

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE VESTIDOS DE BAÑO EN LA CIUDAD
DE CUCUTA

JAIRO MARQUEZ MARQUEZ
CIRO ALFONSO LINDARTE MOLINA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSE DE CUCUTA

2015

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE VESTIDOS DE BAÑO EN LA CIUDAD
DE CUCUTA

JAIRO MARQUEZ MARQUEZ
CIRO ALFONSO LINDARTE MOLINA

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

Administración Financiera

Directora:

LUZ MARINA PEÑA

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA
SAN JOSE DE CUCUTA

2015



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

HORA: 11:00 A.M.
FECHA: SEPTIEMBRE 18 DE 2015
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
ALONSO TOSCANO NIÑO
LUDY STELLA VILLAMIZAR V


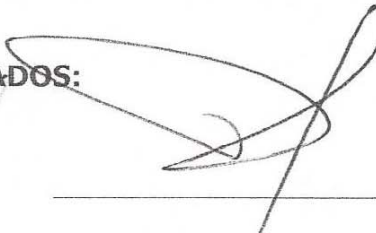

TITULO DE LA TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE VESTIDOS DE BAÑO EN LA CIUDAD DE CUCUTA

DIRECTOR: LUZ MARINA PEÑA

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>JAIRO MARQUEZ MARQUEZ</u>	<u>1490509</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>
<u>CIRO ALFONSO LINDARTE MOLINA</u>	<u>1490547</u>	<u>4.0</u>	<u>CUATRO. CERO</u>

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

VoBo.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	15
1. Problema	17
1.1 Titulo	17
1.2 Planteamiento del Problema	17
1.3 Justificación	20
1. 4 Objetivos	21
1.4.1 Objetivo general	21
1.4.2 Objetivos específicos	21
1.5 Alcances y Limitaciones	22
1.5.1 Alcances	22
1.5.2 Limitaciones	22
2. Marco Referencial	23
2.1 Antecedentes Bibliográficos	23
2.2 Marco Teórico	24
2.2.1 Plan de Negocios	24
2.2.2 Proceso de investigación de mercados	27
2.2.3 Proceso administrativo	27
2.2.4 Definición de proyecto	28
2.3 Marco Conceptual	28
2.4 Marco Legal	33
2.5 Marco Situacional	35
3. Metodología	37

3.1 Tipo de Investigación	37
3.2 Población y Muestra	38
3.3 Instrumentos para la Recolección de Información	40
3.4 Técnicas de Análisis	41
4. Estudio de Mercado	42
4.1 Tabulación, Interpretación y Análisis de la Información	43
4.2 Definición del Producto	51
4.2.1 Ventajas competitivas de los productos	53
4.3 Análisis del Sector	55
4.3.1 Características del sector	55
4.3.2 Análisis del mercado	60
4.3.3 Mercado objetivo	60
4.3.4 Análisis del consumidor / cliente	61
4.3.5 Tendencias de consumo	62
4.3.6 Demanda.	63
4.3.7 Barreras especiales de entrada y salida de negocios	64
4.3.8 Poder de Negociación de los proveedores	66
4.3.9 Poder de Negociación de los clientes	66
4.3.10 Amenaza de productos sustitutos, o nuevos negocios	66
4.3.11 Rivalidad entre competidores existentes	67
4.4 Oferta Actual del Producto	68
4.5 La Competencia	69
4.5.1 Precio de la competencia	71
4.5.2 Calidad de la competencia	72

4.6 Proveedores	73
4.7 Precio	74
4.8 Canales de Distribución	75
4.9 Promoción	77
4.10 Clientes	78
4.11 Estrategias de Mercadeo	80
4.11.1 Estrategias de venta	80
4.11.2 Estrategia de precio	81
4.11.3 Estrategia promocional	83
4.11.4 Política de servicios	84
4.11.5 Estrategia de distribución	86
5. Análisis Técnico	88
5.2 Descripción del Proceso Productivo	92
5.3 Localización del Proyecto	94
5.4 Distribución de Planta	96
5.5 Capacidad Instalada	97
5.6 Maquinaria, Equipo, Muebles y Enseres	97
5.7 Maquinaria y Herramientas	98
6. Análisis Organizacional	101
6.1 Tipo de Empresa	101
6.2 Constitución de la Empresa	102
6.3 Estructura Orgánica de la Empresa	105
6.4 Manual de Funciones	107
7. Análisis Financiero	111

7.1 Inversiones en Activos Fijos	111
7.3 Proyección de Gastos Operativos	115
7.4 Inversión Total Requerida	115
7.5 Financiación Proyecto	116
7.6 Amortización de Créditos	117
7.7 Proyección de Ventas	118
7.8 Depreciaciones	121
7.9 Estado de Resultados	121
7.10 Flujo de Caja	123
7.11 Balance General Proyectado	124
7.12 Punto de Equilibrio (P. E)	124
8. Evaluación Financiera	126
8.1 Análisis del Rendimiento Sobre Inversión	126
8.2 Análisis de la Viabilidad del Proyecto	126
8.3 Análisis del Impacto Social y Ambiental	127
6. Conclusiones	130
7. Recomendaciones	133
Referencias Bibliográficas	135
Anexos	137