



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): LEYDI FERNANDA

APELLIDOS: ROJAS ORTEGA

NOMBRE (S): NORA JANIT

APELLIDOS: SANDOVAL TUTA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIRECTOR:

NOMBRE (S): NELSON EMILIO

APELLIDOS: GARCIA TORRES

TITULO DE LA TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA, EN EL MUNICIPIO DE ARBOLEDAS, NORTE DE SANTANDER

RESUMEN:

Se aplicó un estudio de mercado como iniciativa empresarial con el fin de establecer una idea sobre la viabilidad comercial de la actividad económica de producción y comercialización de panela en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, desde las tres perspectivas; Consumidor, Competencia y Estrategias (Comercialización y Proveedores). También, se efectuó un estudio técnico del proyecto con el fin de obtener la información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de esta área. Igualmente, se realizó un análisis de la estructura organizacional, administrativa y legal del proyecto, para medir el impacto social, ambiental y legal que tendrá sobre sus principales grupos de interés. Por ultimo, se desarrolló un estudio financiero con el fin de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, obtenida en los estudios de mercado técnico y organizacional, con el fin de determinar su rentabilidad.

Palabras clave: plan, negocios, creación, empresa, productora, comercializadora, panela.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 166

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE PANELA, EN EL MUNICIPIO DE ARBOLEDAS,
NORTE DE SANTANDER

LEYDI FERNANDA ROJAS ORTEGA
NORA JANIT SANDOVAL TUTA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2013

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE PANELA, EN EL MUNICIPIO DE ARBOLEDAS,
NORTE DE SANTANDER

LEYDI FERNANDA ROJAS ORTEGA
NORA JANIT SANDOVAL TUTA

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

Director
NELSON EMILIO GARCIA TORRES
Mg. Comercio Internacional

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2013

San José de Cúcuta, 9 de agosto de 2013

LUGAR: INSTITUTO IDEAS

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO DEL PROYECTO: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA EN EL MUNICIPIO DE ARBOLEDAS, NORTE DE SANTANDER"

MODALIDAD: TRABAJO DE GRADO

JURADOS:

SAMIR RADUAM MENDOZA
EDGAR BAYTER LEMUS
EDWIN ALBERTO CELIS MORENO

ENTIDAD: U.F.P.S.
ENTIDAD: U.F.P.S.
ENTIDAD: U.F.P.S.

DIRECTOR: NELSON EMILIO GARCÍA TORRES

NOMBRE ESTUDIANTE

	CÓDIGO	NÚMERO	CALIFICACIÓN	
			LETRAS	A - M - L
LAYDI FERNANDA ROJAS ORTEGA	1250190	4,0	Cuatro Cero	X
NORA JANIT SANDOVAL TUTA	1250225	4,0	Cuatro Cero	X


SAMIR RADUAM MENDOZA
Jurado


EDGAR BAYTER LEMUS
Jurado


EDWIN ALBERTO CELIS MORENO
Jurado

VºBº 
LUZ STELLA ARENAS PÉREZ
Coordinadora Comité Curricular
Administración de Empresas

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por permitirnos iniciar y culminar este proceso de formación profesional.

A nuestros padres, hermanos y demás familiares, por ser nuestro apoyo incondicional en este largo proyecto.

Al docente NELSON GARCIA, director de tesis, por ser guía del proceso de investigación y un ejemplo de vida.

Al docente SAMIR MENDOZA, asesor del proyecto, por ser el orientador principal del componente pedagógico y didáctico.

Muchas gracias.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION	17
1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	20
1.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	20
1.4 JUSTIFICACION	20
1.5 OBJETIVOS	21
2. REFERENTES TEORICOS	22
2.1 ANTECEDENTES	22
2.2 MARCO TEORICO	22
2.3 MARCO LEGAL	24
3. METODOLOGIA	27
3.1 TIPO DE ESTUDIO	27
3.2 METODO DE INVESTIGACION	28
3.3 TIPO DE INVESTIGACION	28
3.4 POBLACION	28
3.5 MUESTRA	29
3.6 TRATAMIENTO DE LA INFORMACION	31

4. ANÁLISIS DEL SECTOR	33
4.1 DESARROLLO TECNOLÓGICO E INDUSTRIAL DEL SECTOR	33
4.2 CADENA PRODUCTIVA	48
5. ANÁLISIS DEL MERCADO	49
5.1 ESTRUCTURA ACTUAL DEL MERCADO NACIONAL	49
5.2 MERCADO OBJETIVO	50
5.3 JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	50
5.4 ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	51
5.5 OFERTA	52
5.6 CONSUMO PER CÁPITA	52
5.7 CONSUMO APARENTE	53
5.8 ESTIMACIÓN DEL SEGMENTO	54
5.9 PERFIL DEL CLIENTE	55
5.10 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS	55
5.11 PRODUCTOS SUSTITUTOS	57
6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	58
6.1 IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES PARTICIPANTES Y COMPETIDORES POTENCIALES	58
6.2 ANÁLISIS DE EMPRESAS COMPETIDORAS	59
6.3 RELACIÓN DE AGREMIACIONES EXISTENTES	61
6.4 ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS	62
6.5 IMAGEN DE LA COMPETENCIA ANTE LOS CLIENTES	63
6.6 SEGMENTO AL CUAL ESTÁ DIRIGIDA LA COMPETENCIA	63

7. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	64
7.1 MATERIA PRIMA	64
7.2 DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	66
7.3 DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA	79
7.4 RELACIÓN DE MOBILIARIO	79
7.5 INSUMOS Y SERVICIOS	80
7.6 CONTROL DE CALIDAD	80
7.7 HIGIENE, SEGURIDAD Y SANIDAD EN PLANTA	81
7.8 CAPACIDAD INSTALADA	88
7.9 MANTENIMIENTO NECESARIO	89
7.10 LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA	89
7.11 INFRAESTRUCTURA	93
8. CONCEPTO DEL PRODUCTO	99
8.1 PRODUCTO	99
8.2 PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	100
8.3 PRECIO DEL PRODUCTO	102
8.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	103
8.6. INNOVACIÓN DEL PRODUCTO A FUTURO	105
9. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	106
10. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	108
10.1 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO	118

11. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	119
11.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO	120
11.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	121
11.2.1 Estrategias de penetración en el mercado.	121
11.2.2 Estrategias de desarrollo del mercado.	122
11.3 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	123
11.4 ESTRATEGIAS DE SERVICIO	124
11.5 PRESUPUESTO DE MEZCLA DE MERCADEO	125
11.6 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO	126
12. ANÁLISIS D.O.F.A	127
13. ORGANISMOS DE APOYO	134
14. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	135
14.1 ORGANIGRAMA	135
14.2 MANUAL DE FUNCIONES POR DEPARTAMENTO	135
14.2.1 Funciones del departamento de producción.	135
14.2.2 Funciones del departamento de ventas.	136
14.3 FUNCIONES DEL PERSONAL	137
14.4 RAZÓN SOCIAL	139
14.5 LOGO	140
15. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	141
16. METAS SOCIALES DEL PLAN DE NEGOCIO	142

16.1 EMPLEO	142
16.2 IMPACTO SOCIAL	142
16.3 IMPACTO AMBIENTAL	144
16.4 MANEJO DE DESECHOS	145
16.5 LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DIARIA	145
17. ANÁLISIS FINANCIERO	147
17.1 PLAN DE PRODUCCIÓN	147
17.2 CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO	147
17.3 CAPITAL DEL TRABAJO	151
17.4 PROYECCIÓN DE VENTAS	151
17.5 GASTOS DE PERSONAL	152
17.6 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	153
17.7 GASTOS COMERCIALES	154
17.8 CAPITAL DE TRABAJO	154
17.9 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	156
17.10 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS Y ANALISIS FINANCIERO	157
17.11 CRONOGRAMA DE TRABAJO	158
18. CONCLUSIONES	160
19. RECOMENDACIONES	162
BIBLIOGRAFÍA	164