



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): ERIKA LILIANA

APELLIDOS: MENDOZA CASTRO

NOMBRE (S): DEISY YAJAIRA

APELLIDOS: CARDENAS ORDOÑEZ

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): JOSE IGNACIO

APELLIDOS: GÓMEZ

TITULO DE LA TESIS: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DEL FORMATO MINI MARKET PARA DROGUERÍA GUASIMALES LTDA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

RESUMEN:

Se realizó el estudio técnico el cual se determinó la localización, desarrollando el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de este nuevo formato de negocio. Igualmente, se analizaron los aspectos de mercadeo y finanzas, para determinar la factibilidad real de este formato. Por ultimo, se presentó un plan de mercadeo.

Palabras clave: estudio de factibilidad, montaje del formato, mini market, droguerías, Cúcuta.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 98

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DEL FORMATO MINI MARKET
PARA DROGUERÍA GUASIMALES LTDA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

ERIKA LILIANA MENDOZA CASTRO
DEISY YAJAIRA CARDENAS ORDOÑEZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y
FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2014

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DEL FORMATO MINI MARKET
PARA DROGUERÍA GUASIMALES LTDA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

ERIKA LILIANA MENDOZA CASTRO
DEISY YAJAIRA CARDENAS ORDOÑEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Tecnólogo en Administración Comercial y Financiera

Director

JOSE IGNACIO GÓMEZ
Profesional en Mercadotecnia

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y
FINANCIERA
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2014



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

HORA: 6:00 P.M.
FECHA: SEPTIEMBRE 26 DEL 2014
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: JOSE ALEXANDER MARTINEZ
ALONSO TOSCANO NIÑO
NELLY RUBI RODRIGUEZ ROJAS

TITULO DE LA TESIS: ESTUDIO DE FATIBILIDAD PARA EL MONTAJE DEL FORMATO
MINI MARKET PARA DROGUERIA GUASIMALES LTDA EN LA CIUDAD DE CUCUTA

DIRECTOR: JOSE IGNACIO GOMEZ

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>ERIKA LILIANA MENDOZA CASTRO</u>	<u>1461346</u>	<u>4.3</u>	<u>CUATRO. TRES</u>
<u>DEYSI YAJAIRA CARDENAS ORDOÑEZ</u>	<u>1461363</u>	<u>4.3</u>	<u>CUATRO. TRES</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 PLANTEAMIENTO del PROBLEMA	15
1.2 JUSTIFICACIÓN	15
1.3 OBJETIVOS	15
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES	16
2. REFERENTES TEÓRICOS	17
2.1 ANTECEDENTES	17
2.2 MARCO TEÓRICO	18
2.3 MARCO LEGAL	21
3. METODOLOGÍA	26
3.1 ANÁLISIS ENTORNO	26
3.1.1 Microambiente	26
3.1.2 Micro ambiente	29
3.2 SISTEMA DE HIPÓTESIS	36
3.2.1 Sistema de hipótesis	36
3.2.2 Sistema de variables	36
3.2.3 Operacionalización de variables	36
4. INVESTIGACIÓN Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO	38
4.1 DEFINICIÓN DE PROBLEMA Y OBJETIVO INVESTIGACIÓN	38
4.1.1 Definición de problema	38

4.1.2 Objetivo de investigación	39
4.2 DISEÑO DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	39
4.2.1 Tipo de investigación	39
4.2.2 Técnicas de investigación	39
4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	40
4.3.1 Determinación del tamaño de la muestra	40
4.4 ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA	41
4.4.1 Procesamiento de la información	41
4.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	50
4.5.1 Factores que afectan a la demanda	50
4.5.2 Comportamiento histórico de la demanda	51
4.5.3 Demanda actual	51
4.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA	51
4.6.1 Factores que afectan a la oferta	51
4.6.2 Oferta	52
4.7 DEMANDA PROYECTADA	54
4.7.1 Cuantificación de la demanda proyectada	54
4.8 MATRIZ DOFA	54
5. PLAN ESTRATÉGICO Y OPERATIVO DE MERCADEO	56
5.1 VISIÓN	56
5.2 MISIÓN	56
5.3 POLÍTICAS Y VALORES	56
5.3.1 Políticas	56

5.3.2 Valores	56
5.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	56
5.4.1 Mercado meta	56
5.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	57
5.6 INICIATIVAS ESTRATÉGICAS	57
5.7 PRODUCTO	57
5.7.1 Productos y atributos.	58
5.7.2 Ciclo de vida del servicio	58
5.7.3 Estrategias del producto	59
5.8 PRECIO	59
5.8.1 Determinación de precios	59
5.8.2 Método de fijación de precios	59
5.8.3 Estrategia de precios	59
5.9 LOGÍSTICA	60
5.9.1 Estrategias de distribución y ubicación	60
5.10 COMUNICACIÓN	65
5.10.1 Estrategias de promoción de ventas	69
5.11 POSICIONAMIENTO	69
5.11.1 Estrategias de posicionamiento	70
5.12 PLAN DE ACCIÓN	74
6. PRESUPUESTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO	76
6.1 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	76
6.1.1 Nomina	76

6.1.2 Gastos fijos por mes	76
6.1.3 Montaje	77
6.2 PRESUPUESTO DE VENTAS	78
6.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS	78
6.4 PRESUPUESTO GENERAL DE INGRESOS Y EGRESOS CONSOLIDADO	78
6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	79
6.6 ESTADOS FINANCIEROS	79
7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	81
7.1 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	81
7.2 TASA INTERNA DE RETORNO	81
7.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA	81
7.4 VALOR PRESENTE NETO	81
7.5 SURTIDO ADICIONAL	83
8. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL	84
9. IMPACTO AMBIENTAL	85
10. CONCLUSIONES	86
11. RECOMENDACIONES	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
ANEXOS	89