



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): MAYRA LISETH _____

APELLIDOS: ORTIZ PRADA _____

NOMBRE (S): _____

APELLIDOS: _____

FACULTAD: _____ CIENCIAS EMPRESARIALES _____

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION COMERCIAL Y FINANCIERA _____

DIRECTOR:

NOMBRE (S): JOSE IGNACIO _____

APELLIDOS: GÓMEZ SANCHEZ _____

TITULO DE LA TESIS: FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA UNIDAD
ESTRATEGICA DE NEGOCIOS DE LUBRICANTES PARA LA COOPERATIVA
MULTIACTIVA DE PIMPINEROS DEL NORTE, EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS

RESUMEN:

En el presente proyecto, se realizó una investigación de mercados y un análisis financiero para establecer la factibilidad del negocio. Se estableció un plan de negocios para la actividad comercial de la Cooperativa, se establecieron opciones de negocio para ofrecer rentabilidad adicional, se definieron los objetivos metas, indicadores y responsables de la gestión empresarial. Igualmente, se dispuso de un presupuesto para implementar el plan de factibilidad para garantizar los resultados esperados de la unidad estratégica de negocio.

Palabras clave: estudio de factibilidad, estrategia de negocio, cooperativa, investigación de mercados.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 85

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA UNIDAD ESTRATEGICA DE
NEGOCIOS DE LUBRICANTES PARA LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE
PIMPINEROS DEL NORTE, EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS

MAYRA LISETH ORTIZ PRADA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION
COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA
2014

FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA UNIDAD ESTRATEGICA DE
NEGOCIOS DE LUBRICANTES PARA LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE
PIMPINEROS DEL NORTE, EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS

MAYRA LISETH ORTIZ PRADA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
Tecnóloga en Administración Comercial y Financiera

Director
JOSE IGNACIO GÓMEZ SANCHEZ
Mercadotecnista

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION
COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA
2014



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

HORA: 4:00 P.M.
FECHA: MARZO 14 DEL 2014
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: LUDY STELLA VILLAMIZAR VILLAMIZAR
IVAN ENRIQUE VILLAMIZAR RODRIGUEZ
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

TITULO DE LA TESIS: FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA UNIDAD ESTRATEGICA DE NEGOCIOS DE LUBRICANTES PARA LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE PIMPINEROS DEL NORTE EN EL MUNICIPIO DE LOS PATIOS

DIRECTOR: JOSE IGNACIO GOMEZ

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>MAYRA LISETH ORTIZ PRADA</u>	<u>1460606</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.

COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	15
1.1 TÍTULO	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2.1 Formulación del problema	15
1.2.2 Sistematización del problema	15
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 JUSTIFICACION	17
1.5 LIMITACIONES	17
1.6 ALCANCES	17
2. REFERENTES TEORICOS	18
2.1 ANTECEDENTES	18
2.1.1 Antecedentes históricos	18
2.2 MARCO TEÓRICO	20
2.2.1 Administración financiera	20
2.2.2 Investigación de mercado	21
2.2.3 Merchandising	22
2.2.4 Orientación a las ventas	22

2.2.5 Plan de negocios	22
2.2.6 Promoción	23
2.2.7 Satisfacción del cliente	23
2.2.8 Bases legales	24
2.3 DEFINICION DE TERMINOS	26
3. METODOLOGIA	29
3.1 TIPO DE INVESTIGACION	29
3.2 POBLACION	29
3.3 INSTRUMENTOS	32
3.4 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS	32
3.5 TECNICAS DE ANALISIS	32
4. ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL	34
4.1 ANÁLISIS EXTERNO	34
4.1.1 Macro ambiente	34
4.1.2 Micro ambiente	36
4.2 ANÁLISIS INTERNO	37
4.2.1 Capacidad liderazgo	37
4.2.2 Capacidad administrativa	40
4.2.3 Capacidad de talento humano	40
4.2.4 Capacidad financiera	41
4.2.5 Capacidad de mercadeo	41
4.2.6 Modelo de Porter	41

5. INVESTIGACIÓN Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO	44
5.1 DEFINICIÓN DE PROBLEMA Y OBJETIVO INVESTIGACIÓN	44
5.1.1 Definición de problema	44
5.1.2 Objetivo de Investigación	44
5.2 DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	44
5.2.1 Tipo de investigación	44
5.2.2 Técnicas de investigación	44
5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	45
5.4 ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA	48
5.4.1 Procesamiento de la información	48
5.5 ANALISIS DE LA DEMANDA	48
5.5.1 Factores que afectan a la demanda	48
5.5.2 Demanda actual	48
5.6 ANALISIS DE LA OFERTA	49
5.6.1 Factores que afectan a la oferta	49
5.7 DEMANDA PROYECTADA	49
5.7.1 Cuantificación de la demanda proyectada	49
6. PLAN DE NEGOCIOS UEN	62
6.1 VISIÓN	62
6.2 MISIÓN	62
6.3 POLÍTICAS Y VALORES	62
6.3.1 Políticas	62
6.3.2 Valores	62
6.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	63

6.4.1 Mercado meta	63
6.5 OBJETIVOS DEL PLAN	63
6.6 ESTRATÉGIA DE MERCADEO	63
6.7 PRODUCTO	63
6.7.1 Características y atributos	63
6.7.2 Ciclo de vida del producto	68
6.7.3 Estrategias del producto	69
6.8 PRECIO	69
6.8.1 Determinación de precios	69
6.8.2 Método de fijación de precios	70
6.9 LOGISTICA	71
6.9.1 Estrategias de distribución	71
6.10. COMUNICACIÓN	71
6.10.1 Publicidad	71
6.10.2 Estrategias de promoción de ventas	71
7. PRESUPUESTOS DEL PLAN NEGOCIOS	74
7.1 ANALISIS FINANCIERO	74
7.2 EVALUACIÓN ECONOMICA	76
8. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL	77
9. IMPACTO AMBIENTAL	78
10. CONCLUSIONES	79

11. RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFIA	81
ANEXOS	82