	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN		VERSIÓN	02
			FECHA	03/04/2017
			PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ	APROBÓ	
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad	

**RESUMEN TRABAJO DE GRADO**

**AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS**

**NOMBRE(S): MIGUEL ANGEL**

**APELLIDOS: ZAPATA ROJAS**

**NOMBRE(S): CARLOS EDUARDO**

**APELLIDOS: RAMIREZ MORA**

**FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES**

**PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA**

**DIRECTOR:**

**NOMBRE(S): JOSE ALIRIO**

**APELLIDOS: TIRADO**

**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA CUERO ARTE**

**SANTAMARÍA EN LA CIUDAD DE CUCUTA**

En este trabajo de grado se quiere desarrollar un plan de mercadeo para la empresa cuero arte Santamaría, para posicionarla con sus productos y aumentar el nivel de ventas; la empresa cuenta con buena maquinaria, los productos son de calidad, y únicamente se trabaja en cuero, dichos productos están dirigidos a un segmento medio y medio alto, en los momentos actuales presenta dificultades tales como: competencia agresiva con materiales más económicos, pérdida de clientes y por ende pérdida de rentabilidad; razón por la cual la empresa registra una disminución significativa en sus ventas debido a que sus estrategias de mercadeo y modelo de negocios no están bien definidos generando una menor participación en el mercado.

**PALABRAS CLAVES: MERCADEO, EMPRESA**

**CARACTERISTICAS:**

**PAGINAS: 191    PLANOS: 0    ILUSTRACIONES: 5    CD ROOM: 0**

PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA CUERO ARTE SANTAMARÍA EN LA  
CIUDAD DE CUCUTA

MIGUEL ANGEL ZAPATA ROJAS

CARLOS EDUARDO RAMIREZ MORA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2019

PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA CUERO ARTE SANTAMARÍA EN LA  
CIUDAD DE CUCUTA

MIGUEL ANGEL ZAPATA ROJAS

CARLOS EDUARDO RAMIREZ MORA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO EN  
TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

Director:

JOSÉ ALIRIO TIRADO

Administrador de Empresas


UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2019

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER</b> <b>ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b> <b>PROGRAMA DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA</b>	<b>Versión:</b> 1/2013
		<b>Página</b> 1

**HORA:** 09:30 AM  
**FECHA:** 19 DE SEPTIEMBRE DEL 2019  
**LUGAR:** OFICINA PLAN DE ESTUDIO  
**JURADOS:** YANETH CASTELLANOS VARGAS  
PEDRO ALFONSO REYE SANTANDER  
MARIA ASCENCION ACEVEDO CRUZ

**TITULO DE LA TESIS:** PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA CUERO ARTE SANTAMARIA EN LA CIUDAD DE CUCUTA

**DIRECTOR:** JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN	
		LETRA	NÚMERO
<u>MIGUEL ANGEL ZAPATA ROJAS</u>	<u>1462208</u>	<u>CUATRO DOS</u>	<u>4.2 APROBADO</u>
<u>CARLOS EDUARDO RAMIREZ MORA</u>	<u>1462219</u>	<u>CUATRO DOS</u>	<u>4.2 APROBADO</u>

**PLAN DE ESTUDIO:** TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

**FIRMAS DE LOS JURADOS:**



\_\_\_\_\_  
YANETH CASTELLANOS VARGAS



\_\_\_\_\_  
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER



\_\_\_\_\_  
MARIA ASCENCION ACEVEDO CRUZ

**VoBo.**



\_\_\_\_\_  
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES  
COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

## Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	14
1 El Problema	16
1.1 Título del proyecto	16
1.2 Planteamiento del problema.	16
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
1.6 Limitaciones	21
1.7 Alcances	22
2 Marco contextual	23
2.1 Antecedentes de la empresa	23
2.2 Antecedentes bibliográficos	24
2.3 Marco teórico	26
2.4 Marco conceptual	31

3	Diseño metodológico	38
3.1	Tipos de investigación	38
3.2	Población y muestra	39
3.3	Instrumentos para la recolección de la información	43
3.4	Técnicas de análisis y procesamiento de datos	44
4	Diagnostico estratégico	46
4.1	Diagnostico interno	47
4.2	Evaluación de capacidad interna	53
4.2.1	Capacidad directiva	53
4.2.2	Capacidad de talento humano	56
4.2.3	Capacidad competitiva	57
4.2.4	Capacidad Financiera	59
4.2.5	Capacidad tecnológica	59
4.3	Diagnostico externo	64
4.3.1	Factores económicos	66
4.3.2	Factores políticos y legales	67
4.3.3	Factores competitivos	69
4.3.4	Factores socio culturales	70
4.3.5	Factores tecnológicos	72
4.3.6	Factor Geográfico	74

4.5 Principios organizacionales de la empresa cuero arte Santamaría.	81
5 Resultados y discusión	87
5.1 Capitulo 1	87
5.2 Capitulo 2	94
6 Análisis de la situación actual	99
6.1 Análisis del portafolio de productos	100
6.1.1 Concepto del producto	101
6.1.2 Diferenciación del producto	101
6.1.3 Clasificación de los productos	101
6.1.4 Descripción del portafolio de productos	103
6.1.5 Ciclo de vida del producto	106
6.1.6 Precio del producto	107
6.2 Análisis de la competencia	109
6.2.1 Competencia local	112
6.2.2 Calidad del producto	113
6.2.3 Análisis de porter	114
6.3 Análisis de clientes y mercado	116
6.3.1 Mercado Meta	117
7 Plan de mercadeo para la empresa cuero arte Santamaría.	128
7.2 Políticas del plan de mercadeo	129

7.3 Estrategias de mercadeo	131
7.4 Estrategias de penetración de mercado	134
7.10 Estrategia de precio	143
7.11 Estrategia de distribución	145
7.12 Estrategia de promoción	147
7.13 Estrategia de capacitación	150
8 Plan de acción para la empresa cuero arte Santamaría	152
8.1 Plan de acción	152
8.2 Implementación del plan de acción	153
8.3 Presupuesto del plan de acción	166
8.4. Indicadores de gestión	169
Conclusiones	177
Recomendaciones	180
Bibliografía	182
Anexos	184