

	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): YEZMIN ZAMARY **APELLIDOS:** CARVAJAL VILLAFAÑE

NOMBRE(S): JOSÉ MARIA **APELLIDOS:** JAIMES CONTRERAS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): LUZ MARINA **APELLIDOS:** PEÑA

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): DISEÑO ESTRATEGICO COMERCIAL PARA LA
EMPRESA METALIT SAS DE LA CIUDAD DE CUCUTA

RESUMEN

El proyecto de investigación tiene como finalidad desarrollar un plan estratégico comercial para la empresa METALIT SAS en Cúcuta que permita proyectar su gestión de mercadeo y ventas. Para ello, se elabora una investigación exploratoria – descriptiva para determinar las características del mercado del sector de distribución y comercialización de productos en acero inoxidable y describir las características y funciones del mercado. En los resultados se evalúa interna y externamente la situación actual del área de mercadeo y ventas de la empresa METALIT SAS, identificando sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Seguidamente, se realiza un análisis de la situación actual comercial y financiera para identificar posibilidades de mejoramiento de la participación de mercado, productividad y competitividad. Se formula un plan estratégico comercial acorde a las necesidades de la empresa. Finalmente, se elabora un plan de acción para la empresa METALIT SAS que proyecte el crecimiento y desarrollo administrativo, comercial y financiero hacia el futuro.

PALABRAS CLAVE: Plan estratégico, gestión de mercadeo, análisis de mercado.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 143 **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 ESTRATÉGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA METALIT SAS DE LA
CIUDAD DE CUCUTA

YEZMIN ZAMARY CARVAJAL VILLAFANE

JOSÉ MARIA JAIMES CONTRERAS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA

2017

DISEÑO ESTRATÉGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA METALIT SAS DE LA
CIUDAD DE CUCUTA

YEZMIN ZAMARY CARVAJAL VILLAFANE

JOSÉ MARIA JAIMES CONTRERAS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Administración Financiera

Director

LUZ MARINA PEÑA

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA

2017



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

HORA: 10:25 AM
FECHA: SEPTIEMBRE 16 DEL 2017
LUGAR: LABORATORIO EMPRESARIALES LE -102
JURADOS: PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
FRANCISCO ESTEBAN RODRIGUEZ
FABIAN YESID DAVILA

TITULO DE LA TESIS: DISEÑO ESTRATÉGICO COMERCIAL PARA LA EMPRESA METALIT SAS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

DIRECTOR: LUZ MARINA PEÑA

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>YEZMIN ZAMARY CARVAJAL VILLAFANE</u>	<u>1490796</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO.DOS</u>
<u>JOSE MARIA JAIMES CONTRERAS</u>	<u>1490787</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	15
1. Problema	17
1.1 Título	17
1.2 Planteamiento del Problema	17
1.3 Formulación del Problema	19
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo general	19
1.4.2 Objetivos específicos	19
1.5 Justificación	20
2. Marco Contextual	22
2.1 Antecedentes Históricos	22
2.2 Antecedentes Bibliográficos	23
2.3 Marco Teórico	24
2.3.1 Planeación estratégica	24
2.3.2 Concepto de marketing	25
2.3.3 Planeación estratégica de marketing	26
2.3.4 Mezcla de marketing	27
2.3.5 Investigación de mercados	28
2.4 Marco Legal	29
2.5 Marco Conceptual	30
3. Metodología	34

3.1 Tipos de Investigación	34
3.2 Población	35
3.3 Muestra	35
3.4 Instrumentos	37
3.5 Fuentes de Información	38
3.6 Técnicas de Análisis	38
4. Estudio del Mercado	40
4.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	40
5. Diagnostico Estratégico	49
5.1 Diagnóstico Administrativo	50
5.2 Diagnostico Interno	52
5.2.1 Capacidad directiva	52
5.2.2 Capacidad competitiva	54
5.2.3 Capacidad tecnológica	56
5.2.4 Capacidad de talento humano	57
5.2.5 Capacidad financiera	58
5.3 Diagnostico Externo	60
5.3.1 Factores económicos	61
5.3.2 Factores socio - culturales	62
5.3.3 Factores político - legislativos	62
5.3.4 Factores tecnológicos	63
5.3.5 Factores competitivos	64
5.3.6 Factores geográficos	65

5.4 Matriz DOFA	67
6. Análisis de la Situación Actual	69
6.1 Análisis del Sector	69
6.1.1 Sector del acero	69
6.1.2 Mercado Colombiano	71
6.2 Determinación del Mercado Meta	72
6.3 Segmentación de Mercados	75
6.3.1 Ventajas de segmentación de mercados	75
6.3.2 Proceso de segmentación de mercados	76
6.3.3 Características de un segmento de mercado	77
6.3.4 Variables de segmentación de consumidores	78
6.4 Productos	81
6.4.1 Generalidades	81
6.4.2 Ventajas competitivas de los productos	82
6.4.3 Materias primas e insumos	83
6.5 Análisis del Servicio	86
6.5.1 Gerencia del servicio	86
6.5.2 Triángulo del servicio	86
6.5.3 Clientes	87
6.5.4 Sistemas	91
6.5.5 Gente	93
6.6 Direccionamiento Estratégico	94
6.6.1 Principios corporativos	94

6.6.2 Misión	95
6.6.3 Visión	97
6.6.4 Objetivos corporativos	98
6.6.5 Valores organizacionales	100
6.7 La Competencia	101
6.7.1 Precios del mercado	101
6.7.2 Calidad de los productos	103
6.7.3 Ubicación de la competencia	104
6.8 Proveedores	105
6.9 Distribución	106
6.10 Promoción	107
7. Diseño Estratégico Comercial para la Empresa METALIT SAS	109
7.1 Estrategias	109
7.2 Estrategias de Penetración de Mercado	111
7.2.1 Estrategias de desarrollo de mercado	112
7.2.2 Estrategia de desarrollo de producto	113
7.3 Estrategia de Precio	114
7.4 Estrategia de Distribución	115
7.4.1 Estrategia de presión	116
7.5 Estrategias de Posicionamiento	116
7.6 Estrategia de Promoción	118
7.6.1 Merchandising	118
7.6.2 Estrategia promocional	119

7.6.3 Estrategias para la fuerza de ventas	120
7.7 Estrategias de Servicio	121
7.7.1 Programa de fidelización de clientes	121
7.7.2 Posicionar variables de atención, servicio y calidad ofrecidas	122
7.7.3 Capacitación en servicio al cliente	122
7.8 Difundir direccionamiento estratégico	123
8. Diseño del Plan de Acción para la Empresa METALIT SAS	124
8.1 Plan de Acción	124
8.2 Implementación del Plan de Acción	125
8.3 Presupuesto del Plan de Acción	130
8.4 Indicadores de Gestión	131
8.4.1 Indicadores de gestión	131
8.4.2 Metodología para la construcción de indicadores	132
8.4.3 Indicadores de gestión empresarial	133
9. Conclusiones	134
10. Recomendaciones	137
Referencias Bibliográficas	139
Anexos	140