/1</b>

**RESUMEN TRABAJO DE GRADO**

**AUTOR(ES):**

**NOMBRE(S):** MARIA CONSUELO    **APELLIDOS:** DIAZ PARRA  
**NOMBRE(S):** YANETH ELAINE    **APELLIDOS:** PULIDO CAICEDO

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES  
**PLAN DE ESTUDIOS:** ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

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

**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS):** PLAN ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LOS SUPERMERCADOS DE LAS COMUNAS 2 Y 5 DE LA CIUDAD CUCUTA

**RESUMEN**

El proyecto de investigación tiene como finalidad formular un plan estratégico comercial para los supermercados de las comunas 2 y 5 de la ciudad Cúcuta. Para ello, se elabora una investigación exploratoria - descriptiva para determinar y recopilar las características del mercado del sector para definir la más ventajosa, que tiene como objetivo principal la descripción del sector de supermercados. En los resultados se realiza un estudio de mercado para determinar el comportamiento de compra de los clientes actuales para los. Seguidamente, se analiza la situación actual del sector de supermercados. Igualmente, se establecen estrategias comerciales para los supermercados con énfasis en la fidelización del cliente, planeación de ventas y mercadeo en la ciudad de Cúcuta. Finalmente, diseñar el plan de acción para desarrollar las estrategias planteadas del sector de los supermercados de las comunas 2 y 5 de la ciudad de Cúcuta.

**PALABRAS CLAVE:** gustos, preferencias, supermercados, comportamientos

**CARACTERÍSTICAS:**

**PÁGINAS:** 156    **PLANOS:**         **ILUSTRACIONES:**         **CD ROOM:** 1

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

COPIA NO CONTROLADA

PLAN ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LOS SUPERMERCADOS DE LAS COMUNAS

2 Y 5 DE LA CIUDAD CUCUTA

MARIA CONSUELO DIAZ PARRA

YANETH ELAINE PULIDO CAICEDO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2017

PLAN ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LOS SUPERMERCADOS DE LAS COMUNAS  
2 Y 5 DE LA CIUDAD CUCUTA

MARIA CONSUELO DIAZ PARRA  
YANETH ELAINE PULIDO CAICEDO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el 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 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA  
SAN JOSE DE CUCUTA

2017



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

**HORA:** 10:00 AM  
**FECHA:** SEPTIEMBRE 16 DEL 2017  
**LUGAR:** SALA DE JUNTAS LABORATORIO EMPRESARIALES  
**JURADOS:** RUBIELA RUEDA RUEDA  
MILLER RIAÑO SOLANO  
LUIS FERNANDO GUARDIOLA

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN ESTRATÉGICO COMERCIAL PARA LOS SUPERMERCADOS DE LA COMUNAS 2 Y 5 DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

**DIRECTOR:** PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

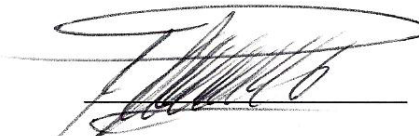
<b>NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO</b>	<b>NOTA</b>	<b>CALIFICACION</b>
<u>MARIA CONSUELO DIAZ PARRA</u>	<u>1490798</u>	<u>4.3</u>	<u>CUATRO. TRES</u>
<u>YANETH ELAINE PULIDO CAICEDO</u>	<u>1490791</u>	<u>4.3</u>	<u>CUATRO. TRES</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** ADMINISTRACION FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**

  
VoBo.





  
**COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR**

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	16
1. Problema	18
1.1 Título	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	20
1.5 Justificación	21
1.6 Limitaciones	22
1.7 Alcances	23
2. Marco de Referencia	24
2.1 Antecedentes Bibliográficos	24
2.2 Marco Teórico	25
2.3 Marco Conceptual	30
2.4 Marco Legal	32
3. Diseño Metodológico	35
3.1 Tipos de Investigación	35
3.2 Población y Muestra	36
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	40
3.4 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	40
4. Análisis Estratégico de los Supermercados	42

4.1 Diagnostico Administrativo	43
4.2 Diagnostico Interno	45
4.2.1 Capacidad directiva	46
4.2.2 Capacidad competitiva	47
4.2.3 Capacidad Tecnológica	48
4.2.4 Capacidad de Talento Humano	49
4.2.5 Capacidad Financiera	50
4.3 Diagnostico Externo	52
4.3.1 Factores económicos	52
4.3.2 Factores socio-culturales	53
4.3.3 Factores político - legislativos	54
4.3.4 Factores tecnológicos	55
4.3.5 Factores competitivos	56
4.3.6 Factores geográficos	56
4.4 Matriz DOFA	57
5. Investigacion del Mercado	60
5.1 Fabulación, Interpretación y Análisis de la Información del Estudio de Mercado Aplicado a los Clientes	61
5.1.1 Clientes actuales de supermercados	61
6. Análisis de la Situación Actual	73
6.1 Análisis del Sector de los Supermercados	73
6.1.1 Sector de supermercados	73
6.2 Las Cinco Fuerzas Competitivas del Sector	76
6.2.1 Amenaza de nuevos competidores	76

6.2.2 Poder de los proveedores	77
6.2.3 Poder de negociación de los compradores	77
6.2.4 Productos sustitutos	78
6.2.5 Rivalidad e intensidad	78
6.3 Determinación del Mercado Meta	80
6.4 Segmentación de Mercados	82
6.4.1 Ventajas de segmentación de mercados	83
6.4.2 Características de un Segmento de Mercado	84
6.4.3 Variables de Segmentación de clientes	85
6.5 Productos	87
6.5.1 Canasta básica	87
6.5.2 Posicionamiento de los supermercados:	90
6.6 Análisis del Servicio	92
6.6.1 Políticas de servicio	92
6.6.2 Momentos de verdad en la compra en los supermercados	94
6.7 Direccionamiento Estratégico	99
6.7.1 Principios Corporativos	100
6.7.2 Misión	100
6.7.3 Visión	103
6.7.4 Objetivos Corporativos	104
6.7.5 Valores organizacionales	105
6.8 La Competencia	107
6.8.1 Precios del mercado	108
6.8.2 Calidad del servicio	110

6.9 Distribución	112
6.9.1 Tipo de Distribución	113
6.9.2 Canales de Distribución	113
6.10 Promoción	114
7. Estrategias Comerciales para los Supermercados de las Comunas 2 y 5 de la Ciudad	
Cucuta	115
7.1 Formulación de Estrategias	115
7.2 Estrategia de Capacitación del Talento Humano	117
7.3 Mercadeo Relacional (CRM)	121
7.4 Estrategia Promoción y Merchandising	122
7.5 Estrategia de Precios	124
7.6 Centro de Servicio al Cliente	125
7.6.1 Manual de funciones para el cargo del centro de atención al cliente	126
7.7 Sistema de Cámaras y Verificación de Precios	129
7.8 Otras Estrategias	130
7.9 Sensibilizar el Direccionamiento Estratégico	132
8. Diseño del Plan de Acción para los Supermercados de las Comunas 2 y 5 de la Ciudad de	
Cúcuta	133
8.1 Plan de Acción	133
8.2 Implementación del Plan de Acción	134
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	139
8.4 Indicadores de Gestión	141
8.4.1 Indicadores de gestión	141
8.4.2 Metodología para la construcción de indicadores	141



8.4.3 Indicadores de gestión empresarial	142
9. Conclusiones	144
10. Recomendaciones	147
Referencias Bibliográficas	149
Anexos	150