

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/1

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): JUAN CARLOS

APELLIDOS: MANCIPE NUÑEZ

NOMBRE(S): OMAIRA

APELLIDOS: DUARTE CUADROS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): ALVARO DAVID

APELLIDOS: CARILLO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA AL DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL, INFORMAL Y CASUAL FEMENINA PARA LA COMUNIDAD CRISTIANA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

RESUMEN

En este proyecto se realizó un análisis de mercado que identificó la demanda y la oferta para la creación de una empresa destinada al diseño, fabricación y comercialización de ropa formal e informal y casual femenina para la comunidad cristiana en la ciudad de Cúcuta.

Seguidamente se definió el estudio técnico que contemple los aspectos operativos necesarios, se desarrolló un estudio administrativo que proporcione las herramientas necesarias para administrar adecuadamente la empresa. Posteriormente se estimaron los recursos económico-financieros, necesarios, para la creación de la empresa. Y finalmente se determinó la viabilidad social y ambiental del plan de negocios

PALABRAS CLAVES: Plan de negocios, demanda, oferta, ropa femenina.

CARACTERISTICAS:

PÁGINAS: 154 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:** 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA AL
DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL, INFORMAL Y
CASUAL FEMENINA PARA LA COMUNIDAD CRISTIANA EN LA CIUDAD DE
CÚCUTA

JUAN CARLOS MANCIPE NUÑEZ

OMAIRA DUARTE CUADROS

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

2016

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA AL
DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL, INFORMAL Y
CASUAL FEMENINA PARA LA COMUNIDAD CRISTIANA EN LA CIUDAD DE
CÚCUTA

JUAN CARLOS MANCIPE NUÑEZ

OMAIRA DUARTE CUADROS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Administrador Financiero

Director:

ÁLVARO DAVID CARRILLO

Administrador de Empresas

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

2016



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

HORA: 02:00 P.M.
FECHA: MARZO 14 DE 2016
LUGAR: CREAD SALA 3
JURADOS: ANGELICA MARIA CARVAJAL
MARTHA BEATRIZ DELGADO
SANDRA PATRICIA AVENDAÑO S.

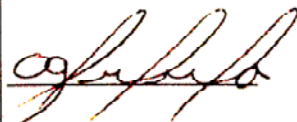
TITULO DE LA TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DESTINADA AL DISEÑO, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL,
INFORMAL Y CASUAL FEMENINA PARA LA COMUNIDAD CRISTIANA EN LA CIUDAD DE
CÚCUTA.

DIRECTOR: ALVARO DAVID CARRILLO

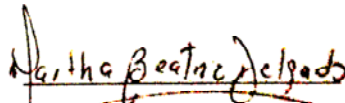
NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>JUAN CARLOS MANCIPE NUÑEZ</u>	<u>1490589</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO, UNO</u>
<u>OMAIRA DUARTE CUADROS</u>	<u>1490588</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO, UNO</u>

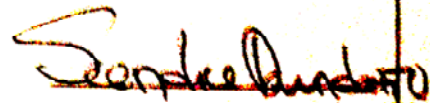
PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:



VoBo.






COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada primeramente a DIOS, porque gracias a él he logrado terminar mi carrera, a mis padres quienes me impulsaron a dar inicio a este proyecto hasta el momento que el creador les permitió estar a mi lado, fueron mis consejeros para hacer de mí una mejor persona, a mis hermanos por sus palabras de confianza y mis sobrinos por su dulce compañía y tiernas risas producto de sus travesuras. A mi esposo por su amor y por regalarme el tiempo necesario para realizarme como profesional; a mis cuñados por estar conmigo a todo momento, ya sea desde el cielo “Mario”.

En mi vida hay dos seres maravillosos por quienes mi mente y mi corazón todos los días dan gracias al señor por la vida, son mi mayor motivación para nunca rendirme, sin entender ellas porque compartían con sus abuelos, porque la falta de tiempo para jugar con ellas, el por qué no ir al parque, pero de forma incondicional y sin pedir nada ha cambiado eran la cima de mi cúspide, quería llegar a ser ejemplo para ellas gracias hijas Jennifer y Angie

Mis Padres: Napoleón Duarte Tablas y Lucía Tablas Mayorga.

Mis Hijas: Jeniffer Francisca y Angie Lucía Zabla Duarte

Mi Esposo: Carlos Hernán Zabala Castro

Mis Hermanos: Napoleón, María Cecilia y Laura Lorena Duarte Tablas

Mis sobrinos: Andrés Felipe y Juan Pablo de la Fuente Duarte, Danna Nickol y Ariadna Salomé Duarte Duarte

Mis cuñados: Mario Alfonso Mantilla, Héctor de la Fuente Hurtado y Johana Zunilde Duarte Dávila. A todos Gracias

Omaira Duarte Cuadros.

Dedicatoria

El desarrollo del presente trabajo de tesis, es el resultado de múltiples esfuerzos que se han conjugado: dedicación, entusiasmo y sacrificios compartidos con mi familia y compañeros de estudio, especialmente mi compañera de tesis Omaira Duarte.

La capacidad teórica obtenida en la enseñanza universitaria aunado con la experiencia obtenida en la práctica, enriquecida con la observación y el análisis de la realidad que vive las empresas comercializadora cucuteñas, especialmente las mujeres en la industria textil, me han permitido alcanzar la meta propuesta, razón por la cual esta Tesis está dedicada.

A mis catedráticos, amigos y compañeros en general.

Reservo un espacio a mi querida familia, especialmente a:

Mi Padre: Julio Mancipe Carreño

Mi madre: Flor María Núñez Suescun (Q.E.P.D).

Mis hermanos: Freddy Mancipe Nuñez

Mi hijo: Stiven Duran Pimienta

Mi futura esposa: Yuranis Duran Pimienta

Especialmente: A Dios mi señor sobre todas las cosas.

A todos Gracias

Juan Carlos Mancipe Nuñez.

Agradecimientos

Los autores expresan agradecimientos a:

La Universidad Francisco de Paula Santander, por la excelente formación académica y profesional que impartieron a través de los docentes de la Institución.

Alvaro Carrillo, director por su asesoría, acompañamiento y confianza depositada.

Alirio Tirado, Director del Plan de Estudios de Administración Financiera, por su apoyo y orientación.

A todos los que de una forma u otra colaboraron para alcanzar las metas propuestas.

Contenido

	pág.
Introducción	22
1. Generalidades	25
1.1 Planteamiento del Problema	25
1.1.1 Formulación del problema	26
1.1.2 Sistematización del problema	26
1.1.3 Objetivos de la investigación	27
1.1.3.1 Objetivo general	27
1.1.3.2 Objetivos específicos	27
1.1.4 Justificación	28
1.1.4.1 Justificación a nivel de empresa	28
1.1.4.2 Justificación personal	28
1.1.4.3 Justificación académica	29
1.1.5 Alcances	29
1.1.6 Limitaciones.	30
2. Marco Teórico	32
2.1 Antecedentes Bibliográficos	32
2.2.1 Plan de Negocios..	34
2.2.2 Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith	37
2.2.3 Teoría ventaja comparativa de David Ricardo	38
2.2.4 Teoría modelo del diamante de Michael Porter	39
2.2.5 Teoría el modelo de Heckscher-Ohlin	43

2.3 Definición de términos	44
2.4 Bases Legales	49
3 Metodología	53
3.1 Tipo de Investigación	53
3.2 Población y muestra	53
3.3 Fuentes de Recolección de Información	55
3.4 Técnicas de análisis para la recolección de información	55
3.5 Resultados y Procesamiento de Información Recolectada	57
3.5.1 Categorización de la muestra poblacional	58
3.5.2 Conclusión general de la Categorización de la población	59
3.5.3 Análisis y tabulación de las preguntas de la encuesta	60
4. Estudio de Mercado	75
4.1 Análisis del Mercado	75
4.1.1 Análisis del sector textil y la confección.	75
4.1.1.1 Sector textil a nivel mundial.	75
4.1.2.2 Sector textil y de la confección a nivel de Colombia.	75
4.2 Segmentación del Mercado	82
4.2.1 Segmentación geográfica. Es necesario dividir al mercado en diferentes elementos geográficos, como países, departamentos, ciudades, municipios y barrios tomando en cuenta las diferentes necesidades en aquellas zonas.	82
4.2.2 Segmentación demográfica	83
4.3 Mercado Potencial y Objetivo	83
4.3.1 Mercado potencial	83

4.3.2 Mercado objetivo	83
4.3.3 Estimación de la demanda	84
4.3.3.1 Proyección de la demanda	85
4.3.4 Proveedores.	85
4.3.5 Competencia	85
4.4 Las 5 P del Marketing: Producto, Precio, Plaza, Promoción y “Partners”	86
4.4.1 Marketing producto	87
4.4.1.1 Descripción del producto	87
4.4.1.2 Características del producto	88
4.4.1.3 La Marca	88
4.4.1.4 Etiqueta	89
4.4.1.5 Empaque	90
4.4.2 Marketing precio	91
4.4.3 Marketing plaza	91
4.4.4 Marketing promoción	92
4.4.5 Marketing Partners.	93
4.4.6 Análisis DOFA.	95
5. Estudio Organizacional	97
5.1 Tipo de Sociedad	97
5.2 Nombre de la empresa	98
5.3 Objeto Social	98
5.4 Logo y Slogan	98
5.5 Estructura Organizacional	99

5.5.1 Manual de Funciones	101
5.6 Estrategias Corporativas	107
5.6.1 Misión.	107
5.6.2 Visión	108
5.6.3 Objetivos	108
5.6.4 Valores	109
5.6.5 Políticas de Calidad	109
6. Estudio Técnico	110
6.1 Macrolocalización	110
6.2 Microlocalización	111
6.3 Tamaño de la Planta	113
6.3.1 Factores condicionantes del tamaño.	113
6.4 Distribución de la Planta	114
6.5 Ingeniería	117
6.5.1 Características técnicas del producto	117
6.5.2 Diagrama de flujo del proceso	118
6.5.3 Programa de producción	119
6.6 Requerimientos	119
6.6.1 Físicos	119
6.6.2 Recurso Humano.	122
6.6.3 Insumos y Materias Primas.	122
7. Estudio Financiero	124
7.1 Presupuesto de Inversión	124

7.1.1 Presupuesto de Inversión en Activos Fijos.	124
7.1.2 Activos Intangibles.	125
7.2 Capital de Trabajo	125
7.2.1 Inversión Inicial.	125
7.3 Precio de Venta	126
7.4 Presupuesto de Ingresos y Egresos	128
7.4.1 Ventas y costos futuros.	128
7.4.1.1 Estimación de ventas futuras totales por año	128
7.4.1.2 Estimación de costos futuros totales por año	130
7.4.2 Estructura de Financiamiento.	131
7.5 Estados Financieros	132
7.5.1 Balance General Inicial Proyectado.	132
7.5.2 Estado de Resultados proyectado.	133
7.5.3 Flujo de efectivo.	133
7.6 Evaluación Financiera	136
7.6.1 Razones de Liquidez.	137
7.6.1.1 Capital neto de trabajo.	137
7.6.1.2 Razones de endeudamiento.	137
7.6.1.3 El Valor Presente Neto	138
7.1.6.4 La TIR.	139
7.6.2 Punto de equilibrio.	140
8. Impacto	142
8.1 Impacto Social	142

8.2 Impacto Ambiental	142
8.3 Impacto Económico	143
9. Conclusiones	144
10. Recomendaciones	145
Referencias Bibliográficas	146
Anexos	148