



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): JULIANA ANDREA **APELLIDOS:** PEÑARANDA FORRERO

NOMBRES GIORDY LEONARDO **APELLIDOS** RESTREPO DURAN

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DSIRECTOR:

NOMBRE (S): NELSON EMILIO **APELLIDOS:** GARCIA

TITULO DE LA TESIS: ANALISIS PROSPECTIVO PARA LA CREACION DE UNA
OFICINA DE CONSULTURIA E INTELEGENCIA COMPETITIVA DEL SISTEMA MODA
EN LA CIUDAD DE CUCUTA

RESUMEN:

El objetivo del presente documento es analizar la factibilidad prospectiva para la creación de una oficina de consultoría e inteligencia competitiva del sistema moda en la ciudad de Cúcuta. Específicamente se pretende ilustrar las necesidades de la industria, el comercio y los servicios en Cúcuta respecto a las ventajas que ofrece el comercio internacional de la mano de los TLC vigentes y en negociación, para afrontar la crisis económica y social generada por los conflictos en la zona de frontera con Venezuela;

CARACTERISTICAS:

PAGINAS: 202 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD-ROOM:** 1

ANÁLISIS PROSPECTIVO PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE CONSULTORÍA
E INTELIGENCIA COMPETITIVA DEL SISTEMA MODA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

JULIANA ANDREA PEÑARANDA FORERO

GIORDY LEONARDO RESTREPO DURÁN

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS COMERCIO INTERNACIONAL

CÚCUTA

2016

ANÁLISIS PROSPECTIVO PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE CONSULTORÍA
E INTELIGENCIA COMPETITIVA DEL SISTEMA MODA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

JULIANA ANDREA PEÑARANDA FORERO

GIORDY LEONARDO RESTREPO DURÁN

DIRECTOR

Dr. NELSON E. GARCIA TORRES


UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIO COMERCIO INTERNACIONAL

CÚCUTA

2016

	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO	Versión:	1/2013
		Página	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 12 de mayo de 2016

Acta N° 05

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Auditorio Aula Sur 4 Piso

TÍTULO DEL PROYECTO: “Análisis Prospectivo para la Creación de una Oficina de Consultoría e Inteligencia Competitiva del Sector Sistema Moda en la Ciudad de Cúcuta”

MODALIDAD: Trabajo de Investigación

JURADOS:

Sheyla V. Herrera Martínez ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

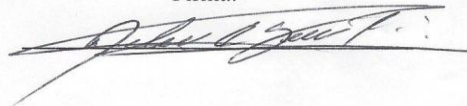
Javier Corredor Beltrán ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Jhon Antuny Pabón León ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTOR:

Firma:

Nelson Emilio García Torres



NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CODIGO

CALIFICACIÓN

LETRA

NÚMERO A-M-L

Juliana Andrea Peñaranda Forero

1260265

Cuatro Punto Tres

4.3

X

Giordy Leonardo Restrepo Duran

1260238

Cuatro Punto Tres

4.3

X

Sheyla V. Herrera Martínez

Javier Corredor B.

Javier Corredor Beltrán

Jhon Antuny Pabón León

V°B°

Johanna Milena Mogrovejo Andrade
JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE

Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	19
Resumen	23
1. Diagnostico general	25
1.1 Problema de investigación	25
1.1.1 Planteamiento del Problema:	25
1.1.2 Formulación del Problema	26
1.1.3Sistematización del Problema	27
1.2 Objetivos	27
1.2.1 Objetivo General	27
1.2.2 Objetivos Específicos	28
1.3 Justificación	29
1.4 Marco de referencia	32
1.4.1 Antecedentes:	32
1.4.2 Marco Teórico	34
1.4.3 Marco Conceptual	45
1.4.4 Marco Legal	49
1.4.5 Marco Contextual	52
1.5 Diseño metodológico	56
1.5.1 Tipo de Investigación.	56
1.5.3Tipo de Estudio.	56
1.5.4 Fuentes Primarias .	57

1.5.5 Fuentes Secundarias..	57
1.6 Administración del proyecto	58
1.6.1 Participantes del Proyecto.	58
1.6.2 Cronograma de Trabajo	59
1.6.3 Presupuesto de la Investigación	60
1.7 Impacto de las mipymes en Colombia	61
1.8 El desarrollo de la economía colombiana	72
1.9 Evolución del sector de servicios de asesoría y consultoría	79
2. Estudio de mercadeo	87
2.1. Propósitos a desarrollar	87
2.1.1. Propósito General.	87
2.1.2. Propósitos Complementarios.	87
2.2. Identificación del mercado	87
2.2.1. Mercado Potencial.	88
2.1.1. Población.	88
2.2.1.2. Muestra.	91
2.2.2. Diseño de la Encuesta	93
2.3. Descripción del servicio	94
2.3.1. Identificación y Especificación del Servicio.	94
2.3.2. Diferenciación del Servicio	97
2.4. Análisis de la información	97
2.4.1. Resultados.	98
2.4.2. Análisis de los Resultados.	99

2.5. Análisis de la demanda	115
2.6. Análisis de la oferta	117
2.6.1. Alianzas Estratégicas.	120
2.7. Mezcla de marketing	121
2.7.1. Nombre y Logotipo..	121
2.7.2. Canal de Comercialización..	122
2.7.3. Promoción y Publicidad.	123
2.7.3.1. Objetivos Publicitarios.	123
2.7.3.2. Estrategia	124
2.7.3.3. Elección de Medios	124
2.7.3.4. Estrategias publicitarias, promocionales y de lanzamiento	125
2.7.4. Precios y Márgenes	127
2.8. Portafolio de servicio	127
2.9. Estrategia competitiva y diferenciación del proyecto	138
2.9.1. Estrategia Competitiva.	138
2.9.2. Diferenciación del Proyecto.	140
3. Estudio técnico	141
3.1. Outsourcing en el desarrollo del proyecto	141
3.2. Caracterización de la empresa	143
3.2.1. Tamaño de la Empresa.	144
3.2.2. Factores Condicionantes del Tamaño.	144
3.2.2.1. Talento Humano.	144
3.2.2.2. Infraestructura Tecnológica.	145

3.2.2.3. Financiación del Proyecto.	145
3.2.3. Capacidad del Proyecto.	145
3.2.3.1. Capacidad Instalada.	145
3.2.3.2. Capacidad Utilizada.	146
3.2.4. Localización	147
3.2.4.1. Macrolocalización.	147
3.2.4.2. Microlocalización.	147
3.3. Ingeniería del proyecto	148
3.4. Planta física	151
4. Estudio administrativo	153
4.1. Marco legal	154
4.1.1. Empresa.	154
4.1.2. Tipo de Empresa	154
4.1.2.1. Requisitos para el funcionamiento del establecimiento comercial.	155
4.2. Estructura organizacional	155
4.2.1. Objeto Social.	156
4.2.2. Misión.	157
4.2.3. Visión..	157
4.3. Recursos	157
4.3.1. Recurso Humano	158
4.3.2.2. Activos Fijos Administrativos..	160
4.3.3. Recursos Logísticos.	160
4.4. Aspectos organizacionales	161

5. Estudio financiero	162
5.1. Inversión	162
5.1.1. Inversión en Activos Fijos..	162
5.1.1.1. Muebles y Enseres del Área Operativa	163
5.1.1.2. Equipo de Oficina del Área Operativa.	164
5.1.1.3. Equipo de Comunicación y Computación del Área Operativa..	164
5.1.1.4. Muebles y Enseres del Área Administrativa.	165
5.1.1.5. Equipo de Oficina del Área Administrativa.	165
5.1.1.6. Equipo de Comunicación y Computación del Área Administrativa.	166
5.1.2. Inversión Diferida.	166
5.1.3. Inversiones de Capital de Trabajo.	167
5.1.4. Punto de Equilibrio.	177
5.2. Estados financieros presupuestados.	180
5.2.1. Efectivo Presupuestado.	180
5.2.2. Estado de Resultados Presupuestado.	182
6. Evaluación del proyecto	185
6.1. Evaluación financiera	185
6.1.1. Valor Presente Neto (VPN)	186
6.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR %).	188
6.2. Evaluación económica	189
6.2.1. Relación Costo – Beneficio.	190
6.3. Impacto social	191
Conclusiones y recomendacione	193

Bibliografía

198

Anexos

201