

 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia <small>Organo Administrativo</small>	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
	Dependencia	Aprobado		Pág.
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADÉMICO</b>		<b>i(115)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>LILIANA RANGEL ARDILA ASTRID KAROLINA PÉREZ NAVARRO</b>		
FACULTAD	<b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b>		
DIRECTOR	<b>JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ NAVARRO</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LOGÍSTICA DE EVENTOS INFANTILES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL PRESENTE TRABAJO ABARCA EL DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA IDEA DE NEGOCIOS TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA SOBRE EMPRESAS QUE SE ENCARGUEN DE LA LOGÍSTICO Y PLANEACIÓN DE LAS FIESTAS DE NIÑOS, FRENTE A LOS CUAL SE PRESENTA UN ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO, DE MERCADOS, ECONÓMICO, FINANCIERO Y DE IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552  
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104  
[info@ufpso.edu.co](mailto:info@ufpso.edu.co) - [www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LOGÍSTICA  
DE EVENTOS INFANTILES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE  
SANTANDER**

**AUTORAS**

**LILIANA RANGEL ARDILA**

**ASTRID KAROLINA PÉREZ NAVARRO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de administradoras de  
empresas**

**DIRECTOR**

**JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ NAVARRO**

**Ing. Industrial**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Ocaña, Colombia**

**Noviembre, 2018**

## Índice

<b>Capítulo 1. Plan de negocios para la creación de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander .....</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Formulación del problema .....	3
1.3 Objetivos General y Específicos .....	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos .....	3
1.4 Justificación.....	4
1.5 Delimitaciones.....	5
1.5.1 Delimitación Operativa.....	5
1.5.2 Delimitación Conceptual .....	5
1.5.3 Delimitación Geográfica.....	5
1.5.4 Delimitación Temporal.....	5
 <b>Capítulo 2. Marco Referencial .....</b>	 <b>6</b>
2.1 Marco Histórico.....	6
2.1.1 Antecedentes en el ámbito internacional de las empresas de realización de eventos familiares .....	6
2.1.2 Antecedentes en el ámbito nacional de las empresas de realización de eventos familiares .....	7
2.1.3 Antecedentes en el ámbito local de las empresas de realización de eventos familiares.	9
2.2 Marco Conceptual .....	10
2.2.1 Plan de negocios. ....	10
2.2.2 Emprendimiento. ....	11
2.2.3 Oferta. ....	12
2.2.4 demanda.....	12
2.2.5 Plan de Operación.....	13
2.2.6 Estudio Económico.....	13
2.2.7 Estudio Financiero.....	13
2.2.8 Consumidores. ....	14
2.3 Marco Teórico .....	15
2.4 Marco Legal .....	19
2.4.1 Constitución Política Colombiana.....	19
2.4.2 Código de Comercio.....	20
 <b>Capítulo 3. Diseño Metodológico.....</b>	 <b>22</b>
3.1 Tipo de Investigación .....	22

3.2 Población.....	22
3.3 Muestra.....	23
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	23
3.5 Procesamiento y análisis de información.....	24
<b>Capítulo 4. Resultado de la Investigación.....</b>	<b>25</b>
4.1 Análisis encuestas aplicadas a 378 personas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	25
4.2 Realizar un estudio de mercados que permita conocer la factibilidad para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	46
4.2.1 Análisis del sector.....	47
4.2.2 Análisis de la demanda.....	47
4.2.3 Estimación de la demanda.....	47
4.2.4 Análisis de la Oferta.....	48
4.2.5 Estimación de la oferta actual.....	48
4.2.6 Análisis de la Competencia.....	48
4.2.7 Relación entre Demanda y Oferta.....	49
4.2.8 Estrategias de Precio. n.....	49
4.2.9 Mecanismo Distribución de Publicidad.....	50
4.2.10 Canales de Distribución.....	52
4.2.11 Descripción del servicio.....	52
4.2.12 Características de la empresa.....	53
4.3 Elaborar un plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	53
4.3.1 Tamaño del proyecto.....	54
4.3.2 Localización de la empresa Festejos y eventos D'Ocaña Ltda.....	54
4.3.3 Requisitos para solicitar el servicio:.....	55
4.3.4 Dimensión del mercado.....	55
4.3.5 Infraestructura.....	55
4.3.6 Estrategia Organizacional.....	56
4.3.7 Requerimiento físicos.....	56
4.3.8 Distribución en planta.....	57
4.3.9 Necesidades del recurso humano.....	57
4.4 Elaborar un estudio de los requerimientos administrativos y legales proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	57
4.4.1 Requisitos legales.....	58
4.4.2 Misión.....	59
4.4.2 Visión.....	59
4.4.3 Valores.....	59

4.4.4 Organigrama .....	60
4.4.5 Manual de funciones.....	60
4.4.6 Estatutos de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda. ....	65
4.4.7 Reglamento interno de trabajo.....	71
4.5 Realizar un estudio financiero que permita cuantificar la inversión económica necesaria para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	77
4.5.1 Estudio económico .....	78
4.5.1.1 Inversión inicial .....	78
4.5.1.2 Presupuesto de gasto de personal.....	78
4.5.1.3 Requerimiento equipo de oficina. ....	79
4.5.1.4 Costos fijos.....	80
4.5.1.5 Gastos Diferidos.....	81
4.5.1.6 Ingresos. ....	82
4.5.1.7 Depreciaciones.....	83
4.5.1.8 Capital de trabajo .....	83
4.5.2 Estudios Financiero .....	84
4.5.2.1 <i>Valor presente neto (VPN). s.</i> .....	86
4.5.2.2 <i>Valor actual neto.</i> .....	87
4.5.2.3 <i>Razón costo beneficio (RCB).</i> .....	87
4.2.5.4 <i>Tasa interna de retorno.</i> .....	88
4.6 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	89
4.6.1 Impacto social.....	89
4.6.2 Impacto ambiental .....	90
<b>Conclusiones.....</b>	<b>92</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>93</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>95</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>97</b>

## Lista de tablas

Tabla 1. Población residente en el municiono de Ocaña por edad .....	22
Tabla 2. Rango de edad.....	25
Tabla 3. Sexo .....	26
Tabla 4. Profesión.....	27
Tabla 5. Nivel de Escolaridad .....	29
Tabla 6. Asistencia a fiestas o eventos sociales de niños .....	30
Tabla 7. Tipo de eventos a los que asisten .....	31
Tabla 8. Frecuencia para asistir a eventos .....	32
Tabla 9. Temporadas del año para asistir a eventos .....	33
Tabla 10. Presupuesto para la organización de eventos .....	34
Tabla 11. Sitios donde adquiere el servicio de planeación y organización de eventos .....	35
Tabla 12. Uso de casas de eventos .....	36
Tabla 13. Frecuencia de uso de los salones para realizar eventos .....	37
Tabla 14. Receptividad de una empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña, Norte de Santander por parte de los encuestados.....	39
Tabla 15. Preferencias para la ubicación de la empresa de eventos para niños .....	40
Tabla 16. Disponibilidad para adquirir los servicios que se ofertan en la empresa para eventos para niños .....	41
Tabla 17. Tipo se servicios por paquete que incluye música en vivo, meseros, Buffet, animación, decoración, fotografía, filmación y decoración del salón. ....	42
Tabla 18. Presupuesto disponible para invertir en eventos organizados por la empresa.....	43
Tabla 19. Medios de comunicación para recibir información sobre la empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña .....	44

Tabla 20. Proyección de la demanda.....	47
Tabla 21. Promedio mensual de eventos durante el primer año .....	48
Tabla 22. Lista de precios promedio para el paquete más solicitado y para el tipo que son dos millones de pesos en el municipio de Ocaña .....	49
Tabla 23. Requerimientos físicos .....	56
Tabla 24. Manual de Funciones de los socios de la empresa.....	61
Tabla 25. Manual de funciones del Gerente .....	62
Tabla 26. Manual de funciones de la Secretaria de la empresa .....	63
Tabla 27. Manual de Funciones del Contador Público de la Empresa.....	64
Tabla 28. Manual de funciones del auxiliar de logística .....	65
Tabla 29. Gastos de personal para la empresa de festejos y eventos D'Ocaña .....	78
Tabla 30. <i>Requerimiento de equipo de oficina</i> .....	79
Tabla 31. Insumos y herramientas para los eventos y festejos .....	80
Tabla 32. Total de gastos de producción de cada evento para el paquete de 2.000.000 .....	80
Tabla 33. Diferidos .....	80
Tabla 34. Costos fijos y variables .....	81
Tabla 35. <i>Diferidos</i> .....	81
Tabla 36. <i>Total Egresos de la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.</i> .....	82
Tabla 37. <i>Ingresos</i> .....	82
Tabla 38. <i>Proyección de ingresos</i> .....	83
Tabla 39. <i>Depreciación Muebles, equipos y Enseres</i> .....	83
Tabla 40. <i>Estado de resultados proyectado</i> .....	85
Tabla 41. Flujo de Caja.....	85

## Listas de Gráficas

Grafica 1. Rango de edad.....	26
Grafica 2. Sexo.....	27
Grafica 3. Profesión .....	28
Grafica 4. Nivel de Escolaridad .....	29
Grafica 5. Asistencia a fiestas o eventos sociales de niños.....	30
Grafica 6. Tipo de eventos a los que asisten.....	31
Grafica 7. Frecuencia para asistir a eventos.....	32
Grafica 8. Temporadas del año para asistir a eventos.....	33
Grafica 9. Presupuesto para la organización de eventos.....	34
Grafica 10. Sitios donde adquiere el servicio de planeación y organización de eventos.....	36
Grafica 11. Uso de casas de eventos.....	37
Grafica 12. Frecuencia de uso de los salones para realizar eventos .....	38
Grafica 13. Receptividad de una empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña, Norte de Santander por parte de los encuestados.....	39
Grafica 14. Preferencias para la ubicación de la empresa de eventos para niños .....	40
Grafica 15. Disponibilidad para adquirir los servicios que se ofertan en la empresa para eventos para niños .....	41
Grafica 16. Tipo se servicios por paquete que incluye música en vivo, meseros, Buffet, animación, decoración, fotografía, filmación y decoración del salón. ....	42
Grafica 17. Presupuesto disponible para invertir en eventos organizados por la empresa.....	44
Grafica 18. Medios de comunicación para recibir información sobre la empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña .....	45

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Medios de Comunicación .....	50
Ilustración 2. Redes sociales .....	51
Ilustración 3. Canales de distribución.....	52
Ilustración 4. Logo de la empresa de eventos .....	53
Ilustración 5. Necesidades de Recurso Humano.....	57
Ilustración 6. Organigrama .....	60

## Lista de Apéndices

Apéndice A. Encuesta para habitantes del municipio de Ocaña.....	98
Apéndice B. Evidencia Fotográfica .....	102

# **Capítulo 1. Plan de negocios para la creación de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander**

## **1.1 Planteamiento Del Problema**

En la actualidad las múltiples ocupaciones que demandan el tiempo de las personas hacen que sus necesidades insatisfechas en cuanto a las celebraciones familiares se abran más camino para ideas de emprendimiento en diferentes partes del mundo. En el caso de los padres de familia sus tiempos son tan limitados para cumplir con las obligaciones del mundo laboral y a su vez llevar una vida familiar plena que han ocasionado el despertar de ideas de emprendimiento que buscan que las personas puedan acceder a servicios de asesoría, planeación y realización de fiestas infantiles como bautizos, cumpleaños, primeras comuniones y demás con presupuesto alcance de sus manos pero con alternativas modernas como juegos inflables, bailarinas, animadores y en espacios alternativos dejando de lado las reuniones familiares en casa.

Estas nuevas ideas de negocios ya son una realidad en la mayoría de ciudades principales de Colombia tanto así que el Departamento Nacional de Estadísticas, DANE, informó en el años 2017 que el promedio de los ocho grupos para analizar los gastos básicos de los hogares colombianos en diciembre fue (0,42%) y dos de estos estuvieron por encima: diversión (1,17%) y alimentos (0,78%). Por debajo se ubicaron otros gastos (0,32%); transporte (0,28%); vivienda (0,26%); salud (0,21%); comunicaciones (0,17%); vestuario (0,11%) y educación (0,00%).

(Departamento Nacional de Estadística DANE, 2017)

En conclusión en los hogares colombianos cada vez más se asigna un porcentaje alto de los ingresos para diversión dentro de los cuales encontramos las celebraciones familiares pero a su

vez el tiempo que devengan las obligaciones laborales hace que estas responsabilidades sean entregadas a empresas que se dedican a toda la labor de logística para eventos familiares incluidos los infantiles.

De manera análoga es posible que se manifieste que hoy en día el gremio de las empresas de logística para eventos de toda índole familiar ha ido en crecimiento pero que son muchos los municipios en los cuales esta idea de emprendimiento empresarial aun no da frutos insatisfaciendo a una población que requiere de un servicio que además de reflejarles tranquilidad a la hora de iniciar un proceso de celebración familiar permite que dentro de los servicios se les ofrezca servicios novedosos que harán de esas ocasiones recuerdos inolvidables para familiares y amigos afianzando mejor las relaciones personales de las personas.

Dentro de los municipios que actualmente no cuentan con este tipo de servicios se encuentra Ocaña dejando de lado una idea de emprendimiento que puede solucionar una problemática derivada de las múltiples ocupaciones de las personas y que además genera un impacto positivo en la economía del municipio en donde actualmente solo se cuenta con personas encargadas de decoración de eventos pero no de un servicio completo de logística que provea al usuario los servicios integrales para que su preocupación sea solo divertirse en el desarrollo del mismo. A partir de esta necesidad evidente en el municipio nace la idea de elaborar un plan de negocios con base en la pregunta ¿es factible al creación de una empresa que ofrezca la logística para eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander?

Para dar respuesta a estos interrogantes se presenta la siguiente propuesta de investigación enmarcada en la necesidad de una idea innovadora de negocios y de emprendimiento en el

municipio de Ocaña como alternativa para el servicio de logística en los eventos infantiles de las familias del municipio norte santandereano.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Se requiere en el municipio de Ocaña la creación de una empresa de logística para eventos infantiles? ¿Es factible y responderá a la necesidad un plan de negocios?

## **1.3 Objetivos General y Específicos**

### **1.3.1 Objetivo General**

Realizar el diseño de un plan de negocios para la creación de una empresa de logística para eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

Realizar un estudio de mercados que permita conocer la factibilidad para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Elaborar un plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Elaborar un estudio de los requerimientos administrativos y legales proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Realizar un estudio financiero que permita cuantificar la inversión económica necesaria para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

#### **1.4 Justificación**

La falta de disposición de tiempo de las personas por causa de las múltiples funciones laborales, sociales y de más impide en muchas ocasiones que los padres de familia puedan ocuparse de situaciones familiares como las celebraciones de bautizos, cumpleaños, primeras comuniones, y demás. Pero no simplemente la falta de tiempo es un factor que impide el ocuparse de estos asuntos, también la inexperiencia, la falta de logística, de ausencia de planeación juegan un factor en contra a la hora de disponer todos los recursos humanos, financieros y operativos en la realización de un evento familiar que además de reunir en una ocasión especial busca un espacio de esparcimiento y diversión a grandes y pequeños.

En Colombia ya muchas empresas han sido las encargadas de captar estas ideas y han iniciado proyectos de emprendimiento muy exitosos que permiten a los usuarios ser conocedores de un servicio de planeación y realización de los eventos infantiles en espacios adecuados, con la disposición de recursos al alcance del presupuesto de cada familia y con ingredientes adicionales de diversión como animadores, bailarines y demás que permiten un verdadero espacio para la recreación en fechas especiales.

Sin embargo regiones como el municipio de Ocaña no cuentan con esta clase de iniciativas privadas por lo que siendo un territorio que habita a más de 100.000 habitantes, que se siguen las tradiciones de las celebraciones familiares infantiles se evidencia una idea de negocios emprendedora que permitirá tener al alcance una empresa que solucione todos los problemas logísticos para que la familia y los amigos solo asistan para divertirse sin pensar en todas las actividades que conllevan la realización de un evento infantil.

## **1.5 Delimitaciones**

**1.5.1 Delimitación Operativa.** Se pueden generar inconvenientes en dicho proceso, debido al suministro de información errónea o negación de la misma por parte de los habitantes del municipio de Ocaña y la información suministrada por la Alcaldía Municipal de Ocaña o la Cámara de Comercio del municipio. Estos inconvenientes se manejarán con el respectivo director de la presente propuesta.

**1.5.2 Delimitación Conceptual.** En la presente investigación se manejará los siguientes conceptos como apoyo al desarrollo de la misma. Estos serán: Plan de negocios, emprendimiento, eventos, oferta, demanda, plan de operación, estudio económico, estudio financiero, impacto social, consumidores, tendencias, necesidades.

**1.5.3 Delimitación Geográfica.** El proyecto se desarrollará en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

**1.5.4 Delimitación Temporal.** El tiempo estipulado para la realización de la propuesta es de 8 semanas contado a partir de la aprobación del proyecto de grado

## Capítulo 2. Marco Referencial

### 2.1 Marco Histórico

#### 2.1.1 Antecedentes en el ámbito internacional de las empresas de realización de eventos familiares

El origen de los eventos se remonta a Tyre, una ciudad fenicia del Mediterráneo (según los documentos bíblicos de Ezequiel) pero fue en Delfos, una ciudad de la antigua Grecia, que se comenzaron a celebrar las primeras ferias. (Anzilutti, 2011, Pag. 2)

Éstas contaban con una frecuencia anual y surgieron de un modo espontáneo generado por la necesidad o ley natural de unir “la oferta” con “la demanda”, además de la necesidad de conectarse entre individuos. (Anzilutti, 2011, Pag. 2)

Existen términos propios en la industria de los eventos (¡sí! porque la organización de eventos es una de las llamadas industrias sin chimeneas que, al igual que la del turismo y la gastronomía, genera millones de dólares en su facturado). Uno de éstos es el vocablo feria que proviene del latín feriae (que significa vacaciones, porque precisamente visitar una feria era tan agradable como irse de vacaciones), el objetivo de su celebración (era... y ¡es!) la venta de bienes y servicios. (Anzilutti, 2011, Pag. 2)

Otro término es exposición, también del latín expositio (que significa exponer), el cual había sido usado en 1649 con el significado de mostrar, pero fue en 1773 cuando el diccionario de la Academia Inglesa se decidió por exhibición (pues precisamente se trataba de exhibir productos y/o servicios) y lo diferenció del término feria, pues en ésta no sólo se exhiben

productos y/o servicios, también se venden (división que subsiste hoy día y marca la verdadera diferencia entre una feria de una exposición). (Anzilutti, 2011, Pag. 2)

Fueron entonces las ferias y exposiciones los primeros eventos que registró el mundo, pero recién en el 1939 fue Waters (autor del libro Historia de las Ferias y Exposiciones) quien dio su definición estableciendo que, “las ferias y exposiciones son las formas más perfectas de transacción comercial que jamás hayan existido“. (Anzilutti, 2011, Pag. 2)

Hasta el momento podemos decir que los griegos fueron quienes comenzaron a introducir éstas actividades (como a su vez sus respectivos conceptos). Los romanos tomaron de los griegos ésta modalidad extendiéndola por toda Europa a medida que iban construyendo su imperio. (Anzilutti, 2011, Pag. 2)

### **2.1.2 Antecedentes en el ámbito nacional de las empresas de realización de eventos familiares**

La fiesta en Colombia ha servido para cohesionar comunidades; en la era primitiva, a través de ceremoniales que se relacionaban con la naturaleza, con sus cosmogonías y creencias religiosas y con aspectos sociales de la vida colectiva; escenificar ceremonias de fidelidad, de lealtad y vasallaje en la colonia; construir un mundo de religiosidades y de fiestas patronales proveniente de la sociedad española; crear héroes; imaginar la patria, la nación, la república; celebrar la abolición de la esclavitud; festejar la derrota del otro en las guerras partidistas del siglo XIX y XX; aclamar el hispanismo; defender los derechos de los trabajadores; escenificar prácticas culturales en las regiones a través de carnavales y de festivales; festejar a los estudiantes a través de sus propios carnavales; dar vivencia a la cultura urbana y a la campesina y

más recientemente para visibilizar, a través de actos de Memoria, las víctimas de un conflicto armado de más de 50 años de duración o los actos de conmemoración, así como propiciar espacios para dejar ver los grupos étnicos y poblacionales minoritarios que claman por derechos sociales. (Revista Credencial, 2016)

La Fiesta es sin duda un acontecimiento social. Sean cuales fueren sus particularidades, sus orígenes históricos o su desarrollo, la Fiesta es una representación de lo social, marcada además por fuertes significados simbólicos. En ella se manifiestan los diseños de la convivencia, el conjunto de reglas que orientan la vida en común, las jerarquías, como las discriminaciones o exclusiones. (Semana, 2005)

En este sentido, podemos establecer una tipología de la fiesta en Colombia, que se determina según las características, rasgos y formas de celebración, lo que permite su nominación. Encontramos así: ceremonias primitivas, carnavales, festivales, fiestas religiosas, estatales, regionales, municipales, comunitarias, étnicas, poblacionales, campesinas, urbanas y locales, estas últimas incluyen las realizadas en localidades urbanas o rurales de algunas ciudades, conjunto que se puede agrupar en fiestas primitivas, ancestrales, tradicionales, modernas y de modernización. La fiesta primitiva y la fiesta tradicional se oponen (la primera es espontánea y la tradicional es reglamentada). (Revista Credencial, 2016)

En las fiestas patronales, los bailes se celebraban en salones y sociedades "con la división de la población tanto por el nivel económico, como por el color de la piel, así existían salones para blancos, negros y mulatos donde se tenía en cuenta el grado de riqueza o de pobreza". Es muy probable que las diferencias raciales, por ejemplo, no se quede simplemente en las marchas rígidas de la exclusión, sino que también manifiesten otras variaciones de las relaciones

humanas: la afirmación de las identidades, el encuentro difícil entre seres diversos, las incertidumbres que se viven al hacer evidentes las mezclas entre culturas. (Semana, 2005)

En los carnavales de Negros y Blancos también se expresan las diferencias históricas entre razas, aunque con otras significaciones festivas. "el 5 de enero es el día de los negros. Se dice que este día tuvo su origen un poco al norte en las haciendas del Valle del río Patía o en los caserones de Popayán, como un reconocimiento a la libertad que los amos les concedían una vez al año a los esclavos. Lo cierto es que en la fecha sucede algo insólito: todos juegan a la 'pintita', usando maquillaje negro, que comienza siendo un toquecito en mejilla y se expande por todos los rostros de cualquier color. Al final de la tarde miles de seres embebidos en el delirio dionisiaco, bajo el sagrado tatuaje de la pintura, son negros, bailan como negros, sienten como negros y afirman el yo disolviendo el ego porque, como no hay distinción de persona o de clase, todos comparten el regocijo de la fiesta y la libertad que produce precisamente una tradición donde lo que se celebra es la expansión del espíritu y la posibilidad del contacto colectivo". (Semana, 2005)

### **2.1.3 Antecedentes en el ámbito local de las empresas de realización de eventos familiares**

La Ocaña de finales del siglo XIX es una ciudad que posee un relativo desarrollo urbanístico, económico y cultural. Se beneficia directamente de las exportaciones hacia Europa y los Estados Unidos y se da el lujo de importar costosas mercaderías (paños ingleses, cristal de Bohemia, vinos franceses e italianos, aceitunas y aceites), y objetos de suntuarios como pianos para la recreación de la aristocracia lugareña y costosos espejos que llegan a lomo de mula desde Puerto Nacional y Gamarra. Cuenta con dos tertulias literarias que reúnen a la intelectualidad

local, varios periódicos, bandas de músicos, y ya se la conocía nacionalmente por haber sido la sede de la Gran Convención de 1828 y cuna del poeta romántico José Eusebio Caro. (Academia de Historia de Ocaña, 2014)

En este marco que describimos someramente, se reúnen los comerciantes más poderosos de la época que tenían el monopolio de las exportaciones e importaciones, y fundan el Club Ocaña. (Academia de Historia de Ocaña, 2014)

Posterior a este primer centro de eventos para los ocañeros nacieron otros sitios para la recreación como el Club de Caza y Pesca, el Club Comercio, el Club del Magisterio y demás que acoplaban a toda la población que contaba con los recursos requeridos para divertirse en familia y realizar la celebración familiares tradicionales.

Sin embargo la organización y planificación de eventos es una tendencia algo nueva en el municipio con un servicio que inicialmente no existía, luego fue abarcado por las piñaterías y ya en la actualidad existen algunas marcas reconocidas del municipio que se encargan de las celebración de matrimonios, pero el sector de los eventos como cumpleaños, bautizos, primeras comuniones y tradiciones familiares si estando desierto por lo que la iniciativa de crear la empresa para la logística de eventos para niños es una idea innovadora y de emprendimiento que generara un impacto positivo en la sociedad del municipio de Ocaña.

## **2.2 Marco Conceptual**

**2.2.1 Plan de negocios.** El plan de negocios es una hoja de ruta que permite abordar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro y para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio, ya sea que se trate de

una empresa nueva, una expansión de una firma existente, una escisión de una corporación matriz, o incluso un proyecto dentro de la organización establecida. (Cry, 2009)

Un plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza. Mediante el plan de negocio se evalúa la calidad del negocio en sí. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha. (Velasco, 2007)

El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Borello, 1994)

**2.2.2 Emprendimiento.** La ley 1014 de 2006 define el emprendimiento como: “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación

de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad". (Congreso de la Republica, Ley 1014, 2006)

**2.2.3 Oferta.** Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta". (Fischer & Espejo)

**2.2.4 demanda.** En términos generales, la "demanda" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Thompson)

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago". (Kotler, Cámara, Grande, Cruz, & Prentice)

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado". (Fischer & Espejo)

**2.2.5 Plan de Operación.** El plan de operaciones engloba todos los aspectos técnicos y organizativos que tienen que ver con la elaboración de los productos o prestación de los servicios.

Todo el proceso por el que pasan las materias primas hasta que se convierten en el producto final es lo que se conoce como el plan de producción o plan de operaciones. Gracias a éste, una organización determina y describe de manera detallada todos los recursos necesarios (recursos humanos, materiales, tecnológicos) para llevar a cabo la actividad productiva, así como los costes en los que incurrirá. (emprendepyme, 2011)

**2.2.6 Estudio Económico.** El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior - Estudio Técnico- ; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto. Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. (UNAM)

**2.2.7 Estudio Financiero.** El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Definición de Estudio Financiero, 2018)

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Definición de Estudio Financiero, 2018)

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización, compra de stock de materiales, etc. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro. En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos. (Definición de Estudio Financiero, 2018)

**2.2.8 Consumidores.** El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado. (Economipedia)

El consumidor es la etapa final del proceso productivo. De este modo, se convierte en un elemento clave dentro de la cadena de producción, de la que es el cliente final. Por lo que es un actor vital para el desarrollo de las economías. (Economipedia)

En el sentido amplio de la economía, el consumidor ofrece sus recursos, generalmente dinero, a cambio de dichos bienes o servicios. En otras palabras, el consumidor busca obtener una determinada satisfacción por medio de transacciones u operaciones económicas, a cambio de recursos económicos consigue un producto que le provoca dicha sensación o que cubre alguna necesidad mediante su compra. Por este motivo, no puede entenderse la existencia de consumidores sin la de los productores, que lleguen a ofrecer dichos bienes o servicios, para que se pueda desarrollar esta relación. (Economipedia)

### **2.3 Marco Teórico**

El artículo publicado en la revista de Harvard Bussines Review escrito por William A. Sahlman sostiene que los planes de negocio, se han venido fomentando como una herramienta para la creación de nuevas empresa, tanto así que en Estados Unidos se ha proliferado la literatura acerca de esta nueva rama de la Administración. Por otro lado, un plan de negocio no solo se desarrolla para la creación de una nueva empresa, sino que también sirve como instrumento para empresas ya existentes que tienen que enfrentar la dinámica del mercado. (Coronell, 2008)

En cuanto a su estructura, los planes de negocio varían dependiendo su objetivo, pues pueden destinarse para la creación de nuevas empresas o para empresas ya constituidas.

El artículo de William A Sahlman, dice:

Casi todos los planes de negocios desperdician demasiada tinta en cifras y dedican muy poca a la información que realmente importa a los inversionistas inteligentes. La verdad es que un plan de negocio debe ser directo, preciso y entendible ya sea para los inversionistas, como para el empresario mismo. Dejando de lado aquellas cifras que no sean relevantes ni decisorias para el proyecto. (Sahlman)

El plan, es un mapa que permite proyectar el funcionamiento de una empresa. Por lo general, es utilizado a menudo como una carta de navegación, contiene un resumen ejecutivo de las áreas representativas de la empresa, abarcando desde el mercado potencial hasta su viabilidad. Si comparamos un plan de negocio con un barco, el plan de negocio es el mapa que le permite al capitán navegar por los lugares más confiables y conocer previamente el lugar al que va a navegar. (Coronell, 2008)

Cantillon, economista irlandés-francés escribió el libro “Essay upon the Nature of Commerce in General” (1775) e introdujo por primera vez, en la literatura económica del siglo XVIII, el término “entrepreneur”. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999)

Cantillon define al “entrepreneur” como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado. (Castillo, 1999)

Bautista (1767-1832) Influidado por su experiencia en los negocios, utilizó en su libro el término “entrepreneur”, distinguiendo entre el prestamista de fondos (capitalista) y quien combina la tierra, la mano de obra y el capital en empresas de negocios. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Say destaca el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino

también para la toda la sociedad. Este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente existan individuos dedicados al arte o a la ciencia. (Velásquez, 2007)

Para Rodrigo Varela, en su libro “innovación empresarial” define el plan de negocios como un documento que permite evaluar una oportunidad de negocio y a la misma vez reducir riesgos para la toma de decisiones. La estructura básica del plan de negocios intenta responder cinco preguntas básicas para todo empresario.

Que es y en que consiste el negocio, cuales son las causas y razones de éxito, cuales son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas, que recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y que estrategias se van a usar para conseguirlos y por ultimo quien dirigirá el negocio”. Además Varela plantea que “la complejidad del plan de negocios es directamente proporcional a la complejidad del negocio e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre el negocio. (Varela, 2001)

El plan de negocios describe brevemente el futuro como lo percibe el empresario potencial. Incluirá suposiciones justificadas sobre lo que posiblemente suceda. Como tal, será el manual para operar el negocio que se propone. Es el negocio en papel. Un buen plan comprende:

- a) La recolección de datos (a través de un trabajo de investigación) que son relevantes y pertinentes con todos los aspectos del negocio propuesto,
- b) El análisis de los datos recolectados y,
- c) La aplicación de los resultados para minimizar los riesgos en el negocio

Estos aspectos incluyen los siguientes componentes:

**Aspectos de Marketing:** El estudio de marketing investiga la demanda a futuro del producto, determina la competitividad dentro de la industria, establece la cantidad anual que puede vender, hace un estimado de los precios de venta a futuro y diseña un programa de marketing para el producto. ¿Cómo se hace? en primer lugar identificando quienes serán los clientes, cuáles son sus necesidades, cuánto están dispuestos a pagar y si es posible lanzar un prototipo a los consumidores y evaluarlo en un piloto. El enfoque del marketing moderno, plantea que antes de decidir qué producto o servicio lanzar al mercado, en base a la idea ha percibido, busque información adecuada para conocer a sus clientes futuros y ojalá testee su solución en un piloto.

**Aspectos de Producción:** El estudio de producción selecciona el proceso de fabricación, la capacidad del diseño, maquinaria y equipos, ubicación de la empresa y como está dispuesta, especificaciones de la estructura y requerimientos para la operación (que incluye materiales, servicios, mano de obra, etc.). Decisiones de producción son: ¿arrendar un local o construir un propio?; ¿cuántos trabajadores puedo pagar? ¿Cuántos necesito para producir 100 unidades? Es necesario cotizar en el mercado las materias primas, los materiales y todos los insumos que necesite para comenzar su operación, ya que de esta etapa provendrá lo que necesitará como y cuán demandará su negocio mensualmente, es decir, ¿cuánto tendrá que vender mensualmente para cubrir sus costos y tener ganancias?

**Aspectos de Organización y Gestión:** Este componente examina la forma apropiada de la organización de la empresa, antecedentes y capacidades del empresario y el patrón del personal profesional del negocio. En cada uno de los países la "formalización empresarial" toma figuras legales distintas. Un aspecto importante de la formalización son los trámites ante el servicio de

higiene ambiental o departamento de salud, cuando el producto que se quiere comercializar es de la industria de alimentos, otro aspecto son los temas tributarios, iniciar actividades comerciales bajo un giro económico adecuado, facturación y el tema impuestos, son aspectos nuevos para la mayoría de los emprendedores y dejar todo en manos de un contador, no es recomendable, porque al fin de cuentas, la inversión es suya y nadie la va a cuidar como Ud. Por otra parte, siempre será mejor crear una figura legal, porque es una persona jurídica distinta y así el patrimonio personal y de su familia, queda a mejor resguardo de las instituciones financieras y los vaivenes del mercado

**Aspectos Financieros:** El estudio financiero calcula el total de capital que se requiere para comenzar el negocio, mide la exposición del empresario y los del sector bancario y selecciona la fuente de financiamiento más apropiada. También proyecta la rentabilidad y el rendimiento financiero del negocio propuesto. (Garzoz & Autores, 2014)

## 2.4 Marco Legal

### 2.4.1 Constitución Política Colombiana.

**Artículo 14.** Toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

**Artículo 38.** Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

**Artículo 78.** La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el

adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

**Artículo 333.** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorizaciones de ley. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

#### **2.4.2 Código de Comercio.**

**Decreto 410 de 1971.** (Marzo 27). Por el cual se expide el código de comercio. El código de Comercio Capítulo I artículo 10. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona. (Congreso de la República, 2009, p.21).

Artículo 11. Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes, pero estarán sujetas a las normas comerciales en cuanto a dichas operaciones.

Artículo 12. Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales.

Los menores adultos pueden, con autorización de sus representantes legales, ocuparse en actividades mercantiles en nombre o por cuenta de otras personas y bajo la dirección y responsabilidad de éstas.

Artículo 13. Para todos los efectos legales, se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

1. Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
2. Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
3. Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

Artículo 14. Son inhábiles para ejercer el comercio, directamente o por interpuesta persona:

1. Derogado. L. 222/95.
2. Los funcionarios de entidades oficiales y semioficiales respecto de actividades mercantiles que tengan relación con sus funciones, y
3. Las demás personas a quienes por ley o sentencia judicial se prohíba el ejercicio de actividades mercantiles.

Si el comercio o determinada actividad mercantil se ejerciere por persona inhábil, ésta será sancionada con multas sucesivas hasta de cincuenta mil pesos que impondrá el juez civil del circuito del domicilio del infractor, de oficio o a solicitud de cualquier persona, sin perjuicio de las penas establecidas por normas especiales.

Artículo 15. El comerciante que tome posesión de un cargo que inhabilite para el ejercicio del comercio, lo comunicará a la respectiva cámara, mediante copia de acta o diligencia de posesión, o certificado del funcionario ante quien se cumplió la diligencia, dentro de los diez días siguientes a la fecha de la misma.

El posesionado acreditará el cumplimiento de esta obligación, dentro de los veinte días siguientes a la posesión, ante el funcionario que le hizo el nombramiento, mediante certificado de la cámara de comercio, so pena de perder el cargo o empleo respectivo. (p.22)

Artículo 19. Es obligación de todo comerciante:

1. Matricularse en el registro mercantil;
2. Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
3. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
4. Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
5. Derogado. L. 222/95.
6. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal

## Capítulo 3. Diseño Metodológico

### 3.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo de la investigación será necesario acudir a una metodología que permita alcanzar los objetivos trazados en el primer capítulo. Para ello se tuvo a bien elegir la investigación descriptiva con apoyo de la metodología cuantitativa puesto que se realizaran análisis basados en los resultados de la aplicación del instrumento de investigación y se procederá a estudiar la factibilidad de crear una empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña.

### 3.2 Población

La población sobre la cual se desarrolla la investigación para determinar y diseñar el plan de negocios para una empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña serán los habitantes que a la fecha se encuentren en un rango de edad desde los 18 años hasta pasados los 61 años tal como lo discrimina el plan de desarrollo municipal para la presente vigencia de la alcaldía municipal de Ocaña.

**Tabla 1.** *Población residente en el municipio de Ocaña por edad*

<b>Población por rango de edad</b>	
<b>18 a 20 años</b>	<b>5.825</b>
<b>21 a 30 años</b>	<b>16.898</b>
<b>31 a 40 años</b>	<b>13.866</b>

---

<b>41 a 50 años</b>	<b>11.352</b>
<b>51 a 60 años</b>	<b>8.556</b>
<b>61 y +:</b>	<b>8.882</b>
<b>Total</b>	<b>65. 379</b>

**Nota fuente:** Plan de Desarrollo municipal de Ocaña 2016-2019

### 3.3 Muestra

n = muestra

N = población dada en el estudio = 65.379

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Error poblacional dispuesto a asumir = 5% = 0.05

$$n = \frac{N*(Zc)^2 p*q}{N-1*(E)^2 + (Zc)^2 p*q}$$

$$n = \frac{65379*(1.96)^2*0.05*0.05}{65.379-1*(0.05)^2 + (1.96)^2*0.05*0.05}$$

n=382

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

El instrumento elegido como medio para la obtención de la información requerida en el primer objetivo será la encuesta.

Según Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

A partir de este instrumento se obtendrá la percepción de los habitantes del municipio de Ocaña con el fin de determinar la factibilidad de la empresa de eventos para niños a través de la encuesta que se encuentra en el apéndice A.

Para los siguientes objetivos se acudirá a las consultas bibliográficas y además al análisis del estudio de mercados que permitiría determinar las demás etapas del plan de negocios.

### **3.5 Procesamiento y análisis de información**

La información recolectada mediante la técnica utilizada se analizará cuantitativamente, a través del conteo de respuestas y la respectiva tabulación; asimismo, se interpretó cualitativamente, mediante la descripción de los posibles variables incidentes en cada uno de los interrogantes efectuados.

## Capítulo 4. Resultado de la Investigación

### 4.1 Análisis encuestas aplicadas a 378 personas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

En el municipio de Ocaña, Norte de Santander son múltiples los servicios que se ofrecen a la hora de celebrar ocasiones especiales como matrimonios, 15 años, cumpleaños, grados universitarios y demás, sin embargo sectores como la organización y la planeación de eventos para niños se han quedado cortos en ofertas de las pocas empresas que se dedican a esta labor tan importante hoy en día teniendo en cuenta que las personas cada vez tienen menos tiempo.

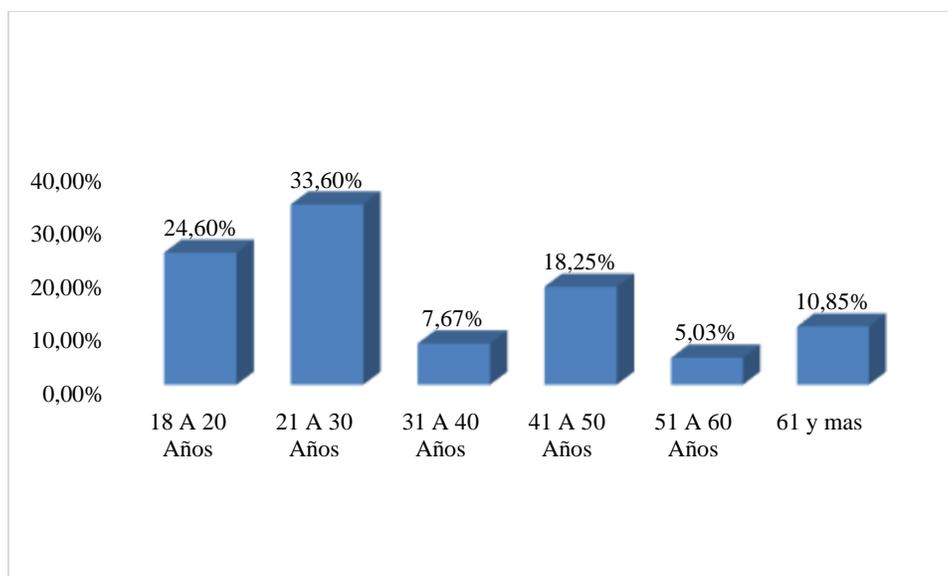
Teniendo en cuenta esta situación se llevó a cabo el presente estudio de mercados para conocer la aceptabilidad de una empresa de eventos para niños. Para ello lo primero se llevó a cabo fue la determinación de las características demográficas de la población.

El primer aspecto demográfico de la población encuestada es la edad tal como lo evidencian la Tabla 2 y la gráfica 1.

**Tabla 2.** *Rango de edad*

<b>Rango de Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
18 A 20 Años	93	24,60%
21 A 30 Años	127	33,60%
31 A 40 Años	29	7,67%
41 A 50 Años	69	18,25%
51 A 60 Años	19	5,03%
61 y mas	41	10,85%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 1.** Rango de edad

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

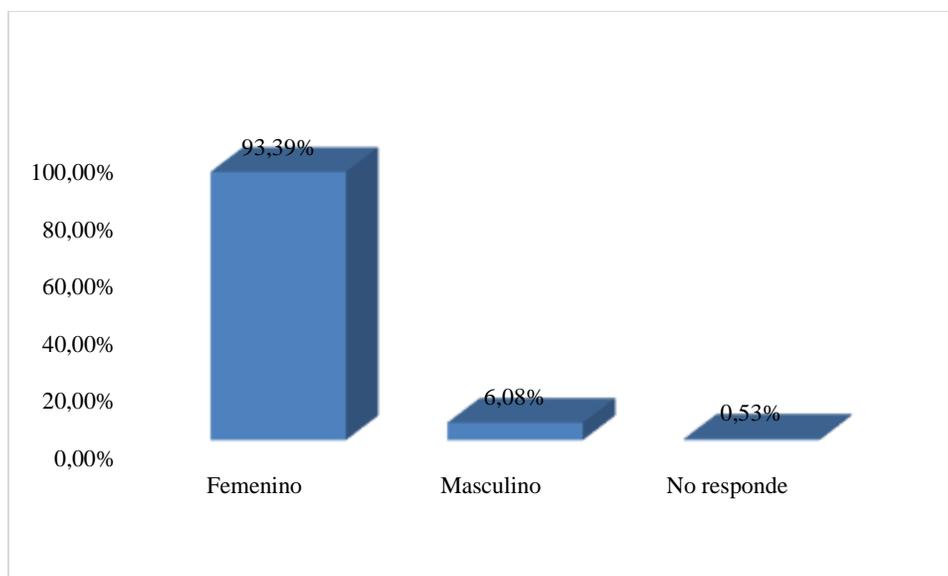
La tabla 2 y la gráfica 1 evidencian que la población encuestada se encuentra en un rango de edad de los 18 y los 20 años el 24,60%, seguidamente en el rango de 21 a 30 años un 33,60%, entre 31 y 40 años el 7,67%, para la opción de entre 41 a 50 años se tiene al 18,25% de la población, en la edad que comprende entre los 51 a los 60 al 5,03% y finalmente mayores de 61 años se aplicó la encuesta al 10,85% de las personas correspondientes a un total de 378 de acuerdo con la muestra obtenida en la fórmula matemática.

El siguiente aspecto característico de la población que respondió a la encuesta fue el sexo, del cual se pudieron obtener los resultados que de la tabla 3 y gráfica 2.

**Tabla 3.** Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	353	93,39%
Masculino	23	6,08%
No responde	2	0,53%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 2.** Sexo

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

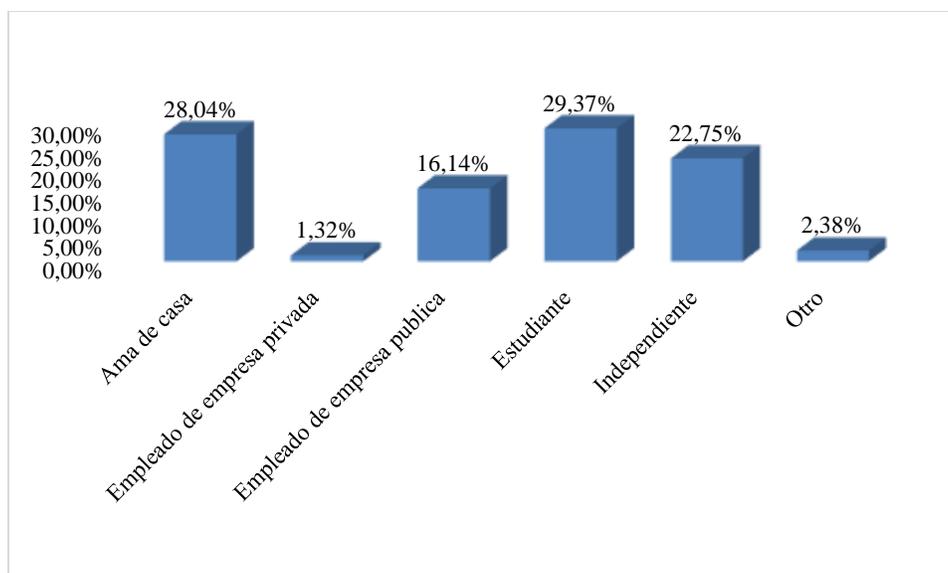
De los resultados se puede expresar que un 93.39% es del sexo femenino y el 6.08% del sexo masculino, mientras que a su vez el 0.53% de los encuestados no respondió a este ítem en busca de establecer las características de la población.

El siguiente aspecto a tener en cuenta es la profesión de la cual se obtuvieron los siguientes resultados que expresan la tabla 4 y grafica 3.

**Tabla 4.** Profesión

Profesión	Frecuencia	Porcentaje
Ama de casa	106	28,04%
Empleado de empresa privada	5	1,32%
Empleado de empresa publica	61	16,14%
Estudiante	111	29,37%
Independiente	86	22,75%
Otro	9	2,38%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 3.** Profesión

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

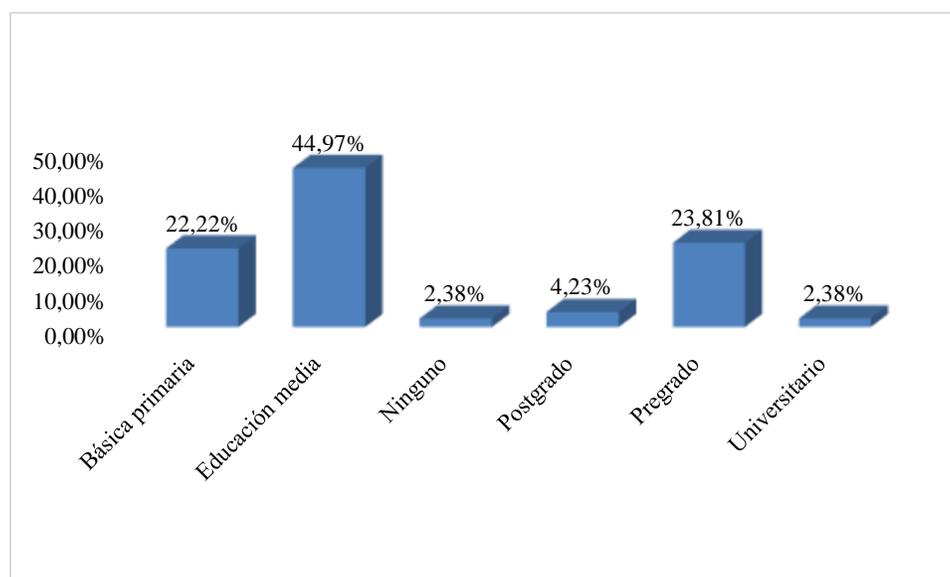
De este aspecto se puede evidenciar que una población del 28.04% de los encuestados se dedica a ser amas de casa, el 1.32% son empleados de empresas privadas, el 16.14% empleados de empresas públicas, el 29.37% son estudiantes y el 22,75% son trabajadores independientes. Lo que permite concluir que tiene en su mayoría capacidad económica para tomar decisiones en cuanto la adquisición de servicios o productos.

El cuarto aspecto que caracteriza a la población encuestada es el nivel de escolaridad, que tal como lo evidencian la tabla 5 y la gráfica 4 en su mayoría cuentan con una formación en la educación media.

**Tabla 5.** Nivel de Escolaridad

Nivel de Escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
Básica primaria	84	22,22%
Educación media	170	44,97%
Ninguno	9	2,38%
Postgrado	16	4,23%
Pregrado	90	23,81%
Universitario	9	2,38%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

**Grafica 4.** Nivel de Escolaridad

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

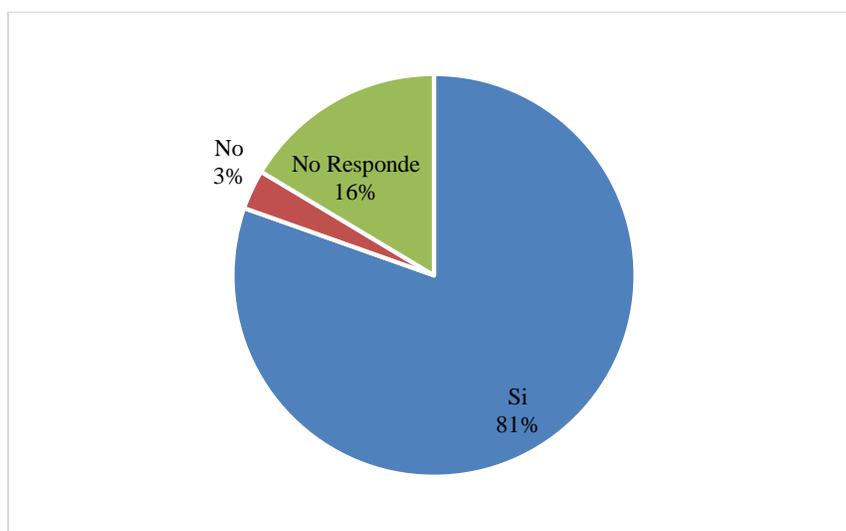
El segundo porcentaje más alto en un 23.81% de los encuestados manifiestan tener un nivel profesional de formación académica, el 22.22% solo la educación primaria, el 4.23% con niveles posteriores a los profesionales. También se encuentran cursando el pregrado el 2.38% y no tiene formación académica el 2.38% restante de la población encuestada.

Ahora posterior a determinar las principales características demográficas de la población encuestada se abordaron las preguntas frente al desarrollo del trabajo de investigación. El primer interrogante se dio hacia la necesidad de conocer si las personas encuestadas asistían o no a fiestas o reuniones en las cuales festejen fechas importantes para niños.

**Tabla 6.** *Asistencia a fiestas o eventos sociales de niños*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	304	80,42%
No	12	3,17%
No Responde	62	16,40%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 5.** *Asistencia a fiestas o eventos sociales de niños*

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

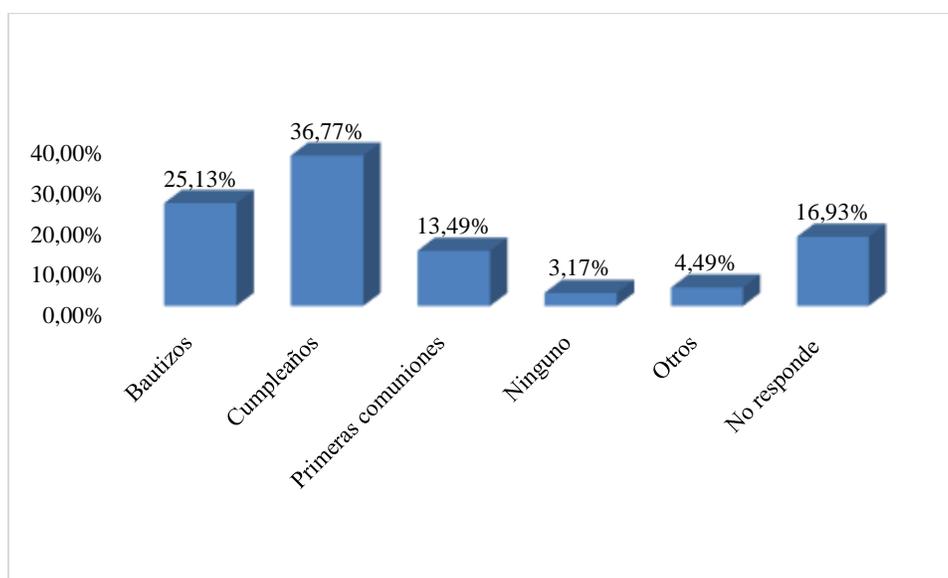
Los resultados expuestos en la tabla 6 y gráfica 5 permiten concluir que el 80.42% de las personas encuestadas si han asistido a fiestas o eventos en homenaje a fechas especiales de niños y solo el 3.17% manifestó que no.

El siguiente interrogante se basó en conocer los tipos de eventos o fiestas de niños a los cuales asisten. Para lo que los resultados se encuentran en la tabla 7 y grafica 6.

**Tabla 7.** *Tipo de eventos a los que asisten*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bautizos	95	25,13%
Cumpleaños	139	36,77%
Primeras comuniones	51	13,49%
Ninguno	12	3,17%
Otros	17	4,49%
No responde	64	16,93%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 6.** Tipo de eventos a los que asisten

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

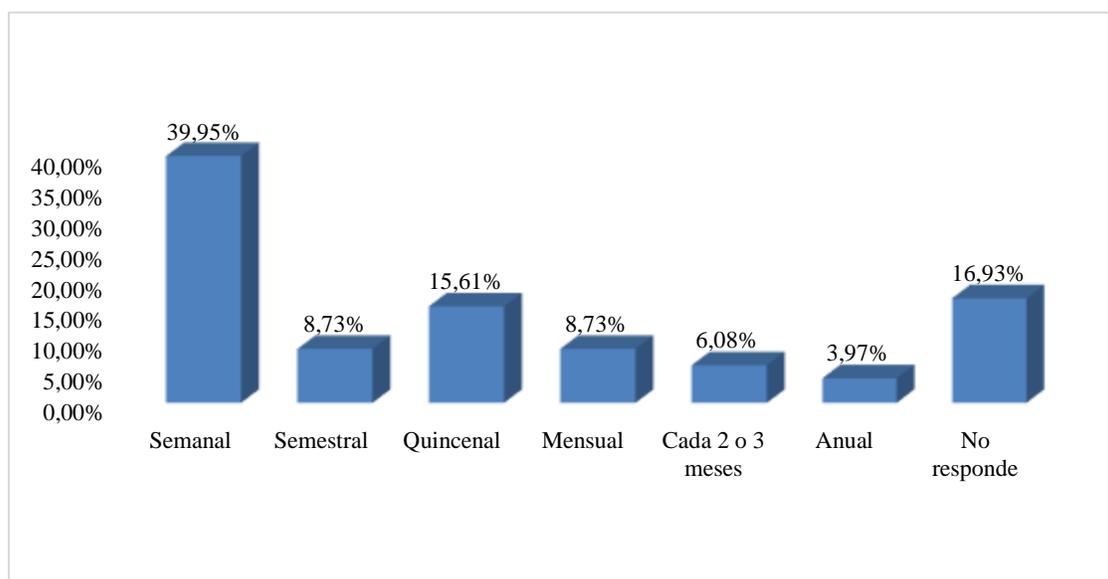
Concluyendo de las respuestas que el 25.13% ha asistido a bautizos, el 36.77% a cumpleaños, el 13.49% a primeras comuniones y el 4.49% a otros eventos diferentes a los ya mencionados pero de niños.

El siguiente interrogante se puntualizó en la frecuencia para la asistencia a eventos de niños, y tal como lo muestra la tabla 8 y grafica 7.

**Tabla 8.** Frecuencia para asistir a eventos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	151	39,95%
Semestral	33	8,73%
Quincenal	59	15,61%
Mensual	33	8,73%
Cada 2 o 3 meses	23	6,08%
Anual	15	3,97%
No responde	64	16,93%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 7.** Frecuencia para asistir a eventos

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

Evidenciado de esta forma que en el municipio de Ocaña y basado en los resultados de la encuesta aplicada los habitantes de este asisten a eventos de niños con una frecuencia semana el

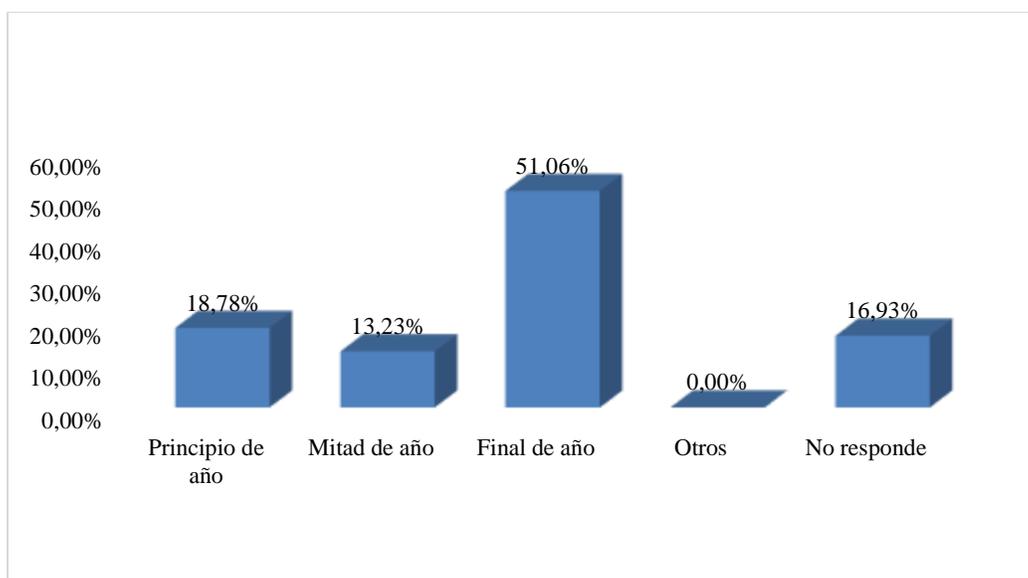
39.95%, semestral, el 8.73%, quincenal el 15.61%, mensual el 8.73%, cada 2 o 3 meses el 6.08%, anual el 3.97% y no dieron respuestas alguna el 16.93%.

La siguiente pregunta indago sobre las temporadas en las que se asiste a los eventos o festejos de niños, concluyendo los resultados en la tabla 9 y grafica 8.

**Tabla 9.** *Temporadas del año para asistir a eventos*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Principio de año	71	18,78%
Mitad de año	50	13,23%
Final de año	193	51,06%
Otros	0	0,00%
No responde	64	16,93%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 8.** Temporadas del año para asistir a eventos

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

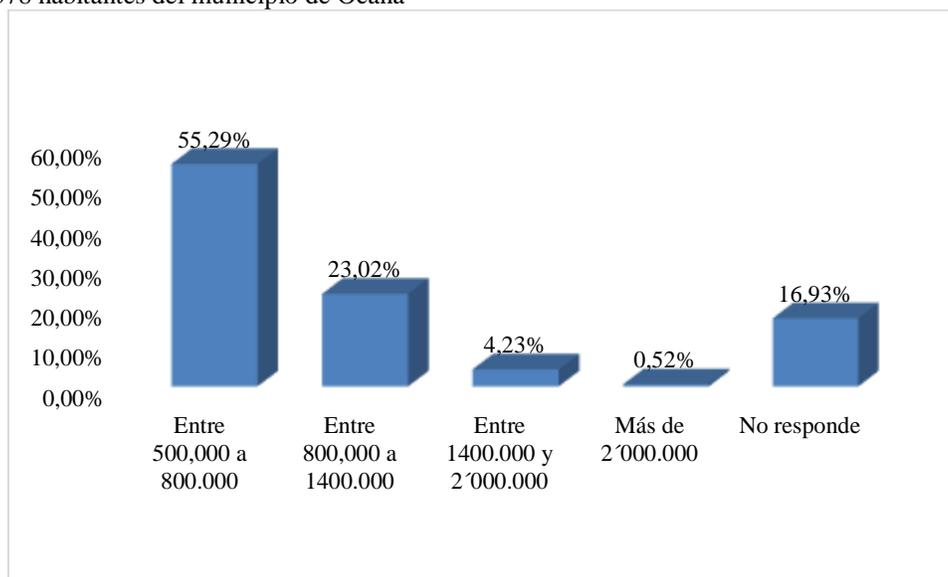
De esta forma el 18.78% de los encuestados asiste en la temporada de principio de año, el 13.23% a mitad de año y el 51.06% a final de años. En otras épocas lo hace el 0.00% y el 16.93% no dio respuesta a esta pregunta.

La siguiente pregunta se configuro en el tema del presupuesto para invertir en esta clase de eventos. Lo que se puede evidenciar en la tabla 10 y grafica 9.

**Tabla 10.** Presupuesto para la organización de eventos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre 500.000 a 800.000	209	55,29%
Entre 800.000 a 1400.000	87	23,02%
Entre 1400.000 y 2'000.000	16	4,23%
Más de 2'000.000	2	0,52%
No responde	64	16,93%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 9.** Presupuesto para la organización de eventos

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

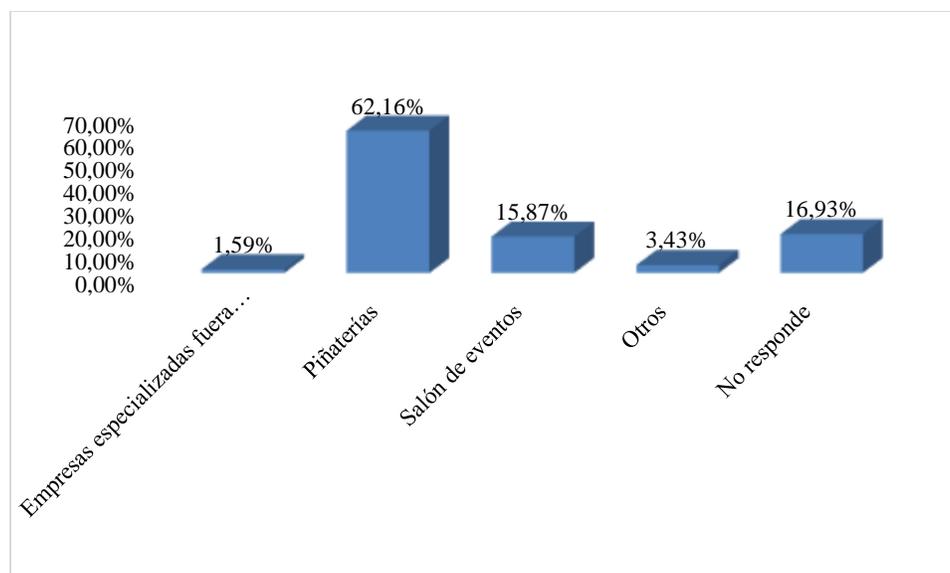
De acuerdo con los resultados de la encuesta el 55.29% de la población cuenta con un presupuesto para organizar eventos para niños entre \$500.000 y \$800.000, el 23.02% entre \$800.000 y \$1400.000, el 4.23% entre \$1400.000 y \$2.000.000 y solo el 0.52% puede disponer de un presupuesto superior a los \$2.000.000. También se puede concluir de los resultados que el 16.93% prefirió no dar respuesta.

En el siguiente aspecto a preguntar se buscó indagar sobre los sitios que ofertan este servicio en el municipio de Ocaña que no son directamente empresas especializadas sino piñaterías, alquiler de salas de eventos y otras empresas que vienen de afuera o que solo organizan matrimonios, quince años y eventos más sociales. Al respecto, la tabla 11 y la gráfica 10 muestran los siguientes resultados:

**Tabla 11.** *Sitios donde adquiere el servicio de planeación y organización de eventos*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Empresas especializadas fuera del municipio	6	1,59%
Piñaterías	235	62,16%
Salón de eventos	60	15,87%
Otros	13	3,43%
No responde	64	16,93%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 10.** Sitios donde adquiere el servicio de planeación y organización de eventos

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

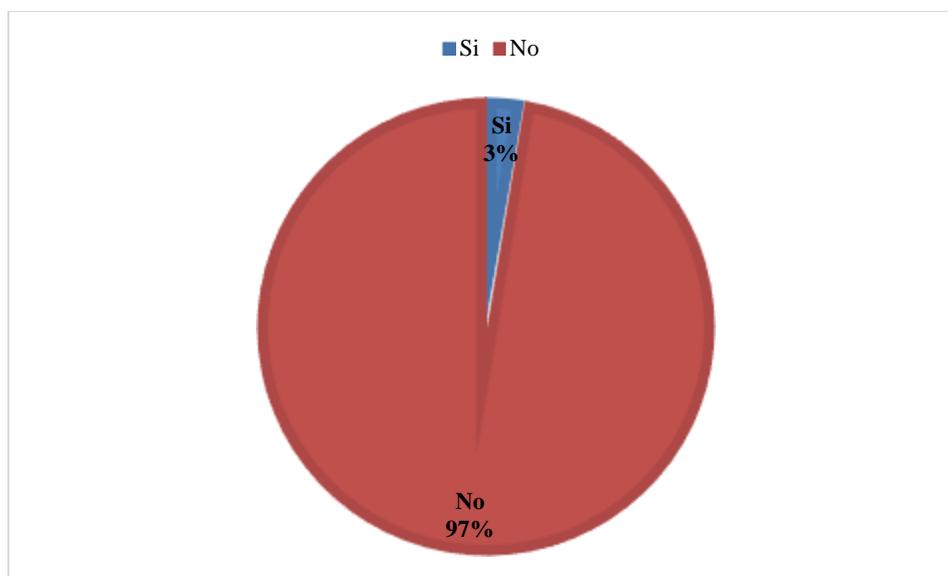
El 1.59% acude a empresas especializadas fuera del municipio lo que ocasiona un incremento en el costo, el 62.16% lo hace en las piñaterías, el 15.87% lo hace en salones de eventos y el 3.43% acude a otras posibilidades diferentes a las planteadas en la encuesta.

El siguiente aspecto evaluado fue sobre el uso de casas de eventos en el municipio de Ocaña, evidenciando las respuestas en la Tabla 12 y grafica 11, frente a lo que la población respondió en un 2.65% que sí y el 97.35% que no.

**Tabla 12.** *Uso de casas de eventos*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	2,65%
No	368	97,35%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 11.** Uso de casas de eventos

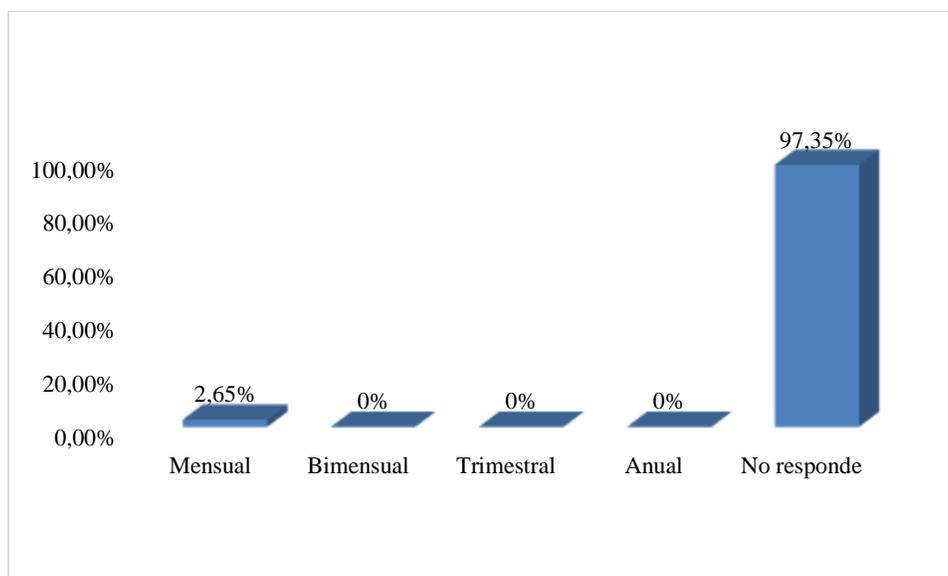
**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

Para el siguiente interrogante se preguntó sobre la frecuencia en la usa las casas o salones para realizar eventos de niños. La tabla 13 y la gráfica 12 muestran la respuesta dada por la población encuestada.

**Tabla 13.** Frecuencia de uso de los salones para realizar eventos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	10	2.65%
Bimensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Anual	0	0%
No responde	368	97.35%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 12.** Frecuencia de uso de los salones para realizar eventos

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

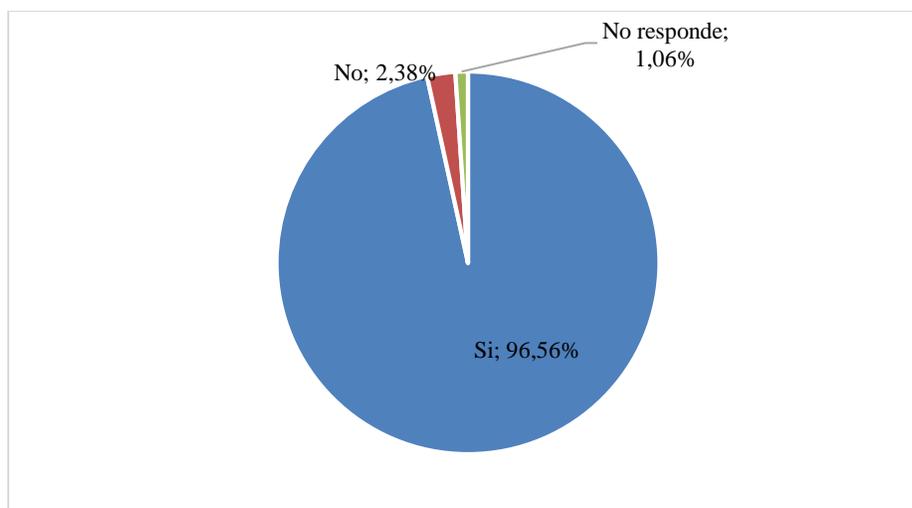
Concluyendo frente a la frecuencia que los salones de eventos se usan de forma mensual según el 2.65%, bimensual el 0%, trimestral el 0%, anual el 0% y finalmente no responde el 97.35%.

Encontrando dicha necesidad se preguntó en el siguiente ítem sobre la receptividad de la población ocañera para crear una empresa encargada de la planeación y organización de eventos para niños con una ubicación estratégica y excelentes servicios.

**Tabla 14.** *Receptividad de una empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña, Norte de Santander por parte de los encuestados*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	365	96,56%
No	9	2,38%
No responde	4	1,06%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 13.** *Receptividad de una empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña, Norte de Santander por parte de los encuestados*

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

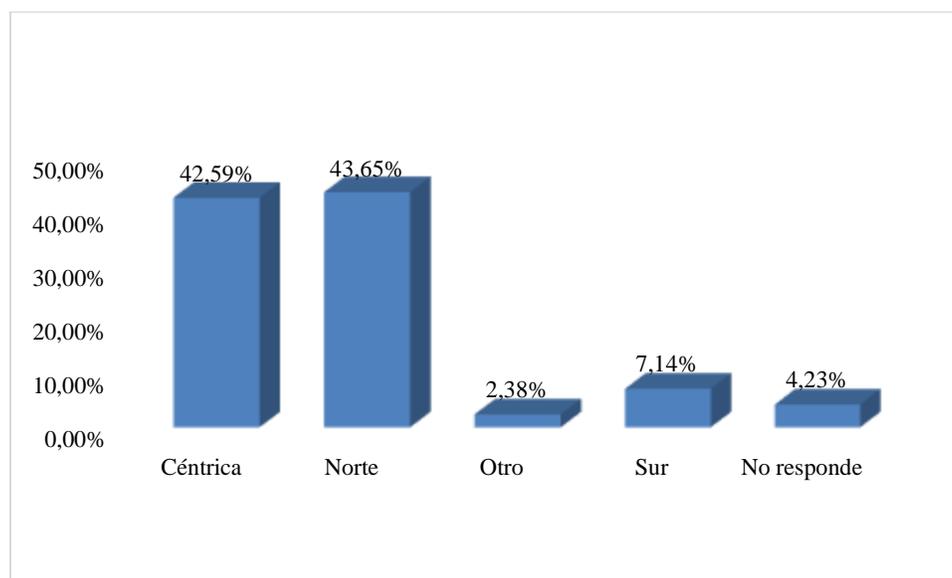
De acuerdo con la tabla 12 y gráfica 13 el 96.56% respondió positivo ante la posibilidad de crear de una empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña, solo el 2.3% dijo que no y el 1.06% no se dio respuesta alguna.

El siguiente aspecto evaluado fue sobre las preferencias para la ubicación de la empresa de eventos teniendo en cuenta que esta tuvo una aceptabilidad casi del 100%. De esta forma la Tabla 15 y la gráfica 14 muestran los resultados obtenidos:

**Tabla 15.** *Preferencias para la ubicación de la empresa de eventos para niños*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Céntrica	161	42,59%
Norte	165	43,65%
Otro	9	2,38%
Sur	27	7,14%
No responde	16	4,23%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 14.** *Preferencias para la ubicación de la empresa de eventos para niños*

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

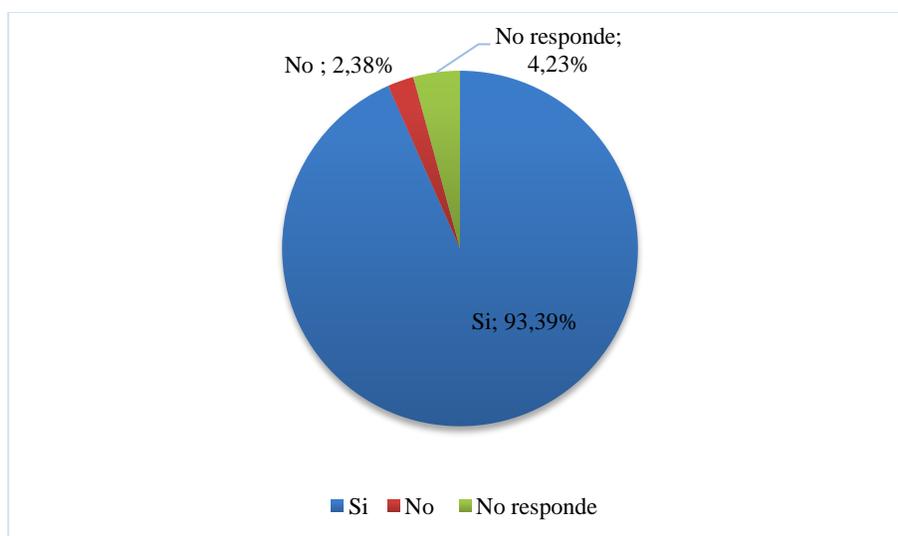
Para el 42.59% de las personas encuestadas su preferencia para la ubicación geográfica de la empresa es el centro, para el 43.65% el Norte, para el 2.38% otro, para el 7.41% el sur y no respondieron el 4.23%.

Frente a la disponibilidad para adquirir los servicios de la empresa, la población ocañera conformada por una muestra de 378 personas respondieron de acuerdo a los resultados que evidencian la tabla 16 y grafica 15.

**Tabla 16.** Disponibilidad para adquirir los servicios que se ofertan en la empresa para eventos para niños

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	353	93,39%
No	9	2,38%
No responde	16	4,23%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 15.** Disponibilidad para adquirir los servicios que se ofertan en la empresa para eventos para niños

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

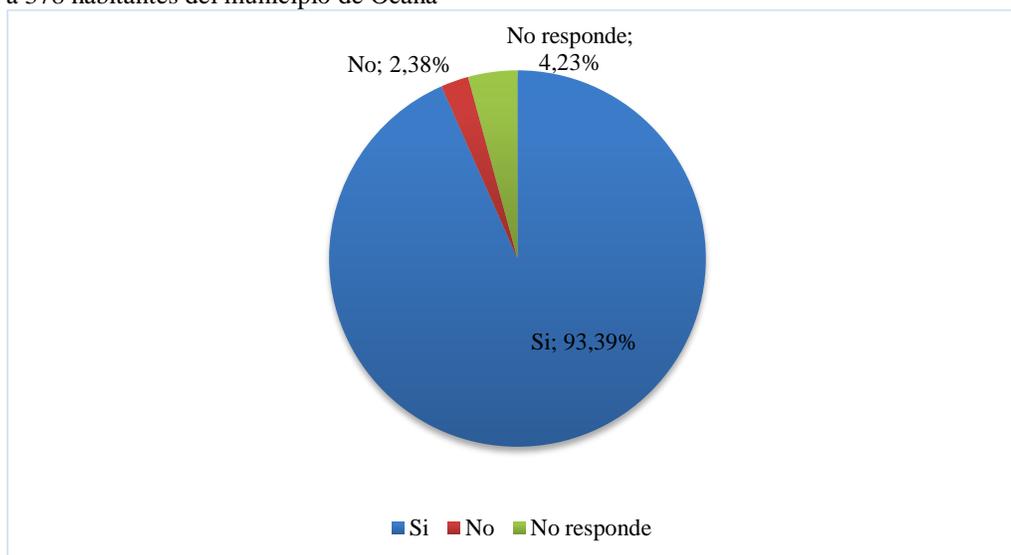
De esta forma la población respondió que si acepta y está dispuesto a adquirir los servicios de la empresa en un 93.39% de las personas encuestadas, el 2.38% respondió que no y solo el 4.23% no respondió a la pregunta planteada.

Otro aspecto importante es la oferta de paquete que ofrecerá la empresa para lo cual también se preguntó sobre la disponibilidad para adquirir dicho servicio, obteniendo los resultados expuesto en la tabla 17 y grafica 16.

**Tabla 17.** Tipo se servicios por paquete que incluye música en vivo, meseros, Buffet, animación, decoración, fotografía, filmación y decoración del salón.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	353	93,39%
No	9	2,38%
No responde	16	4,23%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 16.** Tipo se servicios por paquete que incluye música en vivo, meseros, Buffet, animación, decoración, fotografía, filmación y decoración del salón.

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

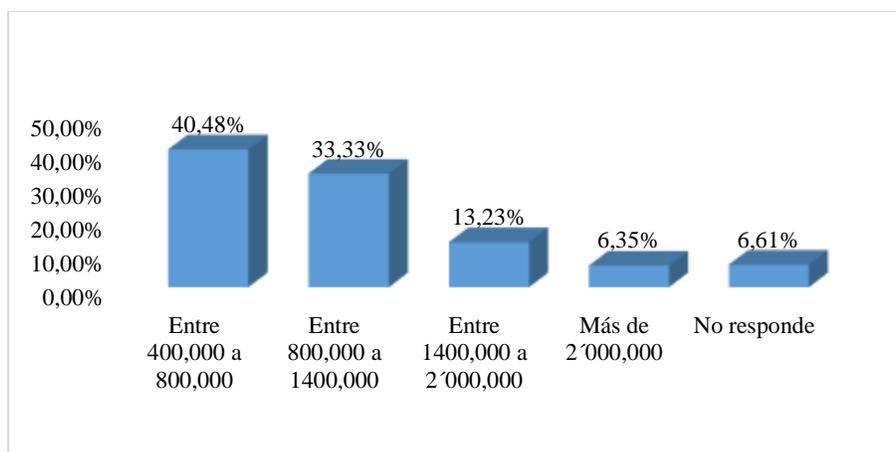
Concluyendo así que el 93.39% si desea adquirir este tipo de servicio, el 2.38% afirma que no y el 4.23% no responde.

El presupuesto también fue un aspecto a indagar sobre las preferencias para invertir en la empresa de eventos, y los encuestados respondieron según la tabla 18 y grafica 17 que cuentan con entre \$400.000 y \$800.000 el 40.48% para adquirir el servicio de planeación y organización con los servicios que ofrece esta empresa, el 33.33% afirma que tiene disposición económica de entre \$800.000 y \$1.400.000, el 13.23% respondió a la opción de entre \$1.400.000 y \$2.000.000 y el 6.35% tiene facultad de disponer de más de \$2.000.000

**Tabla 18.** *Presupuesto disponible para invertir en eventos organizados por la empresa*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre \$400,000 a \$800,000	153	40,48%
Entre \$800,000 a \$1400,000	126	33,33%
Entre \$1400,000 a\$ 2´000,000	50	13,23%
Más de \$2´000,000	24	6,35%
No responde	25	6,61%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Gráfica 17.** Presupuesto disponible para invertir en eventos organizados por la empresa

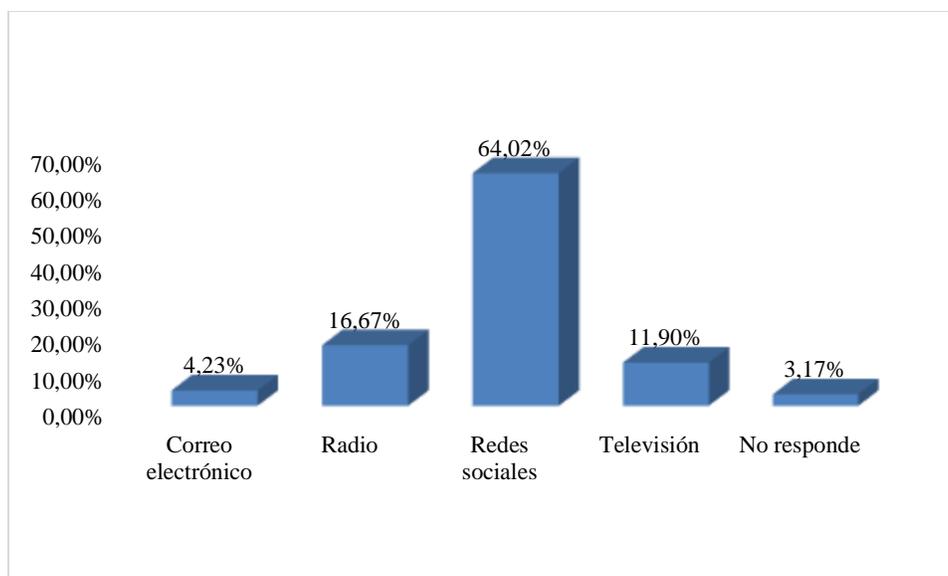
**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

Finalmente la tabla 19 y grafica 18 evidencian los resultados sobre la pregunta en la que se investigó sobre los medios de comunicación más acordes para recibir la información acerca de los servicios de la empresa.

**Tabla 19.** Medios de comunicación para recibir información sobre la empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	16	4,23%
Radio	63	16,67%
Redes sociales	242	64,02%
Televisión	45	11,90%
No responde	12	3,17%
<b>Total general</b>	<b>378</b>	<b>100,00%</b>

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña



**Grafica 18.** Medios de comunicación para recibir información sobre la empresa de eventos para niños en el municipio de Ocaña

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en los resultados de la aplicación del instrumento denominado encuestas a 378 habitantes del municipio de Ocaña

Frente a este interrogante se puede concluir partiendo de los resultados de la encuestas que el 4.23% de la población prefiere recibir información por correo electrónico, el 16.67% por radio, el 64.02% por redes sociales, el 11.90% por televisión y el 3.17% no respondió.

De acuerdo con los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de investigación denominado encuesta se puede concluir que efectivamente un porcentaje superior al 80% si ha asistido a eventos de niños, en su mayoría bautizos, cumpleaños y primeras comuniones.

La frecuencia de asistencia es anual y por lo general a fin de año.

El presupuesto que disponen para ello es de entre 500.000 y 800.000, y para un porcentaje alto también entre 800.000 y 1400.000 por lo cual se ofertara un servicio que enmarque todas las necesidades con un tope de 2.000.0000. En el momento el servicio es satisfecho por las piñaterías, pero teniendo en cuenta que no existe casi oferta de este servicio un bajo porcentaje

ha utilizado el servicio de casa de festejo y quienes lo han hecho se ha dado con un frecuencia mensual en su mayoría.

Frente a la posibilidad de crear una empresa de eventos o festejos para niños, se pudo determinar que existe un alto porcentaje de aceptabilidad para lo cual se diseñará el siguiente plan de negocios.

#### **4.2 Realizar un estudio de mercados que permita conocer la factibilidad para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.**

La empresa de festejos y eventos para niños ofrecerá en el municipio de Ocaña, Norte de Santander un completo catálogo de servicios para bautizos, cumpleaños y primeras comuniones en el cual incluirá todos los detalles propios de cada celebración, con precios exequibles, con comodidad en el pago y con un servicio de calidad.

Se ofrecerá la planeación y organización del evento para niños en el cual se pondrá a disposición del cliente los servicios de ambientación musical, recreación para pequeños y grandes, decoración acorde a cada evento, catálogo de comidas y la grabación y fotografía de los mejores momentos de la celebración.

**4.2.1 Análisis del sector.** De acuerdo con el análisis de la presente investigación la empresa de eventos y festejos para niños en el municipio de Ocaña se encuentra enmarcada en el sector de medios y entretimiento, el cual en los últimos años ha tenido un alto crecimiento en todo el país puesto que las necesidades y las ideas novedosas en el mismo cada vez hacen crecer la economía del país.

**4.2.2 Análisis de la demanda.** A partir de la aplicación de la encuesta se pudo determinar que en cuanto a la demanda el 93.39% de los encuestados demandan el servicio de una casa de eventos y festejos para las celebraciones de bautizos, cumpleaños y primeras comuniones de los niños.

**4.2.3 Estimación de la demanda.** En cuanto a la estimación de la demanda se pudo determinar que en el municipio de Ocaña con base en la encuesta realizada 353 personas están dispuestas a adquirir el servicio de la empresa para planear y organizar su evento de celebración para niños. Sin embargo, de estas misma apreciación se pueden establecer también que 151 lo solicitan semanal, por lo cual la empresa tomara para la proyección de la demanda en el primer año el 50% del total de 365 personas que dijeron si a la creación de la empresa de eventos para niños, partiendo de la necesidad insatisfecha de esta población y como proyección anual para los siguientes años se aumentará esta en un 1%.

**Tabla 20.** *Proyección de la demanda*

Ítems	Años	1	2	3	4	5
Personas que solicitaran el servicio		365	369	373	377	381
		182	184	186	188	190

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto

Ahora bien basados en la estimación de la demanda, ahora se debe determinar el total de servicios que se realizarán durante el año. Es por ello que teniendo como base 365 personas que solicitarán el servicio de la empresa se dividirá esta entre los 12 meses de año pero proporcionando las temporadas en las cuales se realizan más estas actividades tal como lo arrojó los resultados de la encuesta.

**Tabla 21.** Promedio mensual de eventos durante el primer año

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic
Eventos	14	14	14	14	14	14	14	14	14	16	20	20

**Nota de fuente:** Autoras del proyecto

**4.2.4 Análisis de la Oferta.** Actualmente en el municipio de Ocaña, Norte de Santander no existe una empresa que pueda satisfacer el servicio en las condiciones que ofertará la empresa Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., en servicios, calidad, fácil financiamiento, planeación, organización y servicios innovadores en el mercado del entretenimiento.

**4.2.5 Estimación de la oferta actual.** De acuerdo con la investigación realizada a Septiembre de 2018 no se encontró un servicio con el catálogo de oferta de la empresa Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.

#### **4.2.6 Análisis de la Competencia**

**Competencia directa.** De la investigación realizada no existe competencia de este servicio en el municipio de Ocaña, pero si existen más de 10 piñaterías que ofertan la decoración de los eventos para niños, lo que se desatacaría como la competencia directa a la fecha, por lo cual se trabajara en ofrecer buenos precios, competencia leal y la fidelización de los clientes, pues la

innovación de este servicio puede generar la puesta en marcha de más empresas con el mismo servicio.

**4.2.7 Relación entre Demanda y Oferta.** La interrelación de los resultados obtenidos referidos a la demanda y oferta permite cuantificar la participación del proyecto en el mercado. Se pudo identificar con el estudio de mercados que actualmente existe la necesidad de transporte alquilada en Ocaña y que esta se refleja insatisfecha en la comunidad encuestada.

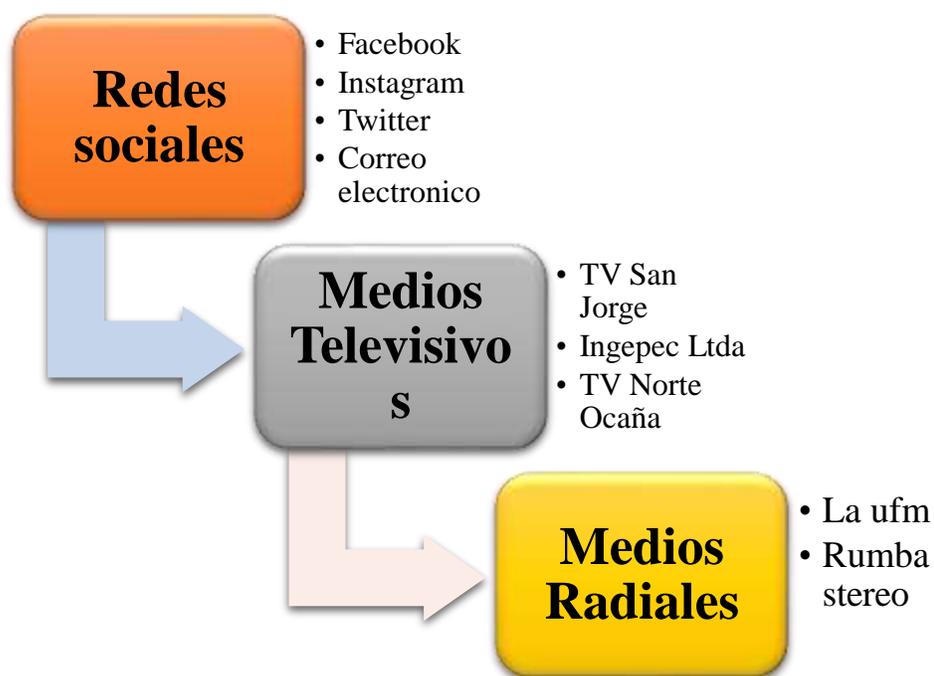
**4.2.8 Estrategias de Precio.** Teniendo en cuenta las especificaciones y los precios fijados en otras ciudades cercanas se ofrecerán 3 servicios de paquetes para las celebraciones con niños que van desde 400.000 hasta más de 2.000.000 de pesos y que incluye animación, decoración, comidas, entretenimiento y fotografía o filmación de los momentos más importantes para el recuerdo de la celebración.

**Tabla 22.** Lista de precios promedio para el paquete más solicitado y para el tipo que son dos millones de pesos en el municipio de Ocaña

<b>Servicio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Animación con Música</b>	4 horas	\$25.000	\$100.000
<b>Meseros</b>	2 meseros	\$35.000	\$70.000
<b>Comida</b>	70 comidas	\$7.000	\$490.000
<b>Pasabocas</b>	6 paquetes por 100	\$25.000	\$150.000
<b>Decoración</b>	Paquete completo	\$400.000	\$300.000
<b>Fotografía</b>	30 fotografías	\$4000	\$120.000
<b>Filmación</b>	1 hora	\$70.000	\$60.000
<b>Entretenimiento</b>	3 horas	\$30.000	\$90.000
<b>Invitaciones</b>	100	\$1000	\$100.000
<b>Total en costos</b>			1.480.000
<b>Rentabilidad para la empresa</b>			520.000
<b>Total</b>			\$2.000.000

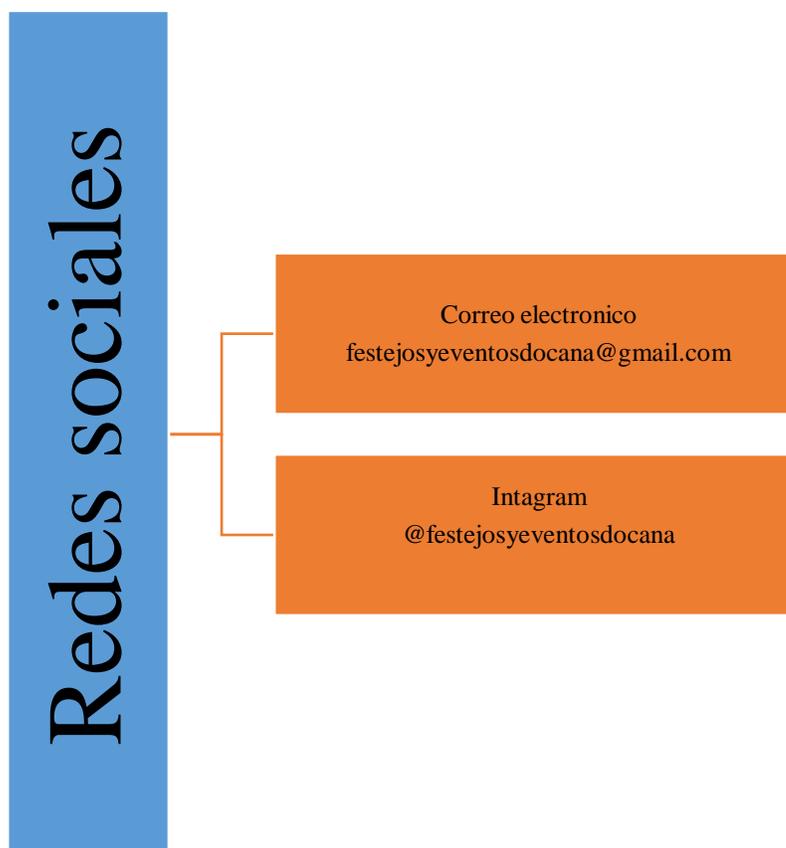
**Nota de fuente:** Autoras del proyecto basadas en precios que se manejan en el municipio de Ocaña.

**4.2.9 Mecanismo Distribución de Publicidad.** Como se evidencio en el estudio de mercados se requerirá de la utilización de medios de comunicación n para la publicidad de la empresa. Entre ellos encontramos:



**Ilustración 1.** Medios de Comunicación  
**Nota Fuente:** Autoras del Proyecto

Y para las redes sociales se ha creado el correo electrónico y la página de Instagram para dar a conocer la misma y los servicios que se ofertan en la empresa



**Ilustración 2.** Redes sociales  
**Nota Fuente:** Autoras del Proyecto

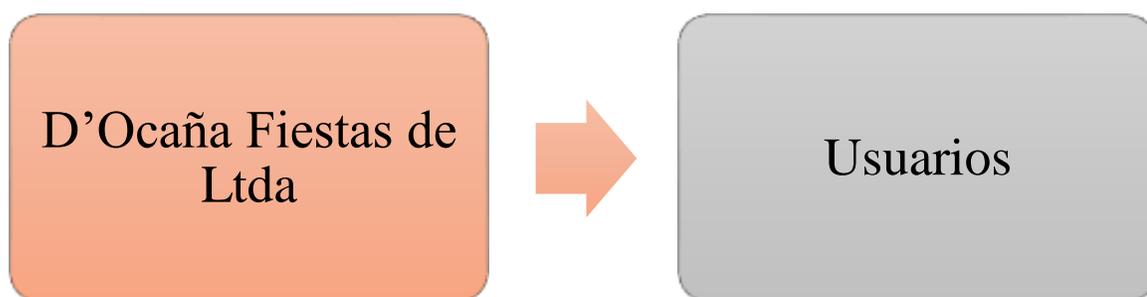
**Estrategias de marketing.** Para el posicionamiento de la empresa en el mercado del municipio de Ocaña se definirá un plan de acción que tenga como objetivo principal la entrada en el mercado y la fidelización de los clientes, a través de diversas estrategias en marketing y publicidad.

**Estrategias de mercadeo.** Establecer un programa de visibilización empresarial en todo el municipio de Ocaña, a través de colegios, jardines, espacios de sano esparcimiento que permitan

que las familias ocañeras conozcan de la empresa y se animen a que sea esta la encargada de planear, organizar y llevar a cabo las celebraciones más importantes para los niños..

**Estrategias administrativas.** Estas estrategias consisten en diseñar una estructura organizacional y administrativa que permita la prestación de un excelente servicio.

#### 4.2.10 Canales de Distribución



**Ilustración 3.** Canales de distribución

**Nota Fuente:** Autoras del Proyecto

**4.2.11 Descripción del servicio.** La empresa Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., ofrecerá la planeación y organización del evento para niños en el cual se pondrá a disposición del cliente los servicios de ambientación musical, recreación para pequeños y grandes, decoración acorde a cada evento, catálogo de comidas y la grabación y fotografía de los mejores momentos de la celebración.

#### 4.2.12 Características de la empresa

Otro aspecto importante también para la empresa será el logo, el cual se ha diseñado de forma dinámica de la siguiente forma:



**Ilustración 4.** Logo de la empresa de eventos

**Nota Fuente:** Autoras del proyecto

#### **4.3 Elaborar un plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.**

El estudio operativo y logístico tiene como objetivo establecer los parámetros técnicos que requiere la empresa para su funcionamiento, es por ello que a continuación se presentan los requerimientos en cuanto a localización, recursos físicos, instalaciones y demás que permitan la

prestación de un servicio de calidad y acorde a las necesidades manifestadas por la población ocañera.

**4.3.1 Tamaño del proyecto.** Teniendo como base la encuesta realizada se pudo determinar que la empresa tiene una aceptabilidad del 93% para desarrollarse en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, por lo que se proyecta como una idea de negocios para realizar 365 servicios durante el primer año.

#### **4.3.2 Localización de la empresa Festejos y eventos D'Ocaña Ltda.**

Dentro de los aspectos que se preguntó en la encuesta se encontraba las preferencias para la localización de la misma se encontraron dos opciones con un alto porcentaje una de ellas en la zona norte con un 43.65% y otra en la zona céntrica con un 42.59%. Partiendo de estas respuestas y de las necesidades de la población se establecerá inicialmente una oficina de la empresa en la zona céntrica, teniendo en cuenta que es esta zona permite el acceso de toda la población, mientras que la zona norte somete al desplazamiento desde lugares muy lejanos, siendo el centro la mejor opción pero sin dejar de lado la posibilidad que mediante el crecimiento de la empresa se proyecte una sucursal en la zona norte del municipio de Ocaña.

La oficina se ubicará en un local comercial del Centro Comercial Plazarella puesto que permite el fácil acceso para todas las personas y también tiene parqueadero para las personas que se movilizan en vehículos.

El Local comercial tiene un costo en arrendamiento mensual de aproximadamente \$700.000.

#### **4.3.3 Requisitos para solicitar el servicio:**

1. Tener mínimo 18 años de edad.
2. Original de Cédula de Identidad Ciudadana, Extranjera o Pasaporte.
3. Dos referencias personales o familiares.
4. Tarjeta de Crédito, Débito o efectivo.
5. Depósito de un 50% dependiendo del paquete que desea adquirir la persona.

**4.3.4 Dimensión del mercado.** El proyecto se enfoca en la creación de un servicio innovador, novedoso y atractivo para la satisfacción de la necesidad de celebraciones de bautizos, primeras comuniones y cumpleaños para niños con un costo ajustado al bolsillo de la familia, con el manejo de todos los servicios para que sientan comodidad, con entretenimiento para que los niños puedan divertirse en grande, con música en vivo o ambientación, con una decoración acorde a las nuevas tendencias a nivel nacional e internacional y con todos los detalles para que las fechas especiales sean un maravilloso momento con la familia y los amigos.

**4.3.5 Infraestructura.** Para le infraestructura se requiere de un local comercial que cumpla con los requerimiento de ley en cuanto iluminación, climatización y demás que permitan que el trabajador y que los clientes se sientan cómodos tomando el servicio.

La oficina se ubicará en un local comercial del Centro Comercial Plazarella puesto que permite el fácil acceso para todas las personas y también tiene parqueadero para las personas que se movilizan en vehículos.

El Local comercial tiene un costo en arrendamiento mensual de aproximadamente \$700.000.

### 4.3.6 Estrategia Organizacional

Como estrategia organizacional la empresa realizará de forma trimestral un plan de capacitación en manejo de clientes, en decoración de bautizos, primeras comuniones y cumpleaños infantiles, para siempre mantenerse actualizados y a la vanguardia del mercado.

### 4.3.7 Requerimiento físicos

Se establece el equipo de oficina necesario para la empresa

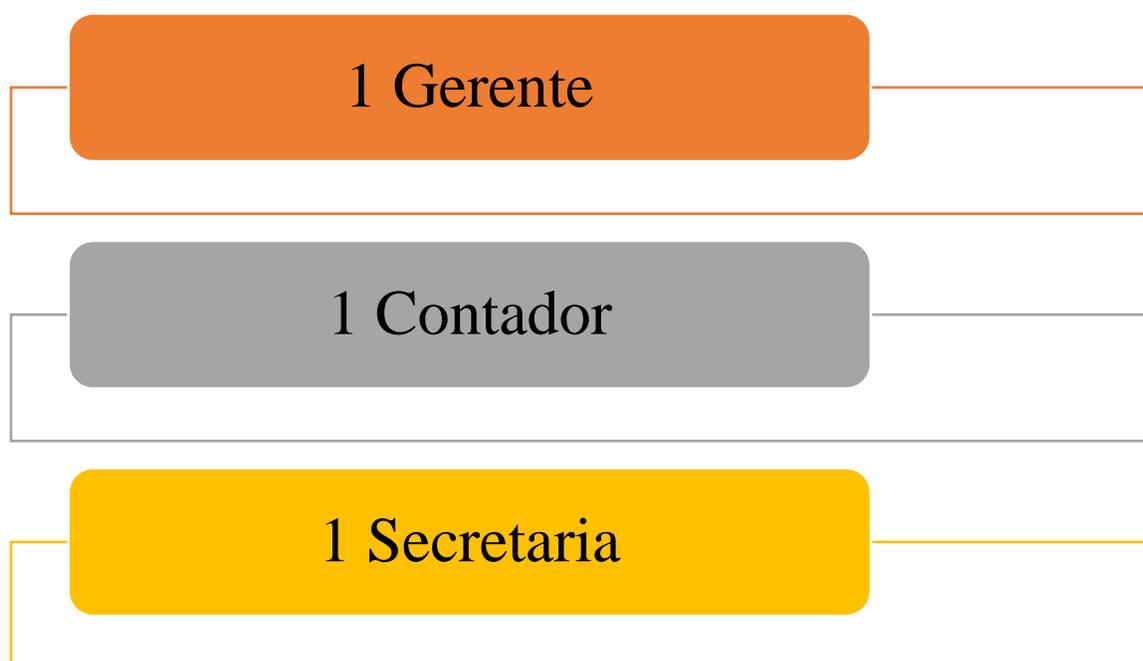
**Tabla 23.** *Requerimientos físicos*

Descripción	Cantidad
Escritorio con archivador	2
Sillas de oficina	2
Computador	2
Impresora Multifuncional	1
Teléfono	2
Silla ergonómica	2
Sillas plásticas	100
Mesas plásticas	30
Cámara Fotográfica	2
Manteles	10
Micrófono	2
Equipo de ambientación musical	2
Video beam	1
Otros	
<b>Total</b>	<b>158</b>

**Nota fuente:** [www.alkosto.com](http://www.alkosto.com)

**4.3.8 Distribución en planta.** El personal se distribuirá dentro de la empresa buscando la eficiencia y la calidad del servicio acorde a las necesidades propias que permitan excelente atención y poca pérdida de tiempo.

**4.3.9 Necesidades del recurso humano.** El recurso humano de la institución, estará conformado por:



**Ilustración 5.** Necesidades de Recurso Humano

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

**4.4 Elaborar un estudio de los requerimientos administrativos y legales proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.**

El plan de negocios para la empresa Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., requiere a su vez además de un estudio previo de mercado y un estudio técnico, un estudio administrativo y legal que permita establecer los parámetros bajo los cuales esta empresa se constituirá legalmente y también administrativamente.

De esta forma la empresa se constituirá bajo el nombre de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., como una empresa concebida limitada y con los lineamientos legales propios de esta. Para ellos deberá seguir los siguientes pasos de acuerdo con el ordenamiento jurídico en Colombia.

#### **4.4.1 Requisitos legales**

Verificar en la página [www.rue.com.co](http://www.rue.com.co) en la opción homonimia que no exista un nombre o razón social igual al que se le va a dar a la empresa a crear.

Elaborar la escritura pública de constitución comercial.

Obtener la Escritura Pública Autenticada en la notaria; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la cámara de comercio, diario mayor y balances, inventarios, actas.

Requisitos de Funcionamiento. Obtener el registro de Industria y Comercio.

Tramitar el permiso de uso de suelos en planeación municipal, de la jurisdicción donde funcionará el establecimiento.

Requisitos de Seguridad Laboral. Inscribir a los trabajadores en la EPS y fondo de pensiones, inscribir la empresa en el ICBF, SENA y caja de compensación familiar, inscribir a los trabajadores a una A.R.P.

Requisitos Tributarios. Son tramitados en la dirección de impuestos y aduanas nacionales; DIAN.

Solicitar el formulario de registro único tributario (RUT), presentando el certificado mercantil y el documento de identidad del representante legal.

**4.4.2 Misión.** Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., ofrece sus servicios en entrenamiento, ambientación, decoración, planeación y organización de bautizos, cumpleaños infantiles y primeras comuniones para que este momento sea único, de calidad, con excelentes precios, buen servicio, fácil acceso e innovación para cautivar la atención de grandes y chicos.

**4.4.2 Visión.** Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., buscará posicionarse en el mercado hacia el 2023 en el municipio de Ocaña y todos los municipios cercanos, como una empresa líder en la organización y planeación de bautizos, cumpleaños infantiles y primeras comuniones.

**4.4.3 Valores.** La empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., se enmarcará en los siguientes valores empresariales.

Integridad

Responsabilidad

Proactividad

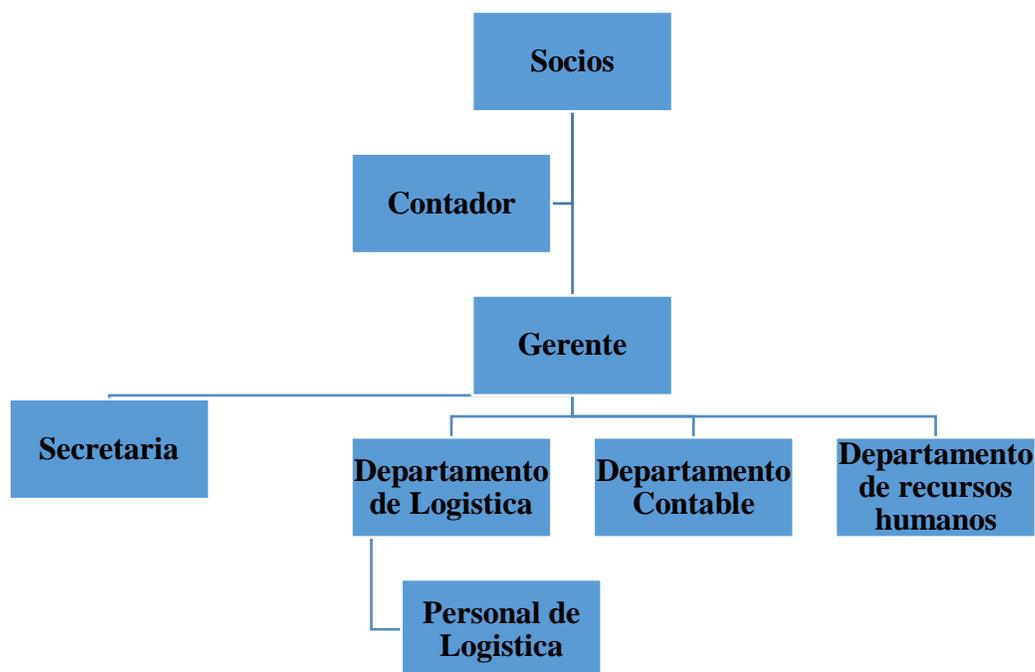
Amabilidad

Compromiso

Eficiencia

Entusiasmo

#### 4.4.4 Organigrama.



**Ilustración 6.** Organigrama

**Nota Fuente:** Autoras del proyecto

**4.4.5 Manual de funciones.** El manual de funciones comprenderá las labores propias de cada cargo dentro de la empresa y la experiencia mínima que requiere cada uno de ellos para vincularse laboralmente a la empresa.

**Tabla 24.** *Manual de Funciones de los socios de la empresa*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Nombre del cargo:	Junta de Socios
Jefe inmediato:	Junta de socios
Número de personas	3
<b>Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudiar y aprobar los estatutos</li> <li>2. Constituir la escritura pública de creación de la empresa</li> <li>3. Elegir al gerente y al contador</li> <li>4. Reformar los estatutos cuando se requiera</li> <li>5. Las demás que se requieran</li> </ol>	
Requisitos	Conocimientos en Administración de empresas y aportar económicamente a la creación de la empresa.

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

**Tabla 25.** *Manual de funciones del Gerente*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Nombre del cargo:	Gerente
Jefe inmediato:	Junta de socios
Número de personas	1
<b>Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desempeñar las funciones propias de administrar la empresa.</li> <li>2. Vincular laboralmente a los demás empleados</li> <li>3. Revisar los reportes contables</li> <li>4. Atender a los clientes</li> <li>5. Realizar los planes de Acción</li> <li>6. Desarrollar los paquetes para ofrecer al público</li> <li>7. Rendir cuentas ante la junta de socios</li> <li>8. Las demás propias del cargo</li> </ol>	
Requisitos	Conocimientos en Administración de empresas o carreras afines Experiencia mínima de dos años Disponibilidad para aprender todo lo referente a festejos y eventos infantiles

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

**Tabla 26.** *Manual de funciones de la Secretaria de la empresa*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Nombre del cargo:	Secretaria
Jefe inmediato:	Gerente
Número de personas	1
<b>Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Responder por las labores encargadas por el Gerente.</li> <li>2. Manejar cuentas personales de la Gerencia.</li> <li>3. Brindar apoyo en mensajería a la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.</li> <li>4. Realizar depósitos en los diferentes bancos.</li> <li>5. Atender solicitudes del área administrativa.</li> <li>6. Mantener un control de los servicios básicos que hay que pagar.</li> <li>7. Archivar facturas de respaldo para la reposición de la caja menor.</li> <li>8. Organizar y controlar los documentos recibidos según sea su importancia.</li> <li>9. Recibir la correspondencia en general y dirigirla de acuerdo al área que corresponda</li> <li>10. Suministrar elementos de oficina y papelería requeridos por el personal de la compañía de acuerdo con las necesidades previstas.</li> <li>11. Administrar el archivo de la compañía, velando por su custodia y mantenimiento tanto del archivo central como del inactivo.</li> <li>12. Estar al tanto de las actividades de la Gerencia y demás áreas que compone la empresa.</li> <li>13. Atender llamadas y mensajes de todos los funcionarios de la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.</li> <li>14. Coordinar las citaciones para eventos internos de actividades programadas de acuerdo con instrucciones de Gerencia garantizando el desarrollo adecuado de las mismas.</li> <li>15. Elaborar documentos y comunicar información que deba conocer internamente el personal de la compañía respecto a actividades a realizar; y todas las demás funciones que le sean asignadas por el jefe inmediato</li> </ol>	
Requisitos	Conocimientos en administración contable y financiera o carreras afines.

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

**Tabla 27.** *Manual de Funciones del Contador Público de la Empresa*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Nombre del cargo:	Contador Público
Jefe inmediato:	Gerente
Número de personas:	1
<b>OBJETIVO:</b> Reportar al Administrador el estado actual de la empresa en la parte económica con el fin de llevar una contabilidad clara y precisa	
<b>Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitar a la auxiliar contable de la compañía para un adecuado registro de las operaciones, y manejo de los temas tributarios de la compañía.</li> <li>2. Depurar y conciliar de todas las cuentas del balance.</li> <li>3. Analizar e implementar los soportes contables.</li> <li>4. Elaborar los ajustes contables y cierres de la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.</li> <li>5. Presentar informes de análisis de la situación financiera de la compañía de tal forma que permita generar propuestas de mejoramiento.</li> <li>6. Analizar financieramente los resultados de la empresa para tener una mejor organización.</li> <li>7. Capacitar a los colaboradores en el manejo adecuado de soportes contables.</li> <li>8. Elaborar los respectivos pasos para la realización de las cuentas tributarias</li> <li>9. Elaborar y analizar los estados financieros de la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.</li> <li>10. Revisar, avalar y analizar los estados financieros mensuales de empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.</li> </ol>	
Requisitos	Profesional en el área de contaduría publica

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

**Tabla 28.** *Manual de funciones del auxiliar de logística*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
Nombre del cargo:	Auxiliar de Logística
Jefe inmediato:	Gerente
Número de personas:	2
<b>OBJETIVO:</b> Realizar todas las funciones referentes a la logística de los eventos y fiestas de niños de la empresa	
<b>Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desempeñar las funciones propias de organizar y planear los eventos de niños de la empresa</li> <li>2. Permanecer en los eventos antes, durante y después de culminar</li> <li>3. Apoyar las labores administrativas</li> <li>4. Atender al público</li> <li>5. Coordinar entrega de materiales y servicios</li> <li>6. Las demás propias del cargo</li> </ol>	
Requisitos	Técnico o Tecnólogo en Logística

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

#### **4.4.6 Estatutos de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.**

## CAPITULO I

**FESTEJOS Y EVENTOS D'OCAÑA LTDA. CON DOMICILIO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER Y CUYO OBJETO SOCIAL SERÁ LA PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS COMO BAUTIZOS, CUMPLEAÑOS INFANTILES Y PRIMERAS COMUNIONES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA SE REGIRÁ BAJOS LOS SIGUIENTES ARTÍCULOS**

**ARTICULO PRIMERO.-DENOMINACIÓN:** La sociedad que se constituye por medio de este documento actuará bajo la denominación. FESTEJOS Y EVENTOS OCAÑA LIMITADA, de nacionalidad colombiana.

**ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO SOCIAL:** El Domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Ocaña. Pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

**ARTICULO TERCERO.- TÉRMINO DE DURACIÓN:** La sociedad tendrá un término de (10) años, contados a partir de la fecha de este documento, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus socios así lo decidan.

**ARTICULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL:** La sociedad se dedicara planeación y organización de eventos como bautizos, cumpleaños infantiles y primeras comuniones en el municipio de Ocaña.

## CAPITULO II

### Capital y Cuotas

**ARTICULO QUINTO.- CAPITAL:** El capital social a la fecha de la constitución es de (75.000.000) el cual se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución, dividido de la siguiente manera:

<b>NOMBRE</b>	<b>COMPOSICIÓN DEL CAPITAL</b>		
	<b>Valor de cuotas</b>	<b>Numero de las cuotas</b>	<b>Valor total de capital</b>
1 socio	<b>5.000.000</b>	<b>5</b>	<b>25.000.000</b>
2 socio	<b>5.000.000</b>	<b>5</b>	<b>25.000.000</b>
3 socio	<b>5.000.000</b>	<b>5</b>	<b>25.000.000</b>

**ARTÍCULO SEXTO.- RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS.** Los socios responderán hasta el monto de sus aportes.

**ARTÍCULO SÉPTIMO.- CESIÓN DE CUOTAS.** Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicara una reforma estatutaria la cual se hará por documento privado cumpliendo con lo establecido en el Decreto 4463 de 2006 y artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, (previa aprobación de la junta de socios) el documento privado será otorgado por cedentes, cesionarios y representante legal. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito para que dentro de los 15 días hábiles, manifiesten si tiene interés en adquirirlas, según el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

### **CAPÍTULO III**

#### **DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD**

**ARTÍCULO OCTAVO.- ÓRGANOS SOCIALES** La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios.

**ARTÍCULO NOVENO.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS:** Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios.

Decidir sobre el retiro y exclusión de socios, ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad.

Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda.

La junta de socios podrá delegar la representación y administración de la sociedad en un gerente estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.

La junta de socios se compone de los socios inscritos en el Libro de Registro de socios, o de sus representantes reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

**ARTÍCULO DECIMO.- ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD:**

La administración y representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del representante legal, el cual contara con un suplente que lo remplazara en sus faltas absolutas o temporales. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el representante legal cuando entre a remplazarlo.

**ARTÍCULO DECIMO PRIMERO – FACULTADES DE REPRESENTACIÓN LEGAL:**

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter de complementario o accesorio.

#### **CAPITULO IV**

#### **RESERVA LEGAL, BALANCE Y REPARTO DE UTILIDADES**

**ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHOS DE INSPECCIÓN.**

La sociedad Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir

estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de junta de socios en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

**ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- RESERVA LEGAL.** De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal.

**ARTICULO DÉCIMO QUINTO.- BALANCE GENERAL.-** Anualmente, el 31 de diciembre se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente así como el estado de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de flujos de efectivo y el estado de cambios en la situación financiera del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince (15) días hábiles a los socios con el fin de que puedan ser examinados por los mismos.

**ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- APROBACIÓN DEL BALANCE:** El balance debe ser presentado por el representante legal de la sociedad. Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., a consideración de la junta de socios con los demás documentos a que se refiere el artículo cuatrocientos cuarenta y seis (446) del Código de Comercio. Si la sociedad llegare a ser vigilada por la Superintendencia de Sociedades, dentro de los treinta (30) días siguientes a la reunión de la Asamblea de Accionistas, el representante legal remitirá a la Superintendencia de Sociedades una (1) copia del balance y de los anexos que lo expliquen o justifiquen, junto con el acta en que hubieran sido discutidos y aprobados.

**ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO.- RESERVAS:** La sociedad Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%)

del capital y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los socios podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

## **CAPITULO V**

### **DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

**ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- *DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD:*** La sociedad Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., se disolverá por decisión de las socias o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

**PARÁGRAFO PRIMERO.-** En los casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

**ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO: *ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN:*** Podrá evitarse la disolución de la sociedad por acciones simplificada adoptando las medidas a que hubiere lugar de acuerdo a cada causal en específico, siempre que el enervamiento ocurra dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha en que el accionista único reconozca su acaecimiento.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO.- *LIQUIDACIÓN:*** La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designen los accionistas. Los accionistas designarán un liquidador, quien será responsable de adelantar el proceso liquidatorio conforme a la ley. Durante la duración del proceso de liquidación, el accionista único conserva los mismos poderes que tuvo durante la vida activa de la sociedad.

**ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.- *NOMBRAMIENTOS:***

#### **4.4.7 Reglamento interno de trabajo**

### **Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.**

### **Reglamento Interno De Trabajo**

#### **CAPÍTULO I**

ART. 1º—A partir de las exigencias legales del Estado Colombiano se crea el presente documento en la empresa Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda. Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander para establecer las disposiciones a las cuales se someten los trabajadores de la empresa que se vinculen bajo la modalidad de contrato de trabajo.

#### **CAPÍTULO II**

##### **Condiciones de admisión**

ART. 2º—Quien aspire a desempeñar un cargo en Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., debe hacer entrega de su hoja de vida para ser evaluada acompañada de los siguientes documentos:

- a) Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.
  
- b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.

#### **CAPÍTULO III**

##### **Trabajadores accidentales o transitorios**

ART. 3º—Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa.

Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (CST, art. 6°).

#### CAPÍTULO IV

##### Horario de trabajo

ART. 4°—Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Días laborables: serán días laborales para todo el personal de lunes a sábado medio día, en los siguientes horarios:

Lunes a viernes

Mañana:

8:00 a.m. a 12:00 m.

Tarde:

2:00 p.m. a 6:00 p.m.

Salado

Hora de entrada: 8:00 am

Hora de salida: 12:00 m

#### CAPÍTULO V

##### Vacaciones remuneradas

ART. 5. En Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (CST, art. 186, núm. 1°).

##### Permisos

ART. 6. Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, y para

asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

## CAPÍTULO VI

Salario mínimo, convencional, lugar, días, horas de pagos y períodos que lo regulan

ART. 7. Formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con estas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de 10 salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía.

ART. 8. Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores (CST, art. 133).

ART. 9. Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese (CST, art. 138, núm. 1°).

Períodos de pago: Mensual

ART. 10. —El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayores de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.

2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (CST, art. 134).

## CAPÍTULO VII

Servicio médico, medidas de seguridad, riesgos profesionales, primeros auxilios en caso de accidentes de trabajo, normas sobre labores en orden a la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo

ART. 11. —Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

## CAPÍTULO VIII

Prescripciones de orden

ART. 12. —Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
- h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.
- i) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

## CAPÍTULO IX

### Orden jerárquico

ART. 13. —El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente: Gerente, Secretaria, Contador, Auxiliares de logística

## CAPÍTULO X

### Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ART. 14. —Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este reglamento.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos 5 días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.
8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.

ART. 15. —Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para

denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.

## CAPÍTULO XI

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

ART. 16. —Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de gerente.

## CAPÍTULO XII

Vigencia

ART. 17. —El presente reglamento entrará a regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento (CST, art. 121).

## CAPÍTULO XIII

Disposiciones finales

ART. 18. —Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha haya tenido la empresa.

**4.5 Realizar un estudio financiero que permita cuantificar la inversión económica necesaria para la creación de una de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.**

## 4.5.1 Estudio económico

### 4.5.1.1 Inversión inicial

En este apartado se desglosan los conceptos básicos que formarán parte de la inversión inicial para la puesta en marcha del nuevo negocio.

### 4.5.1.2 Presupuesto de gasto de personal.

La empresa pagará sueldos, inicialmente, de acuerdo a lo definido en la ley. El salario mínimo vigente para el 2018 es de \$ 781,242 pesos mensuales, jornada ordinaria 48 horas semanales, 8 horas diarias. Ley 50 de 1990, Art. 20, más auxilio de transporte siempre y cuando el salario no exceda de dos salarios mínimos legales mensuales vigentes.

**Tabla 29.** Gastos de personal para la empresa de festejos y eventos D'Ocaña

Descripción	Gerente	Contador	Secretaria	Auxiliar de logística 1	Auxiliar de logística 2
Salario	\$1.562.484		\$781.242	\$781.242	\$781.242
Honorarios bonificación	\$200.000	\$750.000	\$72.000		
Auxi. Transporte	\$0		\$88.211	\$88.211	\$88.211
Salud	\$195.310		\$97.655	\$97.655	\$97.655
Pensión	\$249.997		\$124.998	\$124.998	\$124.998
Vacaciones	\$65.155		\$32.499	\$32.499	\$32.499
Cesantías	\$130.207		\$65.077	\$65.077	\$65.077
Intereses sobre las cesantías	\$1302		\$7.812	\$7.812	\$7.812
Primas	\$130.207		\$65.077	\$65.077	\$65.077
ARL (0.522%)	\$8.156		\$4.078	\$4.078	\$4.078

<b>Dotación</b>	\$0		\$26.405	\$26.405	\$26.405
<b>SENA 2%</b>	\$31.250		\$15.625	\$15.625	\$15.625
<b>ICBF 3%</b>	\$46.875		\$23.437	\$23.437	\$23.437
<b>Caja de compensación familiar 4%</b>	\$62.500		\$31.250	\$31.250	\$31.250
<b>Total Mensual</b>	\$2.683.443	\$750.000	\$1.435.366	\$1.363.366	\$1.363.366
<b>Total Anual</b>	<b>\$32.201.316</b>	<b>\$9.000.000</b>	<b>\$17.224.392</b>	<b>\$16.360.392</b>	<b>\$16.360.392</b>

Nota fuente: Autoras del proyecto

#### 4.5.1.3 Requerimiento equipo de oficina.

Los requerimientos físicos se han cotizado en la página web de Alkosto. En la misma tabla se han determinado las herramientas para la oficina.

**Tabla 30.** *Requerimiento de equipo de oficina*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio con archivador	2	\$ 199.900	\$ 599.700
Sillas de oficina	2	\$ 79.900	\$ 159.800
Computador	2	\$ 1.399.000	\$ 2.798.000
Impresora Multifuncional	1	\$ 949.000	\$ 949.000
Teléfono	2	\$ 44.900	\$ 89.800
Silla ergonómica	2	\$ 121.900	\$ 365.700
<b>Total</b>	<b>158</b>		<b>\$ 4.962.000</b>

Nota Fuente: [www.alkosto.com](http://www.alkosto.com)

**Tabla 31.** *Insumos y herramientas para los eventos y festejos*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Sillas plásticas	100	\$22.900	\$2.290.000
Mesas plásticas	30	\$59.900	\$1.797.000
Cámara Fotográfica	2	\$679.000	\$1.358.000
Manteles	10	\$30.000	\$300.000
Micrófono	2	\$211.900	\$423.800
Equipo de ambientación musical	2	\$849.900	\$1.699.800
Video beam	1	\$1.519.920	\$1.519.920
Otros		\$ 400.000	\$400.000
Total			\$9.788.520

**Nota Fuente:** www.alkosto.com

**Tabla 32.** *Total de gastos de producción de cada evento para el paquete de 2.000.000*

Descripción	Cant.	Vr./paquete de servicios	Vr/anual
Paquete de servicios	182	\$800.0000	\$145.600.000

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

**Tabla 33.** *Diferidos*

Artículo	Vr. TOTAL
Adecuación del local comercial	4.000.000
Papelería y útiles de oficina	1.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>17.000.000</b>

**Nota fuente:** Autoras del proyecto

**4.5.1.4 Costos fijos.** Se muestra a continuación los costos fijos y variables de la empresa de festejos y eventos será la siguiente

**Tabla 34. Costos fijos y variables**

<b>Concepto</b>	<b>V/mensual</b>	<b>V/anual</b>
Mantenimiento y reparaciones	150.000	1.800.000
Publicidad y propaganda	250.000	3.000.000
Agua	150.000	1.800.000
Energía eléctrica	150.000	1.800.000
Telefonía	70.000	840.000
Arriendo	700.000	8.400.000
<b>Total gastos fijos</b>		<b>\$17.640.00</b>
Aseo y elementos	200.000	2.400.000
<b>Total gastos variables</b>		<b>\$2.400.000</b>
<b>Total costos fijos y variables</b>		<b>\$20.040.000</b>

Nota fuente: Autoras del proyecto

**4.5.1.5 Gastos Diferidos.** Corresponde a gastos que se diferieren para que no sea soportado en un solo período, especialmente lo más altos.

**Tabla 35. Diferidos**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>PERÍODOS A DIFERIR</b>				
		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Remodelación	4.000.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Papelería y útiles de oficina	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
<b>TOTAL</b>	<b>5.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>

Fuente: Autores del proyecto.

**Total Egresos.** En el siguiente cuadro, se consolidan los gastos en que incurriría la casa de festejos, para su funcionamiento:

**Tabla 36.** Total Egresos de la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.

ITEM	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Gastos de Personal	\$91.146.492	\$95.703.817	\$100.489.007	\$105.513.458	\$110.789.131
Gastos Fijos de Funcionamiento	\$17.640.000	\$18.522.000	\$19.448.100	\$20.420.505	\$21.441.530
Gastos para la producción	\$145.600.000	\$152.880.000	\$160.524.000	\$168.550.200	\$176.977.710
<b>Total Gastos Fijos</b>	<b>\$254.386.492</b>	<b>\$267.105.817</b>	<b>\$280.461.107</b>	<b>\$294.484.163</b>	<b>\$309.208.371</b>
Gastos Variables de Funcionamiento	\$2.400.000	\$2.520.000	\$2.646.000	\$2.778.300	\$2.917.215
Diferidos	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000
<b>Total Gastos Variables de Funcionamiento</b>	<b>\$3.400.000</b>	<b>\$3.520.000</b>	<b>\$3.646.000</b>	<b>\$3.778.300</b>	<b>\$3.917.215</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$257.786.492</b>	<b>\$270.625.817</b>	<b>\$284.107.107</b>	<b>\$298.262.463</b>	<b>\$313.125.586</b>

Fuente: Autores del proyecto.

**4.5.1.6 Ingresos.** Para obtener los ingresos la empresa de festejos deberá vender los servicios ofrecidos en el paquete que incluye animación, decoración, comida, pasabocas, música, entretenimiento, meseros y demás, que estará disponible en un costo aproximado dependiendo de cada circunstancia de entre 400.000 pesos hasta 2.000.000.

**Tabla 37.** Ingresos

Descripción	Cant.	Vr./paquete de servicios	Vr/anual
Paquete de servicios	182	\$2.000.000	\$364.000.000

Nota Fuente: Autoras del proyecto.

A su vez se deberá realizar una proyección aproximada para los próximos 5 años con un margen de aumento de ganancia del 5%. De esta forma la Tabla 39 presenta la siguiente proyección.

**Tabla 38. Proyección de ingresos**

Años	1 Año	2 Año	3 Año	4 Año	5 Año
Ítems					
Ingresos	\$364.000.000	\$382.200.000	\$401.310.000	\$421.375.500	\$442.444.275

**Nota Fuente:** Autoras del proyecto.

#### 4.5.1.7 Depreciaciones.

La depreciación se hará bajo la fórmula matemática de línea recta que permite determinar el valor de la depreciación para equipos de cómputo de 5 años y para muebles y enseres de 10 años.

**Tabla 39. Depreciación Muebles, equipos y Enseres**

ITEM	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de cómputo y comunicación	\$8.838.320					
Depreciación		\$1.767.664	\$1.767.664	\$1.767.664	\$1.767.664	\$1.767.664
Muebles y Enseres	\$5.500.200					
Depreciación		\$550.020	\$550.020	\$550.020	\$550.020	\$550.020
Total Depreciación	\$14.338.520	\$2.317.684	\$2.317.684	\$2.317.684	\$2.317.684	\$2.317.684

**Fuente:** Autoras del proyecto.

**4.5.1.8 Capital de trabajo.** Para obtener el capital de trabajo se aplicará una fórmula matemática teniendo como base los gastos de mantenimiento para poder obtener este rubro. Para ello se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{Capital de Trabajo (C.T.)} = \frac{\text{Gastos totales (año 1)} \times 4 \text{ meses}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{C.T.} = \frac{\$91.146.492 \times 4 \text{ meses}}{12 \text{ meses}}$$

C.T. = \$30.3825.164

De esta manera, la Empresa denominada Festejos y Eventos de D' Ocaña Ltda., requiere de que se obtenga la suma \$30.3825.164 para dar inicio a la misma.

#### 4.5.2 Estudios Financiero

##### Balance Inicial

##### BALANCE GENERAL FESTEJOS Y EVENTOS DE D' OCAÑA LTDA.

<b>ACTIVO</b>		
ACTIVO FIJO		
BANCOS	\$28.936.569	
Muebles y enures	\$5.500.200	
Equipo de Cómputo y Comunicación	\$8.838.320	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>\$43.275.089</b>
ACTIVOS DIFERIDOS		\$17.000.000
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$60.275.089</b>
<b>PASIVO</b>		
PATRIMONIO		
	<b>\$60.275.089</b>	
TOTAL PATRIMONIO		\$60.275.089
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>		<b>\$60.275.089</b>

**Estado de resultados.****Tabla 40.** *Estado de resultados proyectado*

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	\$364.000.000	\$382.200.000	\$401.310.000	\$421.375.500	\$442.444.275
- Gastos	\$257.786.492	\$270.625.817	\$284.107.107	\$298.262.463	\$313.125.586
Utilidad bruta	\$106.213.508	\$111.574.183	\$117.202.893	\$123.113.037	\$129.318.689
- Depreciación	\$2.317.684	\$2.317.684	\$2.317.684	\$2.317.684	\$2.317.684
Útil. Neta	\$103.895.824	\$109.256.499	\$114.885.209	\$120.795.353	\$127.001.005

**Nota Fuente.** Autoras del proyecto

**Tabla 41.** *Flujo de Caja*

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
<b>Ingresos</b>	<b>\$364.000.000</b>	<b>\$382.200.000</b>	<b>\$401.310.000</b>	<b>\$421.375.500</b>	<b>\$442.444.275</b>
<b>-Gastos</b>					
	\$257.786.492	\$270.625.817	\$284.107.107	\$298.262.463	\$313.125.586
<b>= Flujo ajustado de Efectivo</b>	\$106.213.508	\$111.574.183	\$117.202.893	\$123.113.037	\$129.318.689

**Nota Fuente.** Autoras del proyecto

**Punto de equilibrio.** El punto de equilibrio es determinante para definir si la empresa puede estructurarse o si por el contrario traerá pérdidas y no es factible ponerla en marcha. Para ello se utilizará la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

Los costos fijos y los costos variables,

Se despeja la fórmula anterior:

$$PE = \frac{\$257.786.492}{1 - \frac{\$3.400.000}{364.000.000}}$$

$$PE = \frac{\$257.786.492}{1 - 0,009}$$

$$PE = \frac{\$257.786.492}{0,991}$$

$$PE = 260.127.640 \text{ anual}$$

De esta forma, la fórmula permite concluir que la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., deberá lograr unos ingresos de \$260.127.640 para llegar al punto de equilibrio.

**4.5.2.1 Valor presente neto (VPN).** Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos netos de caja con recursos propios.

$$V.P.N. = \sum \frac{\text{Flujo Neto de Caja}}{(1 + 2)^n}$$

Donde:

Tasa de oportunidad (12%)

n = número de años

$$VPN = \frac{\$106.213.508}{(1+0.12)^1} + \frac{\$111.574.183}{(1+0.12)^2} + \frac{\$117.202.893}{(1+0.12)^3} + \frac{\$123.113.037}{(1+0.12)^4} + \frac{\$129.318.689}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN = 242.922.355$$

El VPN del proyecto se muestra en \$242.922.355 resultado negativo para la viabilidad del proyecto puesto que es inferior al valor de inversión inicial que se requiere.

**4.5.2.2 Valor actual neto.** Mediante este indicador se conoce la recuperación real de la inversión inicial, ya que dicho valor se descuenta del VPN, por lo que es un valor neto, sobre el cual se analiza el reintegro de recursos financieros, a través de los ingresos de la institución.

$$\text{VAN} = \text{VPN} - \text{Inversión Inicial}$$

$$\text{VAN} = \$ 242.922.355 - 260.127.640.$$

$$\text{VAN} = -\$17.205.282$$

El valor actual neto de \$ 17.205.282 al cabo de cinco años es un resultado negativo, porque para recuperar la inversión inicial se requerirá de más servicios en el año para compensar los ingresos y recuperar la inversión.

**4.5.2.3 Razón costo beneficio (RCB).** Esta técnica da a conocer el número de veces en que se recupera la inversión inicial durante los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

$$\text{RCB} = \frac{\text{Valor presente neto}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{RCB} = \frac{242.922.355}{257.786.492}$$

$$\text{RCB} = 0.94 \text{ veces}$$

La inversión inicial es recuperada 0.94 veces al cabo de los primeros cinco años de apertura de la empresa da un resultado bastante negativo para la viabilidad del proyecto, ya que no supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

**4.2.5.4 Tasa interna de retorno.** Con este cálculo se determina el porcentaje con el que la inversión inicial se reintegra a la empresa durante los primeros cinco años de actividad.

Esta técnica realiza la siguiente comparación:

Inversión inicial = Valor presente neto

\$=257.786.492 \$242.922.355

Para su determinación se toman dos tasas ( $t_1$  u  $t_2$ ) tentativas:

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN = \frac{106.213.508}{(1+0.10)^1} + \frac{111.574.183}{(1+0.10)^2} + \frac{117.202.893}{(1+0.10)^3} + \frac{123.113.037}{(1+0.10)^4} + \frac{129.318.689}{(1+0.10)^5}$$

$$VPN = 441.208.663.63$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = \frac{106.213.508}{(1+0,15)^1} + \frac{111.574.183}{(1+0,15)^2} + \frac{117.202.893}{(1+0,15)^3} + \frac{123.113.037}{(1+0,15)^4} + \frac{129.318.689}{(1+0,15)^5}$$

$$VPN = 388.473.010.81$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[ \begin{array}{l} 441.208.663.63 \text{ --- } 10\% \\ -17.205.282 \text{ ---- } X \end{array} \right]$$

$$388.473.010.81 \text{ ---- } 15\%$$

$$441.208.663.63 - 17.205.282 = 424.003.381.63$$

$$441.208.663.63 - 388.473.010.81 = 57.735.652.82$$

$$15\% - 10\% = 5\%$$

$$\frac{X}{5} = \frac{424.003.381.63}{57.735.652.82}$$

$$17.205.282 X = 424.003.381.63 (5)$$

$$X = 2.120.016.908.15 / 57.735.652.82$$

$$X = 36.71$$

$$X = 36.71\%$$

$$\text{TIR} = 10 + 36.71\%$$

$$\text{TIR} = 46.71\%$$

Finalmente este indicador permite que el proyecto sea muy atractivo puesto que la recuperación de la inversión inicial será de 46.71%.

#### **4.6 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de una empresa de logística de eventos infantiles en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.**

##### **4.6.1 Impacto social**

Emprender ideas de negocios en municipios como Ocaña, el cual se encuentra ubicado geográficamente como un punto crucial para los municipios del Catatumbo, la Capital Santandereana y Cúcuta, generan un gran impacto en la sociedad que ha sido golpeada por años por los flagelos del olvido estatal y del conflicto armado interno que se vive por décadas en Colombia.

De esta forma, la empresa de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda., es una idea de negocios, que permitirá en el municipio de Ocaña, brindar nuevas oportunidades de empleo, que a su vez aportaran al desarrollo social, cultural y económico del municipio, teniendo en cuenta que este municipio no cuenta con grandes fuentes de empleo, por que las personas deben implementar ideas de comercio no formales o destacarse en el sector público o privado para la conservación de una vinculación laboral estable.

La empresa empleara a cerca de 3 personas directamente, pero posteriormente a su extensión también permitirá nuevos empleos, como el transporte, publicidad, acompañamiento musical y a su vez permitirá desarrollo económico.

Finalmente será prioridad para la empresa la responsabilidad social, por lo cual también se implementaran políticas que involucren la cultura, los valores, los principios y demás en toda la sociedad ocañera, aportando al deporte, las artes y demás disciplinas que permiten una sociedad en paz.

#### **4.6.2 Impacto ambiental**

El mundo hoy en día está en busca de políticas de desarrollo sostenible que permitan resarcir el daño que ha sufrido el planeta por causa del mal uso de los recursos renovables y no renovables. En esta búsqueda la empresa Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda. , será una empresa

responsable en la que se crearan políticas del cuidado del medio ambiente como el uso responsable del agua, de la electricidad, de los medios de transporte tradicionales cambiados por la bicicleta, el uso racional del papel, buscando así disminuir el impacto al medio ambiente.

Dentro de su organización, se plantea la búsqueda de insumos poco agresivos con el medio ambiente, para de esta forma trabajar conscientemente acorde a los lineamientos constitucionales de un medio ambiente sano para todos los habitantes del territorio nacional.

Teniendo en cuenta, la actividad comercial de la empresa, también será necesario crear procesos de clasificación y desecho de los residuos que se recolecten en la elaboración en la prestación del servicio, pues estos pueden impactar de forma negativa el medio ambiente.

En el ámbito de la contaminación auditiva y visual, se planea de acuerdo con las estrategias planteadas utilizar medios de comunicación que reduzcan este impacto a través de medios como la radio y la televisión, entre otros.

## Conclusiones

Tras la culminación del proyecto y planteado el objetivo del diseño de un plan de negocios es posible concluir que el estudio de mercados arrojó una demanda del 93% de la población y que la oferta del servicio es ampliamente novedosa en el municipio de Ocaña, pues en el momento no existen en el mismo empresas que se dediquen a satisfacer las celebraciones de los pequeños y que se convierten en los mejores recuerdos en la edad adulta.

El estudio operativo se enmarcó en el diseño de las necesidades en recursos físicos, locativos, humanos y demás para la organización administrativa y a la prestación de un servicio de calidad.

Seguidamente se dio paso a elaborar el diseño del plan administrativo que se configuró en toda la organización institucional de la empresa con una misión, una visión, estableciendo sus estatutos legales como una sociedad limitada y bajo el nombre de Festejos y Eventos D'Ocaña Ltda.

Tras tener diseñada toda la organización, se llevó a cabo el diseño económico y financiero que permitió determinar la inversión que requiere la empresa para iniciar a funcionar y un resultado negativo en cuanto a la recuperación de la inversión y poco factible económicamente para desarrollarlo pues los gastos son altos y el presupuesto de la población bajo para invertir en esta idea de negocios en el municipio de Ocaña.

Y finalmente se establecieron los parámetros de impacto social y ambiental del proyecto, concluyendo que la idea de negocios es amigable con el medio ambiente, establece políticas de cuidado de los ecosistemas y reducción de la contaminación. En el ámbito social permitirá

oportunidades de empleo que tanto se requieren en la región geográfica del municipio de Ocaña, lo que a su vez contribuye positivamente a la sociedad y a la búsqueda de los fines del ser humano y del mismo Estado.

## **Recomendaciones**

Frente a las recomendaciones para la empresa se determinó que se requiere de una organización y planeación que determine las necesidades de acuerdo a los cambios continuos en cuanto a las celebraciones de cumpleaños infantiles y ofertar servicios más amplios que se lleven a otras celebraciones que también son importantes y que no se cubren en el municipio de Ocaña por ausencia de empresas con este objeto social.

Dentro del estudio técnico se recomienda a la empresa contar con un sistema de mantenimiento de los equipos para el entretenimiento pues estos ante el uso constante tienden a presentar fallas.

En el Estudio económico proyectar dentro del presupuesto campañas publicitarias más impactantes para lograr que la empresa se posicione de forma rápida en la sociedad del municipio de Ocaña y establecer una reducción de costos y más variedad de paquetes para llamar la atención del cliente.

Finalmente, en cuanto al impacto ambiental se recomienda la utilización de productos desechables ecoamigables con el medio ambiente y de reciclaje que permitan un menor impacto negativo al medio ambiente.

## Referencias

- Academia de Historia de Ocaña*. (2014). Recuperado el 01 de Mayo de 2018, de <http://academiaocana.blogspot.com.co/2014/11/club-ocana-120-anos-de-su-fundacion.html>
- Anzilutti, B. (2011, Pag. 2). *www.ineventos.com*. Recuperado el 01 de Mayo de 2018, de <https://www.ineventos.com/co/blog/que-es-un-evento.aspx>
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitucion Politica de Colombia* . Bogota: Legis.
- Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Chile: INTEC.
- Congreso de la República. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: Senado de la República.
- Congreso de la Republica, Ley 1014 (2006). Recuperado el 01 de Mayo de 2018, de [http://normograma.sena.edu.co/normograma/docs/ley\\_1014\\_2006.htm](http://normograma.sena.edu.co/normograma/docs/ley_1014_2006.htm)
- Coronell, G. L. (2008). *Plan De Negocio Para La Creación De Una Empresa Agroindustrial Destinada A La Transformación De Fresa En Pulpa En Bogota* . Pontificia Universidad Javeriana . Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis65.pdf>
- Cry, L. (2009). *Crear un plan de negocios*. Harvard Business Publishing.
- Definicion de Estudio Financiero*. (22 de Abril de 2018). Recuperado el 05 de Mayo de 2018, de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Departamento Nacional de Estadística DANE. (2017). *INFORME DE GESTION DEL SECTOR ESTADISTICO 2015-2016*. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/control\\_participacion/rendicion\\_cuentas/informe\\_gestion\\_sector\\_estadistico\\_DANE\\_2015-2016.pdf](https://www.dane.gov.co/files/control_participacion/rendicion_cuentas/informe_gestion_sector_estadistico_DANE_2015-2016.pdf)
- Economipedia*. (s.f.). Recuperado el 07 de Mayo de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

- emprendepyme*. (2011). Recuperado el 03 de Mayo de 2018, de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-plan-de-operaciones.html>
- Fischer, L., & Espejo, J. (s.f.). *Mercadotecnia, Tercera Edición*. Mc Graw Hill.
- Garzoz, R. i., & Autores, O. (2014). *Planes de Negocios para Emprendedores*. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos.
- Kotle, r. P., Cámara, D., Grande, I., Cruz, I., & Prentice, H. (s.f.). *Dirección de Marketing*. Edicion de Milenio.
- Revista Credencial. (2016). *La fiesta en Colombia*. Obtenido de <http://www.revistacredencial.com/credencial/historia/temas/la-fiesta-en-colombia>
- Sahlman, W. A. (s.f.). *Harvard Business Review*. Recuperado el 15 de Mayo de 2018, de <http://www.estrategiamagazine.com/administracion/claves-de-un-buen-plan-de-negocio/>
- Semana. (2005). Las fiestas de Colombia. *Semana*, 1.
- Thompson, I. (s.f.). *Promonegocios.net* . Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- UNAM. (s.f.). *Definicion de Estudio Economico*. Recuperado el 03 de Mayo de 2018, de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>
- Varela, R. (2001). *innovación empresarial- arte y ciencia en la creación de empresas*.
- Velasco, F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocio*. Editorial Paidós.
- Velásquez, J. (2007). El emprendimiento en la teoría económica. FACES.

## **Apéndices**

## Apéndice A. Encuesta para habitantes del municipio de Ocaña

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Objetivo:** Determinar la factibilidad de la creación de una empresa de logística para eventos de niños en el municipio de Ocaña.

### 1. Datos generales

Edad:	Sexo:
<input type="radio"/> 18 a 20 años <input type="radio"/> 21 a 30 años <input type="radio"/> 31 a 40 años <input type="radio"/> 41 a 50 años <input type="radio"/> 51 a 60 años <input type="radio"/> 61 y +:	<input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Masculino
Profesión:	Nivel de escolaridad
<input type="radio"/> Ama de casa <input type="radio"/> Estudiante <input type="radio"/> Empleado de empresa publica <input type="radio"/> Empleado de empresa privada <input type="radio"/> Independiente <input type="radio"/> Otro	<input type="radio"/> Básica primaria <input type="radio"/> Educación Media <input type="radio"/> Pregrado <input type="radio"/> Postgrado <input type="radio"/> Ninguno

2. ¿Ha asistido a fiestas o eventos sociales de niños? Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

3. ¿A qué tipo de evento ha asistido? Bautizos \_\_\_\_\_ Primeras comuniones \_\_\_\_\_ Otros  
¿cuál? \_\_\_\_\_
4. ¿Con que frecuencia asiste a ese tipo de eventos?  
Semanal \_\_\_\_\_ quincenal \_\_\_\_\_ mensual \_\_\_\_\_ cada 2 o 3 meses \_\_\_\_\_  
Semestral \_\_\_\_\_ anual \_\_\_\_\_
5. En que temporadas del año usted organiza sus eventos personales o familiares  
Principio de año \_\_\_\_\_ Mitad de Año \_\_\_\_\_ Final de año \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_
6. Cuánto dinero emplea para organizar sus eventos personales o familiares  
Entre \$500.000 a \$800.000 \_\_\_\_\_ Entre \$800.000 a \$1.400.000 \_\_\_\_\_ Entre \$1.400.000 a  
\$2.000.000 \_\_\_\_\_ Más de \$2.000.000 \_\_\_\_\_
7. ¿A qué sitio acude para adquirir los productos necesarios para la realización de su fiesta o  
evento social?  
Piñaterías \_\_\_\_\_ salón de eventos \_\_\_\_\_ empresas especializadas fuera del municipio \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_
8. ¿Ha utilizado los servicios de una casa de eventos? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_
9. Si respondió si a la pregunta 8, ¿Con qué frecuencia contrata los servicios para algún  
festejo? Mensual \_\_\_\_\_ bimensual \_\_\_\_\_ trimestral \_\_\_\_\_ anual \_\_\_\_\_

10. ¿Le gustaría que en el municipio de Ocaña se creara una casa de festejos que le prestara todos los servicios necesarios para su fiesta o evento social para niños?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

11. Le gustaría que la empresa se ubicara en la zona:

- Céntrica
- Norte
- Sur
- Otra \_\_\_\_\_

12. ¿Estaría dispuesto a adquirir los servicios de logística para eventos de niños?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

13. ¿Qué tipo de servicios quisiera que la casa de eventos prestara?

- Música en vivo
- Meseros
- Buffet o comida
- Animación
- Decoración
- Fotografía y Filmación

Paquete: Si \_\_\_\_ No

14 De acuerdo a lo que usted respondió en la pregunta anterior, ¿Qué precio estaría dispuesto a cancelar por ese paquete del servicio?

Entre \$400.000 a \$800.000 \_\_\_\_ Entre \$800.000 a \$1.400.000 \_\_\_\_ Entre \$1.400.000 a \$2.000.000 \_\_\_\_ Más de \$2.000.000 \_\_\_\_

15. ¿Cuál es el medio de comunicación que usa con más frecuencia?

- Redes sociales
- Radio
- Televisión
- Correo Electrónico

**Apéndice B. Evidencia Fotográfica**



