	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS		Código	FO-GS-15
			VERSIÓN	02
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN		FECHA	03/04/2017
			PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ		APROBÓ
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad		Líder de Calidad

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): GLADYS APELLIDOS: GARCIA ORTEGA

NOMBRE(S): MARCO ANTONIO APELLIDOS: NOCUA JAIMES

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): JOSE ALIRIO APELLIDOS: TIRADO COLMENARES

CO-DIRECTOR:

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE UNIFORMES EMPRESARIALES MEDIANTE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN CÚCUTA

RESUMEN

Este proyecto consistió en un plan de negocios para la creación de una empresa de uniformes empresariales mediante una plataforma digital. Por lo tanto, se realizó una investigación tipo cuantitativo. La información se obtuvo mediante encuestas. La población y muestra estuvo conformada los listados actuales de la Cámara de Comercio de Cúcuta. Se llevó a cabo el análisis del mercado sobre la oferta y demanda del sector de confecciones de uniformes empresariales. Posteriormente, se determinaron los recursos técnicos y organización administrativa. Finalmente, se llevo acabo el estudio financiero y su respectiva evaluación económica de la empresa de uniformes empresariales en la ciudad de Cúcuta.

PALABRAS CLAVE: estudio financiero, plan de negocios, plataforma digital.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 146 PLANOS: ILUSTRACIONES: CD ROOM: 1

Copia No Controlada

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE UNIFORMES
EMPRESARIALES MEDIANTE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN CÚCUTA.

GLADYS GARCIA ORTEGA
MARCO ANTONIO NOCUA JAIMES

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

2021

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE UNIFORMES
EMPRESARIALES MEDIANTE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN CÚCUTA.

GLADYS GARCIA ORTEGA

MARCO ANTONIO NOCUA JAIMES

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de:

Tecnólogo Comercial y Financiero

Director:

JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

Administrador de Empresas


UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSE DE CUCUTA

2021

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA	Versión:	1/2013
		Página	1

HORA: 10:30 AM
FECHA: 17 DE ABRIL DEL 2021
LUGAR: VIRTUAL
JURADOS: DOLLY SMITH DIAZ GARCIA
ALONSO TOSCANO NIÑO
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

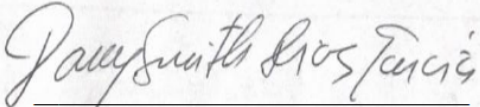
TITULO DE LA TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE UNIFORMES EMPRESARIALES MEDIANTE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN CÚCUTA

DIRECTOR: JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN	
		LETRA	NÚMERO
<u>GLADYS GARCIA ORTEGA</u>	<u>1462358</u>	<u>CUATRO. DOS</u>	<u>4.2 APROBADO</u>
<u>MARCO ANTONIO NOCUA JAIMES</u>	<u>1462400</u>	<u>CUATRO. DOS</u>	<u>4.2 APROBADO</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA


FIRMAS DE LOS JURADOS:



 DOLLY SMITH DIAZ GARCIA

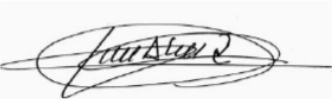


 PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER



 ALONSO TOSCANO NIÑO

VoBo.



JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES
COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	18
1. Problema	20
1.1 Título	20
1.2 Planteamiento del Problema	20
1.3 Formulación del Problema	22
1.4 Justificación	22
1.5 Objetivos	24
1.5.1 Objetivo general	24
1.5.2 Objetivos específicos	25
1.6 Alcances y Limitaciones	25
1.6.1 Alcances	25
1.6.2 Limitaciones	26
2. Marco Referencial	27
2.1 Antecedentes Bibliográficos	27
2.2 Marco Teórico	28
2.2.1 Plan de negocios	28
2.2.2 Modelo de las cinco fuerzas de Porter	31
2.2.3 Proceso de investigación de mercados	32
2.2.4 Industria de la confección	32
2.3 Marco Conceptual	33
2.4 Marco Legal	36

3. Diseño Metodológico	39
3.1 Tipo de Investigación	39
3.2 Población y Muestra	40
3.3 Instrumentos para la Recolección de Información	42
3.4 Técnicas de Análisis	43
4. Estudio de Mercado	44
4.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	45
4.2 Definición del Producto	55
4.2.1 Concepto del producto	55
4.2.2 Diferenciación del producto	55
4.2.3 Descripción del portafolio de productos, línea comercial	58
4.3 Análisis del Sector	63
4.3.1 Características del sector	63
4.3.2 Análisis del mercado	67
4.3.3 Mercado objetivo	67
4.3.4 Análisis del consumidor / cliente	68
4.3.5 Tendencias de consumo	69
4.4 Demanda Potencial	71
4.4.1 Potencial del mercado	72
4.4.2 Ventas del sector	72
4.4.3 Pronóstico demanda	72
4.5 Fuerzas de Porter	73
4.5.1 Barreras especiales de entrada y salida de negocios	73

4.5.2 Poder de negociación de los proveedores	74
4.5.3 Poder de negociación de los clientes	74
4.5.4 Amenaza de productos sustitutos, o nuevos negocios	74
4.5.5 Rivalidad entre competidores existentes	75
4.6 Oferta Actual del Producto	76
4.7 La Competencia	77
4.7.1 Precio de la competencia	79
4.7.2 Calidad de la competencia	79
4.8 Proveedores	81
4.9 Distribución	82
4.9.1 Tipo de distribución	82
4.9.2 Canales de Distribución	82
4.9.3 Tipo de mercadeo	82
4.10 Promoción	83
4.11 Estrategias de Mercadeo	85
4.11.1 Estrategia de producto	85
4.11.2 Estrategia de precio	87
4.11.3 Estrategia promocional	90
4.11.4 Estrategia de distribución	92
5. Análisis Técnico	95
5.1 Tamaño del Proyecto	95
5.2 Descripción del Proceso Productivo	99
5.3 Localización del Proyecto	102

5.4 Distribución de Planta	103
5.5 Capacidad Instalada	104
5.6 Maquinaria, Equipo, Muebles y Enseres	105
5.7 Maquinaria y Herramientas	106
6. Análisis Organizacional	109
6.1 Constitución de la Empresa	109
6.2 Estructura Orgánica de la Empresa	111
6.3 Manual de Funciones	113
7. Análisis Financiero	120
7.1 Inversiones en Activos Fijos	120
7.2 Proyección de Gastos Administrativos	122
7.3 Proyección de Gastos Operativos	123
7.4 Inversión Total Requerida	124
7.5 Financiación Proyecto	124
7.6 Amortización de Créditos	125
7.7 Proyección de Ventas	126
7.8 Depreciaciones	128
7.9 Estado de Resultados	129
7.10 Flujo de Caja	130
7.11 Balance General Proyectado	131
7.12 Punto de Equilibrio (P. E)	132
8. Evaluación Financiera	134
8.1 Análisis del Rendimiento Sobre Inversión	134

8.2 Análisis de la Viabilidad del Proyecto	134
8.3 Análisis del Impacto Social y Ambiental	136
9. Conclusiones	138
10. Recomendaciones	141
Referencias Bibliográficas	143
Anexos	145