

**PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA
DE BLUSAS CON DISEÑOS FRESCOS Y DE MODA PARA MUJERES
ENTRE LOS 15 A 29 AÑOS DE EDAD EN LA CIUDAD DE CALI**

ANGELICA CORREA TORRES

KELLY JOHANA GONZALEZ GRISALES

**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI**

2016

**PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE BLUSAS
CON DISEÑOS FRESCOS Y DE MODA PARA MUJERES ENTRE LOS 15 A 29 AÑOS
DE EDAD EN LA CIUDAD DE CALI.**

**ANGELICA CORREA TORRES
KELLY JOHANA GONZALEZ GRISALES**



**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESA
X SEMESTRE
CALI – COLOMBIA
2016**

**PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE BLUSAS
CON DISEÑOS FRESCOS Y DE MODA PARA MUJERES ENTRE LOS 15 A 29 AÑOS
DE EDAD EN LA CIUDAD DE CALI.**

**ANGELICA CORREA TORRES
KELLY JOHANA GONZALEZ GRISALES**

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

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

**ASESOR DE TRABAJO DE GRADO:
Ing.MAURICIO HERRERA.MBA/MsC**



**FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESA
X SEMESTRE
CALI – COLOMBIA
2016**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	11
ABSTRACT / SUMMARY	18
INTRODUCCIÓN	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1 Descripción del problema.....	4
1.2 Formulación del problema	5
1.3 Sistematización del problema.....	5
1.4 Línea de investigación.....	6
2. OBJETIVOS	7
2.1 Objetivo general	7
2.2 Objetivos específicos.....	7
3. JUSTIFICACIÓN	8
4. MARCO DE REFERENCIA.....	10
4.1 . Antecedentes de historia de la industria textil en Colombia	10
4.2 . Estado del arte	10
4.3 . Marco teórico	12
4.3.1. Teoría de la competencia perfecta.	13
4.3.2. Teoría de la administración de la mercadotecnia.....	14
4.3.3. Teoría de la mercadotecnia centrada en los servicios.	17
4.3.4. Las cinco fuerzas de porter	17
4.4. Marco conceptual	21
4.5 Marco legal.....	22
4.6. Marco espacial.....	28
4.7. Marco temporal	28

5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	29
5.1. Tipo de estudio de investigación.....	29
5.2. Método de la investigación	29
5.3. Fuente de estudio.....	30
5.3.1. Fuente primaria.....	30
5.3.2. Fuentes secundarias	30
5.4 .Tratamiento de la información	31
6. PLANTEAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	32
6.1. Nombre comercial	32
6.2. Logo	32
6.3. Concepto de negocio	32
6.4. Misión.....	32
6.5. Visión	33
6.6. Organigrama.....	33
6.7. Mapa de procesos	34
6.8. Localización	34
6.9. Descripción del producto	35
7. ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO.....	35
7.1. Análisis del mercado	36
7.1.1 Análisis del sector	36
7.1.2 Análisis de descripción del producto	38
7.1.3 Perfil del consumidor.....	41
7.1.4 Análisis de la competencia.....	41
7.1.4.1 Ventaja de la propuesta.....	44
7.1.5 Estrategia de promoción y publicidad.....	45

7.1.5.1	Promoción	45
7.2.5.1	Publicidad	46
7.2	Análisis de los resultados	48
7.2.1	Encuesta, Tabulación y Análisis (véase el anexo 2)	48
7.2.2	Resultado del estudio y análisis del mercado	64
8.	ANÁLISIS FODA Y BUSINESS MODEL CANVAS	65
8.1	FODA	65
8.1.1	Fortalezas de la empresa Roset	65
8.1.2	Oportunidades de la empresa Roset	65
8.1.3	Debilidades de la empresa Roset	65
8.1.4	Amenazas de la empresa Roset	65
8.2	BUSINESS MODEL CANVAS	66
9	ANÁLISIS FINANCIERO	69
9.1	Relación de inversiones	69
9.2	Estudio de financiamiento	71
9.2.2	Cálculos de punto de equilibrio	75
9.2.2.1	Análisis P.E	76
9.2.3	Presupuesto Ventas	77
9.2.4	Balance General	79
9.2.5	Estado de resultados	80
9.2.6	Proyección flujo de caja	81
9.2.7	Indicadores Financieros	84
10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
10.1	Conclusiones	85
10.2	Recomendaciones	86

REFERENCIAS	76
-------------------	----

RESUMEN

El siguiente proyecto está orientado hacia un plan de negocios de una empresa comercializadora de blusas para las mujeres entre los 15 a 29 años de edad de la ciudad de Cali, partiendo de diseños frescos, a la moda y su viabilidad en el mercado.

El plan de negocio surgió con la necesidad de satisfacer la demanda de las mujeres de la comunidad caleña, por ello se va a utilizar un medio innovador como lo es el Fashion Truck ¹, que existe en ciudades como Bogotá y Medellín pero que actualmente en la ciudad de Cali no hay, solo se han visto trucks de comida o estilo estética para mascotas.

Por ello, nuestro Fashion truck nos permitirá llegar a diferentes puntos estratégicos de la ciudad y ofrecer diferentes estilos de blusas de excelente calidad y con diseños frescos.

Por otro lado, observaremos la metodología que se desarrolló partiendo de la formulación del proyecto, los objetivos que se quieren lograr a través del plan de negocio y la justificación, además se hace una breve descripción de la empresa Roset, seguida de un estudio de mercado que tiene como objetivo analizar los factores que influyen y permiten estructurar de manera adecuada la idea de negocio y medir el grado de aceptación que tienen los posibles consumidores.

Por último un análisis financiero, con respecto a la viabilidad que tiene el plan de negocio en la ciudad de Cali, en el que se proyectan los ingresos por un periodo de cuatro años, y se analizan indicadores como la Relación de inversiones, el capital necesario a invertir, la amortización del crédito con Banco WWB de Colombia, el costo unitario, el presupuesto de ventas, la proyección de crecimiento en ventas, el balance general proyectado a cuatro años y se finaliza con el estado de resultados proyectado a cuatro (4) años, con el cual se determina la TIR que define la situación financiera y la aceptación del proyecto.

¹ **Fashion truck:** Fashion trucks, “camiones de la moda” Es un vehículo que es adecuado para la implementación de un negocio que se moviliza por puntos estratégicos de la ciudad, actualmente están arrasando en los EEUU, sobre todos en L.A. y en Boston. Lo más interesante es que van retransmitiendo la ruta por Redes Sociales, y cuando llega a tu pueblo o ciudad son la revolución, como cuando venía el camión de los helados. La tendencia está creando furor, y ya tiene cientos de seguidores en Redes Sociales. Tomado de Vidal, S. & Conde, J. (2016). Fashion Trucks. Recuperado el 11 de septiembre del 2016. Disponible en: <https://lookvintage.wordpress.com/category/entradas-total-look/page/2/>

INTRODUCCIÓN

Si bien es cierto, una prenda de vestir como las blusas es de uso cotidiano, donde no hay mucho que decir y resaltar acerca de ello, el objetivo principal del trabajo va más allá de un diseño de blusas, pues se basa en un nuevo modelo de negocio, donde los autores tuvieron una idea en común acerca de la industria de la moda, de tal manera que tomaron la decisión de emprender un camino hacia este mercado impulsando la capacidad de crear empresa con identidad caleña.

Por medio del presente trabajo se busca consagrar en primer lugar la marca ROSET dentro del mercado en la ciudad de Cali, en segunda instancia formalizar la empresa, con la que se busca integrar un diseño en las blusas donde la comunidad caleña vea plasmada una nueva tendencia de moda por jóvenes emprendedoras .

En este orden de ideas, se verá reflejado cómo los autores debieron capacitarse en el área del diseño textil y emprendimiento, para llevar a cabo el plan de negocio mencionado anteriormente y por el cual se pretende formalizar la idea.

Finalmente, se desarrolla un estudio de mercado con el cual se caracteriza el sector en donde se desenvolverá la idea de negocio , dando lugar a las necesidades que sostienen los consumidores para la ejecución del proyecto y a partir del análisis se planean las estrategias administrativas, comerciales y financieras que determinan si el negocio en un futuro será fructífero en términos monetarios.



Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co