



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): LEIBYS MARÍA **APELLIDOS:** CARRASCAL DÍAZ

NOMBRE (S): YANETH VICTORIA **APELLIDOS:** MANTILLA BOTELLO

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): GUSTAVO ADOLFO **APELLIDOS:** LA RROTA SANTANDER

TITULO DE LA TESIS: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA
COMERCIALIZADORA DE PERFUMES PARA DAMA EN LA CIUDAD DE
CÚCUTA

RESUMEN:

Se realizó el estudio de mercados, conociendo el grado de aceptación de los perfumes para dama entre la población objetivo, efectuando a su vez, el estudio técnico, con el cual se definen los requerimientos de infraestructura física requerida para el funcionamiento de esta comercializadora de perfumes en la ciudad de Cúcuta. Así mismo, se planteó el estudio administrativo, mediante el cual se define el personal necesario para la puesta en marcha de la organización y mecanismos administrativo básicos. Además, se estableció el estudio financiero, identificando los flujos de recursos durante los primeros tres años de funcionamiento de la comercializadora. Por último, se analizó el periodo de recuperación de la inversión.

Palabras Claves: Grado de aceptación, Comercializadora de perfumes,
Estudio administrativo, Cúcuta, Flujos de recursos.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 130

PLANOS:

ILUSTRACIONES: 15

CD-ROM: 1

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA COMERCIALIZADORA DE
PERFUMES PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

LEIBYS MARÍA CARRASCAL DÍAZ
YANETH VICTORIA MANTILLA BOTELLO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSE DE CUCUTA
2013

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA COMERCIALIZADORA DE
PERFUMES PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

LEIBYS MARÍA CARRASCAL DÍAZ
YANETH VICTORIA MANTILLA BOTELLO

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Tecnólogo Comercial y Financiero

Director:
GUSTAVO ADOLFO LA ROTTA SANTANDER
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA
SAN JOSE DE CUCUTA
2013



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

HORA: 4:00 P.M.
FECHA: SEPTIEMBRE 30 DEL 2013
LUGAR: CREAD SALA 4
JURADOS: MAYRA ESPERANZA FOLIACO
DOLLY SMITH DIAZ GRCIA
MARTHA BEATRIZ DELAGADO

TITULO DE LA TESIS: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREAR UNA
COMERCIALIZADORA DE PERFUMES PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

DIRECTOR: GUSTAVO ADOLFO LA ROTTA

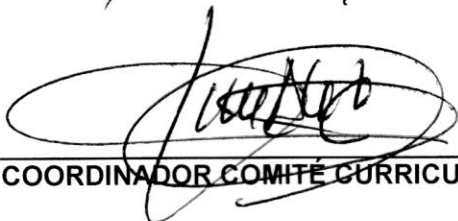
NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>LEIBYS MARIA CARRASCAL DIAZ</u>	<u>1460989</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>
<u>YANETH VICTORIA MANTILLA BOTELLO</u>	<u>1461015</u>	<u>4.2</u>	<u>CUATRO, DOS</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

Mayra Esperanza Foliaco Dolly Smith Diaz Grcia Martha Beatriz Delgado

VoBo.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION	18
1. EL PROBLEMA	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2 OBJETIVOS	19
1.2.1 Objetivo general	19
1.2.2 Objetivos específicos	19
1.3 JUSTIFICACIÓN	19
1.4 LIMITACIONES	20
1.5 ALCANCES	22
2. MARCO TEÓRICO	23
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
2.2 BASES TEÓRICAS	25
2.2.1 Formulación y evaluación de proyectos	25
2.3 DEFINICIÓN DE TERMINOS	34
2.4 SISTEMA DE VARIABLES	35
2.4.1 Variable Independiente	35
2.4.2 Variables dependientes	35
3. METODOLOGIA	36
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	36

3.2 POBLACIÓN	36
3.3 MUESTRA	36
3.4 INSTRUMENTOS	37
3.5 TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	37
3.5.1 Fuentes de información primarias	37
3.5.2 Fuentes de información secundarias	37
3.6 TECNICAS DE ANÁLISIS	38
3.7 ESTUDIO PILOTO O PRUEBA PILOTO	38
4. ANÁLISIS DEL ENTORNO	39
4.1 ENTORNO MACROECONÓMICO NACIONAL	39
4.2 DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS SECTORIAL	48
5. ESTUDIO DE MERCADO	51
5.1 GENERALIDADES	51
5.2 SERVICIO (PRODUCTO)	51
5.2.1 Marca	52
5.2.2 Productos similares o sustitutos	53
5.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA	53
5.3.1 Análisis de la demanda	53
5.3.2 Mercado Meta	54
5.3.3 Estudio de la demanda con información primaria	54
5.3.3.1 Muestra	54
5.3.3.2 Encuesta	56
5.3.4 Presentación y análisis de los resultados y la información	63

5.4 ESTUDIO DE LA OFERTA	77
5.4.1 Competencia	77
5.4.1.1 Yanbal	77
5.4.1.2 Natura	80
5.4.1.3 Ésika	82
5.5 ANALISIS DE PRECIO	85
5.5.1 Factores que determinan el precio de venta	86
5.5.2 Precio de venta	87
5.6 ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN	87
5.7 ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA	88
5.7.1 Medios publicitarios a utilizar	89
6. ESTUDIO TÉCNICO	91
6.1 GENERALIDADES	91
6.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	91
6.3 LOCALIZACION DE LA COMERCIALIZADORA	92
6.3.1 Evaluación de microlocalizacion	92
6.4 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y DE PERSONAL DE LA COMERCIALIZADORA	93
6.4.1 Requerimientos técnicos (muebles, equipos)	93
6.4.2 Requerimientos de personal	94
7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	96
7.1 GENERALIDADES	96
7.2 REQUERIMIENTOS LEGALES Y REGISTRO DE UNA EMPRESA	96

7.2.1 Justificación del tipo de sociedad de la empresa	99
7.2.2 Sociedades por acciones simplificadas (S.A.S)	102
7.2.3 Razón social	107
7.3 ORGANIZACIÓN	107
7.3.1 Tipo de organización	107
7.3.2 Organigrama	108
7.3.3 Manual de funciones	109
7.4 MISIÓN	113
7.5 VISIÓN	114
7.6 PRINCIPIOS CORPORATIVOS	114
7.7 ESTRUCTURA DEL CAPITAL SOCIAL	114
7.8 MARCO LEGAL	115
7.8.1 Ley 1014 2006	115
7.8.2 Ley 590 de 2000	115
7.8.3 Ley 905 de 2004	115
7.8.4 Código de comercio	115
7.8.5 Código civil	115
7.8.6 Decisión 516 de 2002, comisión de la comunidad andina	115
7.8.7 Decreto 2092/ 1986	117
7.8.8 Decreto 219/1998	117
8. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERO	118
8.1 GENERALIDADES	118
8.2 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	118

8.2.1 Inversión fija	118
8.2.2 Inversión diferida	119
8.2.3 Capital de trabajo inicial	119
8.2.4 Inversión total	119
8.3 PRESUPUESTO GENERAL DE INGRESOS Y EGRESOS CONSOLIDADO	120
8.4 FLUJO DE CAJA	121
8.5 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	121
8.5.1 Balance general proyectado	122
8.5.2 Estado de resultados proyectados	123
8.6 TASA INTERNA DE RETORNO	124
8.7 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	124
9. CONCLUSIONES	126
10. RECOMENDACIONES	128
BIBLIOGRAFÍA	129