

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 73

21.1

FECHA	sábado, 3 de junio de 2023
--------------	----------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
------------------------	-----------------

TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
--------------------------	------------------

FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------

PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas
---------------------------	----------------------------

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Jimenez Rojas	Laura Hasbleidi	1069763524

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Pinto Arenas	Laura Patricia

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 2 de 73

TÍTULO DEL DOCUMENTO
Plan de marketing para impulsar la línea de personalizados en la empresa Sorpresarte en el municipio de San Bernardo Cundinamarca


SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN	
INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
2023	61

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Marketing	Marketing
2. Personalizados	Personalized
3. Análisis	Analysis
4. Estrategia	Strategy
5. Plazo	Term
6. Administración	Administration

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)
Americas, C. (2022). connectamericas.com. Obtenido de connectamericas.com: https://connectamericas.com/es/content/ferias-de-negocios-las-ventajas-de-participar#:~:text=La%20naturaleza%20de%20una%20feria,vendedores%20en%20un%20solo%20lugar.
ANDIGRAF. (2022). andigraf.com.co. Obtenido de andigraf.com.co: https://andigraf.com.co/wp-content/uploads/2023/01/Bolet%C3%ADn-Econ%C3%B3mico-IV-2022.pdf
Arotoma, F. O. (2022). https://scholar.google.es/ . Obtenido de https://scholar.google.es/ :

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 3 de 73

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29004/AUDITIVA_MARKETING_ORE_AROTOMA_FERMIN.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Caballero Sánchez de Puerta, P. (2018). Fundamentos del plan de marketing en internet. Antequera (Málaga: IC Editorial).

cepymenews. (22 de 07 de 2020). epymenews.es. Obtenido de epymenews.es:
<https://cepymenews.es/mitad-personas-mundo-usan-redes-sociales>

CEUPE. (2022). CEUPE magazine. Obtenido de CEUPE magazine:
<https://www.ceupe.com/blog/preventa.html?dt=1682093909688>

Chiavenato, I. (2019). introducción a la teoría general de la administración. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana.

Colombia, E. c. (2006). minciencias.gov.co/. Obtenido de minciencias.gov.co/:
<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Colombia, F. (31 de 01 de 2022). <https://forbes.co/>. Obtenido de <https://forbes.co/>:
<https://forbes.co/2022/01/31/negocios/tiktok-es-la-marca-de-mas-rapido-crecimiento-del-mundo-segun-brand-finance>

Contable, U. E. (10 de 11 de 2022). eafit.edu.co. Obtenido de eafit.edu.co:
<https://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/T%20Impuesto%20de%20industria%20y%20comercio.pdf>


Content, F. (26 de 5 de 2020). <https://www.ipp.edu.pe/>. Obtenido de <https://www.ipp.edu.pe/>: <https://www.ipp.edu.pe/blog/publicidad-radial/#:~:text=Imaginaci%C3%B3n%3A%20A%20diferencia%20de%20otros,las%20sensaciones%20que%20se%20desean>.

Creativa, L. F. (2022). <https://www.lafactoriacreativa.com/>. Obtenido de <https://www.lafactoriacreativa.com/>: <https://www.lafactoriacreativa.com/blog/dise-no-grafico/el-packaging-estrategia-marketing/>

Douglas da Silva, W. C. (20 de 03 de 2021). www.zendesk.com.mx. Obtenido de www.zendesk.com.mx: <https://www.zendesk.com.mx/blog/posibles-clientes-potenciales/>

Edicions UPC. (25 de 03 de 2021). materials docents en xarxa. Obtenido de materials docents en xarxa: <https://www.mdx.cat/handle/2099.3/36701>

Garavito, B. (6 de 6 de 2022). <https://tecnocio.com/>. Obtenido de <https://tecnocio.com/>: <https://tecnocio.com/la-industria-grafica-se-reinventa/#:~:text=Y%20ciertamente%20se%20han%20visto,respecto%20a%20abril%20d>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 4 de 73

e%202020.

García Tomé, F. M. (2007). fundamentos del marketing estratégico. Las Rozas (Madrid): Delta Publicaciones.

Gómez, L., Martínez, J., & Arzuza, M. (2006). scholar.google.es. Obtenido de www.redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602101.pdf>

Hernández Palomino, J. A. (2017). Desarrollo organizacional teorías prácticas y casos. Ciudad de México: Pearson Educación.

Hoyos Ballesteros, R. (2019). Plan de Marketing con enfoque en gerencia de mercadeo. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones Limitada.

Klearfold, H. (15 de 09 de 2020). <https://hlpklearfold.es/>. Obtenido de <https://hlpklearfold.es/>: <https://hlpklearfold.es/los-beneficios-del-packaging-personalizado/#:~:text=La%20versatilidad%20del%20packaging%20personalizado,dise%C3%B1o%20como%20a%20las%20sociales.>

Merchandising, T. (2022). <https://www.trazomerchandising.com/>. Obtenido de <https://www.trazomerchandising.com/>: <https://www.trazomerchandising.com/ventajas-regalo-publicitario/#:~:text=Un%20regalo%20ayuda%20a%20los,sea%20m%C3%A1s%20f%C3%A1cil%20de%20recordar.>


Mero Carranza, G., Cáceres Larreategui, A., & Herrera Bartolomé, C. (12 de 2022). scholar.google.es/. Obtenido de scholar.google.es/: <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/741/1335>

Newberry, C. (06 de 05 de 2021). hootsuite.com. Obtenido de hootsuite.com: <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-para-empresas/>

PENALVA VERDÚ, C., ALAMINOS CHICA, A., FRANCÉS GARCÍA, F., & SANTACREU FERNÁNDEZ, Ó. (2015). rua.ua.es. Obtenido de rua.ua.es: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52606/1/INVESTIGACION_CUALITATIVA.pdf;

Pérez, P. J. (2011). <https://scholar.google.es/>. Obtenido de <https://scholar.google.es/>: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54488638/MODELO_DE_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_CINCO_FUERZAS_DE_PORTER_-_8-libre.pdf?1505945512=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMODELO_DE_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_CINCO_FU.pdf&Expires=1681059479&Signature=PH

Pulgarín Restrepo, L. F. (22 de 03 de 2006). Academia.edu. Obtenido de Academia.edu: https://www.academia.edu/35686018/PROTOCOLO_DE_LOS_REGALOS

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 5 de 73

Pymas, E. e. (10 de 11 de 2022). pymas.com.co. Obtenido de pymas.com.co: <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/ayuda-legal/requisitos-juridicos-para-crear-empresa>

REPUBLICA, L. (13 de 02 de 2022). Conozca los costos para pautar en radio y como le ayuda potencializar su marca. LA REPUBLICA, pág. 1.

Ribeiro, K. (28 de 10 de 2017). <https://www.postedin.com/>. Obtenido de <https://www.postedin.com/>: <https://www.postedin.com/blog/como-las-redes-sociales-de-pequenas-empresas-pueden-competir/#:~:text=Es%20fundamental%20destacar%20que%20la,recursos%20para%20invertir%20en%20publicidad>.

Sánchez Galán, J. (27 de 06 de 2015). Economipedia. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-marketing.html>

Santiago. (5 de 7 de 2019). <https://www.trendtic.cl/>. Obtenido de <https://www.trendtic.cl/>: <https://www.trendtic.cl/2019/07/%EF%BB%BF63-de-los-consumidores-a-nivel-mundial-dice-que-quiere-recibir-productos-y-servicios-personalizados/>

SEPÚLVEDA, M. A. (2016). <https://scholar.google.es/>. Obtenido de <https://scholar.google.es/>: <http://repositorio.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1574/1/Ferriere%20Sep%20c3%20balve%20da%20Mar%20c3%20ada%20Alejandra.pdf>

Talancón, H. P. (1 de 06 de 2007). Google académico. Obtenido de Google académico: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>


Talancón, H. P. (20 de 06 de 2007). Sistema de Información Científica Redalyc. Obtenido de Sistema de Información Científica Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

TIEMPO, R. E. (21 de 12 de 2004). PLAN SEPARÉ, UNA COSTUMBRE MERCANTIL. <https://www.eltiempo.com/>, pág. 1.

Uelz. (21 de 02 de 2023). <https://www.uelzpay.com/>. Obtenido de <https://www.uelzpay.com/>: <https://www.uelzpay.com/blog-es/ventajas-pagos-a-plazos>

Velázquez, A. (2022). questionpro.com. Obtenido de questionpro.com: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-marketing-digital/>

Vidal, G. P. (2016). Marketing una herramienta para el desarrollo. Bogotá: Ediciones de la U.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PÁGINA: 6 de 73

WEBMASTER. (2022). <https://www.eliteweb.cl/>. Obtenido de <https://scholar.google.es/>: <https://www.eliteweb.cl/por-que-tener-una-pagina-web/>

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS


(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Se realizó un plan de marketing con el propósito de impulsar la línea de personalizados en la empresa SORPRESRTE en el municipio de San Bernardo Cundinamarca, tiene el objetivo de brindar las herramientas básicas que le permitan a la empresa generar una cultura de planear y controlar sus actividades de marketing adecuadamente.

En el desarrollo del plan de marketing se tuvieron en cuenta tres factores principales: Factor analítico, el cual permite analizar las variables internas y externas de la organización con relación al mercado. (Análisis DOFA, capacidad de producción, Análisis de consumidores, competencia y de las 4Ps del mercado); Factor estratégico, que consiente en establecer la ventaja competitiva, la segmentación y los objetivos SMART del plan de marketing; por último el factor operativo, en donde se diseñan las estrategias teniendo en cuenta las cuatro variables del mercado: promoción, plaza, producto y precio. Finalmente se expone la proyección de los resultados que permitirán la consecución de los objetivos.

A marketing plan was carried out with the purpose of promoting the personalized line in the company SORPRESRTE in the municipality of San Bernardo Cundinamarca, it has the objective of providing the basic tools that allow the company to generate a culture of planning and controlling its activities. marketing properly.

In the development of the marketing plan, three main factors were taken into account: Analytical factor, which allows analyzing the internal and external variables of the organization in relation to the market. (SWOT analysis, production capacity, consumer analysis, competition and the 4Ps of the market); Strategic factor, which agrees to establish the competitive advantage, segmentation and SMART objectives of the marketing plan; Finally, the operational factor, where strategies are designed taking into account the four market variables: promotion, place, product and price. Finally, the projection of the results that will allow the achievement of the objectives is exposed.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 7 de 73

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.


En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 8 de 73

(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:


Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI ___ NO _X_**.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 9 de 73

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 10 de 73



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.


La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Plan de marketing para impulsar la línea de personalizados en la empresa Sorpresarte	Monografía
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Jimenez Rojas Laura Hasbleidi	

21.1-51-20.

 UDEC UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 11 de 73

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*