

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/140

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): KAREN DAYANA APELLIDOS: SIERRA SOLANO

NOMBRE(S): LEIDY ROSMIRA APELLIDOS: DUARTE PIMIENTO

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): LUZ MARINA APELLIDOS: PEÑA RODRIGUEZ

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PERFUMES Y LOCIONES EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

RESUMEN

El trabajo trata acerca de un estudio de mercado para la creación de una empresa productora y comercializadora de perfumes y lociones en la Ciudad de Cúcuta. Debido a que, la comercialización de perfumería inspiradas en fragancias posicionadas en Cúcuta tiene antecedentes de 5 años, pues existen empresas como Zoey perfumes, perfumes Eau y comercializadores de químicos que venden estas fragancias como Químicos La Frontera, Enfracol, Generics, entre otros. De estas empresas se puede identificar una distinta gama en lo referente a calidad del producto, desde productos de gama baja hasta productos de alta calidad, inspirados en fragancias de casas especializadas, algunas ya cuentan con más de tres puntos en la ciudad. El objetivo del presente trabajo de grado es realizar un estudio de mercado que minimice los riesgos y de más certidumbre para la creación de una empresa productora y comercializadora de perfumes y lociones en la ciudad de Cúcuta. Para ello: Se Analiza el comportamiento del comprador actual determinando el perfil del cliente y la oferta para los perfumes y lociones; seguido de; Analizar la situación actual de la comercialización de perfumes y lociones en la ciudad de Cúcuta, determinando necesidades y oportunidades; para finalmente, determinar la viabilidad comercial de crear la empresa productora y comercializadora de perfumes y lociones de acuerdo con los resultados obtenidos. Se trata de una investigación exploratoria, de carácter descriptivo, la población estuvo integrada por 80 empresas de las que se seleccionó una muestra probabilística, los datos son analizados de forma estadística para los resultados.

PALABRAS CLAVE: Loción, producción, perfumes, Comercializadora, estudio de mercado.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 140 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

ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PERFUMES Y
LOCIONES EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

KAREN DAYANA SIERRA SOLANO

LEIDY ROSMIRA DUARTE PIMIENTO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PERFUMES Y
LOCIONES EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

KAREN DAYANA SIERRA SOLANO

LEIDY ROSMIRA DUARTE PIMIENTO

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

Tecnólogo Comercial y Financiero

Directora

LUZ MARINA PEÑA RODRIGUEZ

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019



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

HORA: 10:30 AM
FECHA: 14 DE SEPTIEMBRE DEL 2019
LUGAR: OFICINA PLAN DE ESTUDIOS
JURADOS: YANETH CASTELLANOS VARGAS
PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES

TITULO DE LA TESIS: ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PERFUMES Y LOCIONES EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

DIRECTOR: LUZ MARINA PEÑA RODRIGUEZ

NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES	CODIGO	NOTA	CALIFICACION
<u>KAREN DAYANA SIERRA SOLANO</u>	<u>1462338</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO. UNO</u>
<u>LEIDY ROSMIRA DUARTE PIMIENTO</u>	<u>1462342</u>	<u>4.1</u>	<u>CUATRO. UNO</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

Yaneth Castellanos V.

VoBo.

COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

Contenido

	pág.
Introducción	18
1. El Problema	20
1.1 Título	20
1.2 Planteamiento del Problema	20
1.3. Formulación del Problema	21
1.4 Justificación	22
1.5 Objetivos	23
1.5.1 Objetivo general	23
1.5.2 Objetivos específicos	23
1.6 Alcances y Limitaciones	23
1.6.1 Alcances	23
1.6.2 Limitaciones	23
2. Marco de Referencia	25
2.1 Antecedentes	25
2.2 Marco Teórico	26
2.2.1 Estudio de mercado	26
2.2.2 Estudio de viabilidad	29
2.2.3 Perfumes	30
2.2.4 Lociones	30
2.2.5 Empresa comercializadora de perfumes	31
2.3 Marco Conceptual	31

2.4 Marco Legal	34
3. Metodología	37
3.1 Tipo de Investigación	37
3.2 Población y Muestra	38
3.3 Instrumentos para la Recolección de Información	41
3.4 Técnicas de Análisis	41
4. Estudio de Mercado	43
4.1 Clientes de Perfumerías	43
4.2 Distribuidores de Perfumes y Lociones	51
4.3 Análisis de los Resultados	59
5. Análisis del Mercado	62
5.1 Definición del Producto	63
5.1.1 Concepto	63
5.1.2 Tipos de perfumes	66
5.1.3 Naturaleza del producto	66
5.1.4 Sustitutos del producto	66
5.1.5 Portafolio de productos	67
5.2. Análisis del Sector	67
5.2.1 Sector nacional	67
5.2.2 Sector local	69
5.2.3 Amenaza de nuevas incorporaciones	70
5.2.4 Poder de negociación de clientes y proveedores	70
5.2.5 Amenaza de productos sustitutos, o nuevos negocios	71

5.2.6 Competidores existentes	71
5.2.7 Tendencias	72
5.3 La Competencia Actual del Producto	72
5.3.1 Análisis de la competencia	72
5.3.2 Calidad del producto	75
5.3.3 Ubicación de la competencia en el mercado	75
5.3.4 Sistemas de comercialización	75
5.4 Demanda Actual del Producto	76
5.4.1 Comportamiento del consumidor	76
5.4.2 Demanda	77
5.5 Proveedores	78
5.6 Precios	79
5.7 Distribución	80
5.7.1 Los canales de distribución	82
5.8 Promoción	82
5.9 Clientes	83
5.10 Estudio de Comercialización	85
5.11 Plan de Marketing	86
6. Análisis Técnico	91
6.1 Tamaño del Proyecto	91
6.1.1 Factores determinantes del tamaño del proyecto	91
6.1.2 Alternativas de tamaño	93
6.1.3 Selección del tamaño del proyecto	93

6.2 Localización	94
6.3 Estudio del Producto	97
6.3.1 Análisis del producto	97
6.3.2 Ficha Técnica	98
6.4 Descripción Técnica del Proceso	98
6.4.1 Programa de producción	101
6.5 Distribución de planta	101
6.6 Requerimientos físicos	102
6.6.1 Tecnología, equipo, muebles y enseres	103
7. Análisis Organizacional	105
7.1 Forma de Constitución de la Empresa	105
7.2 Estructura Organizacional de la Empresa	107
7.3 Personal Requerido	108
7.4 Manual de Funciones	109
8. Análisis Financiero	114
8.1 Inversiones	114
8.2 Inversiones en Activos Fijos	115
8.3 Financiación Proyecto	116
8.4 Proyección de Gastos Administrativos	116
8.5 Proyección de Gastos Operativos	118
8.6 Proyección de Ventas	118
8.7 Depreciaciones	120
8.8 Estados de Resultados Projectado	120

8.9 Flujo de Caja Neto Proyectado	121
8.10 Balance General Proyectado	122
8.11 Indicadores Financieros	123
8.12 Punto de Equilibrio (p. e)	123
9. Evaluación Financiera	125
9.1 Análisis del Valor Presente Neto	125
9.2 Calculo de la Tir (Tasa Interna de Retorno)	126
9.3 Análisis del Impacto Social y Ambiental	127
10. Conclusiones	130
11. Recomendaciones	133
Referencias Bibliográficas	135
Anexos	136