



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): TATIANA CAROLINA **APELLIDOS:** TORRADO CASTELLANOS

NOMBRE (S): DALADIER **APELLIDOS:** ACOSTA JAIME

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): JULIO ALBERTO **APELLIDOS:** OSPINA MOLINA

TITULO DE LA TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA HIELERA BLUE S.A.S.
EN LA CIUDAD DE CUCUTA

RESUMEN:

Se realizó un estudio de mercado local de consumidores reales de hielo en diferentes presentaciones, se pudo conocer la situación actual del sector de comercialización y distribución de hielo en la ciudad de Cúcuta. Se evaluó el diseño organizacional de la empresa para determinar las estrategias de crecimiento; además se efectuó el estudio del medio ambiente interno y externo del negocio, donde se formulan las estrategias necesarias para lograr una mejor participación de mercado. Así mismo se elaboró el estudio financiero para evaluar la inversión requerida y la forma de financiamiento para el nuevo punto de distribución, estrategia principal a la cual se orientó el plan de negocios. Finalmente se evalúa la viabilidad del plan de negocios, donde se determina el período de recuperación de la inversión Inicial y se analiza el impacto social y ambiental del mismo.

Palabras Claves: Situación actual del sector, Consumidores reales de hielo, Estrategias de crecimiento, Inversión requerida, Nuevo punto de distribución, Viabilidad del plan de negocios.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 123

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA HIELERA BLUE S.A.S. EN LA CIUDAD DE
CUCUTA**

**TATIANA CAROLINA TORRADO CASTELLANOS
DALADIER ACOSTA JAIME**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA
DIVISION A DISTANCIA
CUCUTA
2013**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA HIELERA BLUE S.A.S. EN LA CIUDAD DE
CUCUTA**

**TATIANA CAROLINA TORRADO CASTELLANOS
DALADIER ACOSTA JAIME**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de
Tecnólogo Comercial y Financiero.**

**JULIO ALBERTO OSPINA MOLINA
Administrador de Empresas
Director**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA
DIVISION A DISTANCIA
CUCUTA
2013**



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

HORA: 2:00 P.M.
FECHA: OCTUBRE 02 DEL 2013
LUGAR: CREAD SALA 4
JURADOS: PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
SANDRA PATRICIA AVENDAÑO SANCHEZ
IVAN ENRIQUE VILLAMIZAR RODRIGUEZ

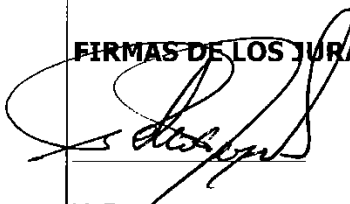
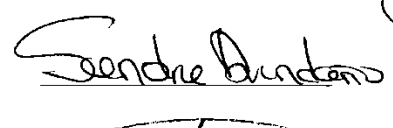
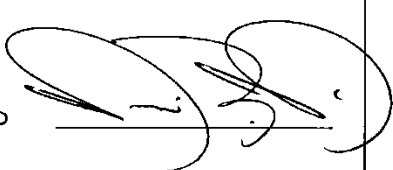
TITULO DE LA TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA HIELERA BLUE S.A.S EN LA
CIUDAD DE CÚCUTA

DIRECTOR: JULIO ALBERTO OSPINA MOLINA

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>TATIANA CAROLINA TORRADO C.</u>	<u>1461061</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO, CERO</u>
<u>DALADIER ACOSTA JAIME</u>	<u>1461060</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO, CERO</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. EL PROBLEMA	18
1.1 TÍTULO	18
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.3 JUSTIFICACIÓN	19
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.4.1 Objetivo General	21
1.4.2 Objetivos Específicos	21
1.5 LIMITACIONES	21
1.6 ALCANCES	22
2. MARCO CONTEXTUAL	23
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	23
2.2 ANTECEDENTES EMPÍRICOS	23
2.3 ANTECEDENTES BIBLIOGRAFICOS	25
2.4 MARCO TEÓRICO	26
2.4.1 Plan de Negocios	26
2.4.2 Investigación de mercados	26
2.5 MARCO CONCEPTUAL	27
2.6 MARCO LEGAL	29

2.7 MARCO DEMOGRÁFICO	30
2.8 MARCO ECONÓMICO	31
2.9 MARCO SITUACIONAL	31
3. METODOLOGÍA	32
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	32
3.3 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	34
3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN	35
3.4.1 Fuentes primarias	35
3.4.2 Fuentes secundarias internas	35
3.4.3 Fuentes secundarias externas	35
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS	35
4. ESTUDIO DE MERCADO	36
4.1 TABULACION, INTERPRETACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION	37
5. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	49
5.1 DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO	49
5.1.1 Diagnóstico Interno	49
5.1.2 Diagnóstico externo	53
5.2 MATRIZ DOFA	56
5.3 DIAGNOSTICO AREA COMERCIAL	57

5.3.1 Productos	57
5.3.2 Precios	59
5.3.3 Canal de distribución	60
5.3.4 Promoción	60
5.3.5 Competencia	61
5.3.6 Proveedores	64
5.3.7 Clientes	64
5.4 LA DEMANDA	66
5.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	66
5.5.1. Misión	67
5.5.2 Visión	67
5.5.3 Objetivos Corporativos	68
5.6 OPCIONES ESTRATEGICAS	69
5.6.1 Análisis Estratégico	69
5.6.2 Alternativas estratégicas	69
5.6.3 Estrategias Concéntricas	70
5.7 DISEÑO DE ESTRATEGIAS	70
6. ANÁLISIS TÉCNICO	76
6.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA FÍSICA	76
6.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO	77
6.3 PROCESO DE PRODUCCION	78
6.3.1 Descripción del proceso	79

6.4 MAQUINARIA Y EQUIPO	86
6.5 MUEBLES Y EQUIPOS	88
7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	89
7.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	89
7.2 ASPECTOS DE CONSTITUCIÓN	90
7.3 RECURSOS HUMANOS	91
7.4 MANUAL DE FUNCIONES	91
7.5 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS	98
7.5.1 Identificación de los procesos	98
7.5.2 Flujograma de proceso	98
8. ESTUDIO FINANCIERO	102
8.1 INVERSIONES	102
8.1.1 Inversión Activos Fijos	103
8.2 PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	103
8.3 PROYECCIÓN DE GASTOS OPERATIVOS	104
8.4 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	105
8.5 PROYECCIÓN DE VENTAS	105
8.6 DEPRECIACIONES	106
8.7 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO	106
8.8 FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	107
8.9 BALANCE GENERAL PROYECTADO	108
8.10 RAZONES FINANCIERAS	109

8.10.1 Comentarios a las razones financieras	109
8.11 PUNTO DE EQUILIBRIO (P. E.)	110
9. EVALUACIÓN FINANCIERA	112
9.1 ANALISIS DEL VALOR PRESENTE NETO	112
9.2 CALCULO DE LA TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)	113
9.2.1 Período de Recuperación de la Inversión Inicial	115
9.2.2 Informe de Evaluación	115
9.3 EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL	116
10. CONCLUSIONES	117
11. RECOMENDACIONES	119
BIBLIOGRAFÍA	120
ANEXOS	121