

	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): DIKMORY ROSSANA APELLIDOS: MELANO MANZANO

NOMBRE(S): DIOMAR APELLIDOS: CELIS ALBA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): JOSE LUÍS APELLIDOS: RODRÍGUEZ MALDONADO

CO-DIRECTOR:

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUADROS DECORATIVOS

RESUMEN

Este proyecto se basó en un plan de negocios para la fabricación y comercialización de cuadros decorativos. Para tal fin, se implementó una investigación descriptiva y la información se obtuvo mediante una encuesta. La población y muestra correspondió a un segmento de 275.456 habitantes de la ciudad de Cúcuta. Se logró analizar el mercado de cuadros decorativos elaborando un estudio técnico y luego, se definió la estructura organizacional de la empresa. Finalmente, se realizó el análisis financiero de la puesta en marcha de una empresa de cuadros decorativos y con base en la proyección de ventas se determinó la rentabilidad y evaluación económica.

PALABRAS CLAVE: Estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero, cuadros decorativos.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 127 PLANOS: ILUSTRACIONES: CD ROOM: 1

Copia No Controlada

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUADROS
DECORATIVOS

DIKMORY ROSSANA MELANO MANZANO

DIOMAR CELIS ALBA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUADROS
DECORATIVOS

DIKMORY ROSSANA MELANO MANZANO

DIOMAR CELIS ALBA

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

Tecnólogo Comercial y Financiero

Director:

JOSE LUÍS RODRÍGUEZ MALDONADO

Administrador Financiero

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE TECNOLOGÍA COMERCIAL Y FINANCIERA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

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: 04:00 PM
FECHA: 20 DICIEMBRE DEL 2021
LUGAR: VIRTUAL
JURADOS: PEDRO ALFONSOREYES SANTANDER
JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES
MARTHA BEATRIZ DELGADO

TITULO DE LA TESIS: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUADROS DECORATIVOS”

DIRECTOR: JOSÉ LUIS RODRIGUEZ MALDONADO

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN	
		LETRA	NÚMERO
<u>DIKMORY ROSSANA MELANO MANZANO</u>	<u>1462367</u>	<u>4.2 CUATRO.DOS</u>	<u>APROBADO</u>
<u>DIOMAR CELIS ALBA</u>	<u>1462104</u>	<u>4.2 CUATRO.DOS</u>	<u>APROBADO</u>

PLAN DE ESTUDIO: TECNOLOGIA COMERCIAL Y FINANCIERA

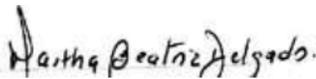
FIRMAS DE LOS JURADOS:



PEDRO ALFONSO REYES SANTANDER

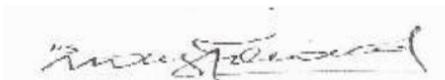


JOSE ALIRIO TIRADO COLMENARES



MARTHA BEATRIZ DELGADO

VoBo.



MAYRA ESPERANZA FOLIACO ALBINO
COORDINADORA

Contenido

	pág.
Introducción	15
1. Problema	17
1.1 Título	17
1.2 Planteamiento del Problema	17
1.3 Formulación del problema	18
1.4 Justificación	18
1.5 Objetivos	19
1.5.1 Objetivo general	19
1.5.2 Objetivos específicos	20
2. Marco de Referencial	21
2.1 Antecedentes Bibliográficos	21
2.2 Marco Teórico	22
2.2.1 Cuadros decorativos	22
2.2.2 Plan de negocios	23
2.3 Marco Conceptual	26
2.4 Marco Legal	28
3. Diseño Metodológico	31
3.1 Tipo de Investigación	31
3.1.1 Investigación descriptiva	31
3.2 Población y Muestra	32
3.2.1 Población	32
3.2.2 Muestra	32

3.3 Instrumentos para la Recolección de Información	34
3.4 Técnicas de Análisis de la Información	35
4. Estudio de Mercado	37
4.1 Tabulación, Interpretación y Análisis	37
4.2 Análisis de los Resultados	45
5. Análisis del Mercado	48
5.1 Análisis del Sector	49
5.2 Tendencias	51
5.3 Sector Local	53
5.4 Competitividad en el Sector	53
5.4.1 Amenaza de nuevas incorporaciones	53
5.4.2 Poder de negociación de clientes y proveedores	54
5.4.3 Amenaza de productos sustitutos	54
5.4.4 Competidores existentes	55
5.5 Definición del Producto	55
5.5.1 Concepto	55
5.5.2 Caracterización del producto	56
5.5.3 Naturaleza del producto	56
5.5.4 Portafolio de productos	56
5.6 La Competencia Actual del Producto	59
5.6.1 Análisis de la competencia	59
5.6.2 Calidad del producto	61
5.6.3 Ubicación de la competencia en el mercado	61
5.6.4 Sistemas de comercialización	62

5.7 Demanda Actual del Producto	62
5.7.1 Mercado objetivo	62
5.7.2 Cálculo de la demanda	62
5.8 Proveedores	63
5.8.1 Alianzas comerciales	64
5.9 Precios	65
5.10 Distribución	66
5.10.1 Los canales de distribución	66
5.11 Promoción	67
5.12 Clientes	69
5.13 Estrategias de Mercadeo	69
5.13.1 Estrategias de producto	69
5.13.2 Estrategia de distribución	70
5.13.3 Estrategia de precio	70
5.13.4 Estrategia de promoción	71
5.13.5 Estrategias de publicidad	73
5.13.6. Estrategia de servicio	73
6. Análisis Técnico	75
6.1 Actividades Claves	75
6.2 Planes de Compra	76
6.3 Análisis del Producto	76
6.4 Descripción Técnica del Proceso	80
6.5 Localización	83
6.6 Distribución de Planta	85

6.7 Requerimientos Físicos	87
6.7.1 Tecnología, equipo, muebles y enseres	88
7. Análisis Organizacional	91
7.1 Constitución de la Empresa	91
7.2 Estructura Organizacional de la Empresa	93
7.3 Personal Requerido	95
7.4 Perfiles Funciones	96
8. Análisis Financiero	101
8.1 Inversiones	101
8.2 Inversiones en Activos Fijos	102
8.3 Proyección de Gastos Administrativos	103
8.4 Proyección de Gastos Operativos	105
8.5 Financiación Proyecto	105
8.6 Proyección de Ventas	105
8.7 Depreciaciones	107
8.8 Estados de Resultados Proyectado	107
8.9 Flujo de Caja Neto Proyectado	109
8.10 Balance General Proyectado	110
8.11 Indicadores Financieros	111
8.12 Punto de Equilibrio (P.E.)	111
9. Evaluación Financiera	113
9.1 Análisis del valor Presente Neto	113
9.2 Calculo de la TIR (Tasa Interna de Retorno)	114
9.3 Análisis del Impacto Social y Ambiental	115

10. Conclusiones	118
11. Recomendaciones	121
Referencias Bibliográficas	124
Anexos	126