

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO			1(79)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	LORENA PAOLA PÁEZ MENESES YERALDIN CONTRERAS RAMÍREZ
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIRECTOR	DAMARYS VERGEL QUINTERO
TÍTULO DE LA TESIS	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISFRACES EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL DESARROLLO DEL PRESENTE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DISFRACES EN LA CIUDAD DE OCAÑA, N.S., TUVO COMO PUNTO DE PARTIDA, EL DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS, LOS CUALES CONSISTIERON EN: IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, OFERTA, DEMANDA, PRECIOS, CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADOS; DESARROLLAR UN ESTUDIO TÉCNICO, QUE PERMITA DETERMINAR LA LOCALIZACIÓN, EL TAMAÑO DEL PROYECTO, DISTRIBUCIÓN EN PLANTA, PROCESO DE PRODUCCIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y HUMANOS

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 79	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 4	CD-ROM: 1
-------------	---------	------------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DISFRACES EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

**LORENA PAOLA PÁEZ MENESES
YERALDIN CONTRERAS RAMÍREZ**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2016**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DISFRACES EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

**LORENA PAOLA PÁEZ MENESES
YERALDIN CONTRERAS RAMÍREZ**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
Administrador de Empresas**

**Director
DAMARYS VERGEL QUINTERO
Especialista**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2016**

CONTENIDO

	pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	15
<u>1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DISFRACES EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER</u>	16
<u>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	16
<u>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.</u>	16
<u>1.3 OBJETIVOS</u>	16
1.3.1 Generales	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
<u>1.4. JUSTIFICACION</u>	17
<u>1.5 DELIMITACIONES</u>	17
1.5.1 Conceptual	17
1.5.2 Operativa	18
1.5.3 Temporal	18
1.5.4 Geográfica	18
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	19
<u>2.1 MARCO HISTÓRICO</u>	19
2.1.1 Historia a nivel mundial.	19
2.1.2 Historia a nivel nacional	20
2.1.3 Historia a nivel local.	21
<u>2.2 MARCO TEÓRICO</u>	21
2.2.1 Teoría de la Empresa.	21
2.2.2 Teoría del Valor Trabajo.	21
2.2.3 Teoría del proceso administrativo.	22
<u>2.3 MARCO CONCEPTUAL</u>	23
2.3.1 Estudio de factibilidad	23
2.3.2 Estudio de mercados	23
2.3.3 Estudio técnico	24
2.3.4 Estudio administrativo	25
2.3.5 Estudio financiero	25
2.3.6 Evaluación económica	27
2.3.7 Evaluación social	27
2.3.8 Evaluación ambiental	27
<u>2.4 MARCO LEGAL</u>	28
2.4.1 Constitución Política Nacional.	28
2.4.2 Código de Comercio.	28
<u>3. DISEÑO METODOLÓGICO</u>	31

3.1	<u>TIPO DE INVESTIGACIÓN</u>	31
3.2	<u>POBLACIÓN</u>	31
3.3	<u>MUESTRA</u>	31
3.4	<u>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</u>	33
3.5	<u>PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN</u>	33
4.	<u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	34
4.1	<u>ESTUDIO DE MERCADOS PARA IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, OFERTA, DEMANDA, PRECIOS, CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN</u>	34
4.1.1	Análisis de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Ocaña.	34
4.1.2	Descripción del producto	46
4.1.2.1	Características de la empresa.	46
4.1.3	Descripción de la Demanda	47
4.1.4	Determinación de la Oferta	47
4.1.4.1	La competencia	47
4.1.5	El Precio ³	47
4.1.6	Canales de Distribución	49
4.1.7	Publicidad	50
4.2	<u>ESTUDIO TÉCNICO, QUE PERMITE DETERMINAR LA LOCALIZACIÓN, EL TAMAÑO DEL PROYECTO, DISTRIBUCIÓN EN PLANTA, PROCESO DE PRODUCCIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y HUMANOS</u>	50
4.2.1	Localización	50
4.2.1.1	Macro localización	50
4.2.1.2	Micro localización	50
4.2.2	Requerimiento Físico	50
4.2.3	Tamaño del Proyecto	51
4.2.4	Distribución en planta	52
4.2.5	Proceso de producción del producto	52
4.2.6	Necesidades del recurso humano	52
4.3	<u>ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL, DONDE SE PLANTEE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LOS ASPECTOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.</u>	53
4.3.1	Organigrama	53
4.3.2	Manual de funciones	53
4.3.3	Manual de procedimientos.	57
4.3.4	Requisitos Legales	59
4.4	<u>ESTUDIO FINANCIERO, QUE PERMITA CONOCER LA INVERSIÓN COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO.</u>	60
4.4.1	Gastos de funcionamiento	60
4.4.2	Gastos de personal.	61
4.4.3	Impuesto, contribuciones y tasas	62
4.4.4	Ingresos	63
4.4.5	Depreciación y diferidos	63

4.4.6 Capital de trabajo	64
4.4.7 Balance inicial	65
4.4.8 Estado de resultados proyectado	66
4.5 <u>EVALUACIÓN ECONÓMICA, PARA IDENTIFICAR LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO</u>	68
4.5.1 Valor presente neto (VPN)	68
4.5.2 Valor actual neto	68
4.5.3 Razón costo beneficio (RCB)	69
4.5.4 Tasa interna de retorno	70
4.6 <u>IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL QUE GENERA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO</u>	70
4.6.1 Estudio social	70
4.6.2 Estudio ambiental	70
5. <u>CONCLUSIONES</u>	71
6. <u>RECOMENDACIONES</u>	72
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	73
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	74
<u>ANEXOS</u>	75

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Opinión si se ha disfrazado alguna vez	34
Tabla 2. Hijos que tienen	35
Tabla 3. Disfraza a sus hijos	36
Tabla 4. Disfraces que le gusta	37
Tabla 5. Temporada del año en la que utiliza disfraces	38
Tabla 6. Manera de adquirir el disfraz	39
Tabla 7. Sitio donde acude adquirir el disfraz	40
Tabla 8. Opinión sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	41
Tabla 9. Disposición para adquirir productos de la nueva empresa	42
Tabla 10. Precio dispuesto a pagar por un disfraz	43
Tabla 11. Sector preferido para la ubicación de la empresa	44
Tabla 12. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la empresa	45
Tabla 13. Equipos de oficina, muebles y enseres	51
Tabla 14. Equipo de computación, comunicación y otros	51
Tabla 15. Maquinaria y equipo	51

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. Opinión si se ha disfrazado alguna vez	34
Gráfica 2. Hijos que tienen	35
Gráfica 3. Disfraz a sus hijos	36
Gráfica 4. Disfraces que le gusta	37
Gráfica 5. Temporada del año en la que utiliza disfraces	38
Gráfica 6. Manera de adquirir el disfraz	39
Gráfica 7. Sitio donde acude adquirir el disfraz	40
Gráfica 8. Opinión sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	41
Gráfica 9. Disposición para adquirir productos de la nueva empresa	42
Gráfica10. Precio dispuesto a pagar por un disfraz	43
Gráfica 11. Sector preferido para la ubicación de la empresa	44
Gráfica 12. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la empresa	45

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Logotipo propuesto.	46
Figura 2. Canal de distribución.	49
Figura 3. Flujograma de proceso de producción.	52
Figura 4. Organigrama Propuesto	53

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Proyección de la demanda.	47
Cuadro 2. Materiales directos.	47
Cuadro 4. Costos de mano de obra directa.	48
Cuadro 6. Determinación de los CIF	48
Cuadro 8. Proyección del precio.	48
Cuadro 9. Procedimiento para el control contable.	49
Cuadro 10. Procedimiento de compras.	58
Cuadro 11. Proceso de almacenamiento y venta de productos.	58
Cuadro 12. Gastos de funcionamiento.	59
Cuadro 13. Servicios públicos requeridos para el funcionamiento.	60
Cuadro 14. Arriendo requerido para el funcionamiento de la empresa Disfralandia.	61
Cuadro 15. Sueldos de personal	61
Cuadro 16. Honorarios	61
Cuadro 17. Gastos de Personal.	62
Cuadro 18. Resumen de gastos año 1	62
Cuadro 19. Proyección anual de los gastos operacionales.	63
Cuadro 20. Ingresos operacionales	63
Cuadro 21. Proyección de ingresos operacionales.	63
Cuadro 22. Proyección de costos.	63
Cuadro 24. Amortización de diferidos	64
Cuadro 25. Estado de resultados proyectado.	64
Cuadro 26. Flujo de caja	66

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta	76
Anexo B. Distribución en planta	79

RESUMEN

El desarrollo del presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, N.S., tuvo como punto de partida, el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales consistieron en: Identificar las características del producto, oferta, demanda, precios, canal de distribución y las estrategias de publicidad y promoción mediante un estudio de mercados; desarrollar un estudio técnico, que permita determinar la localización, el tamaño del proyecto, distribución en planta, proceso de producción y los requerimientos físicos y humanos; realizar un estudio administrativo y legal, donde se plantee la estructura organizacional y los aspectos legales para la constitución de la empresa; efectuar un estudio financiero, que permita conocer la inversión costos y gastos del proyecto; identificar la rentabilidad del proyecto a través de una evaluación económica; y, finalmente, analizar el impacto social y ambiental que genera la puesta en marcha del proyecto.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio fueron los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, por ser este municipio el eje para la puesta en marcha de la empresa, utilizando como instrumento la encuesta, siendo analizados sus resultados en forma cuantitativa de cada una de las respuestas brindadas.

En la realización del proyecto se pudo conocer la buena aceptación de la productora y comercializadora de disfraces y de los servicios a ofrecer, aun así, el estudio financiero y la evaluación económica permitió conocer que la misma no es rentable, ya que los ingresos no alcanzan a cubrir los gastos y costos demandados por la empresa.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de grado titulado estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, N.S., tiene como factor de importancia la proyección del municipio.

Con el presente proyecto se busca conocer la viabilidad en la ciudad de Ocaña del posicionamiento de una empresa de innovación en la región, en donde hasta la actualidad no se cuenta con una empresa que fabrique y a la vez comercialice disfraces; por tal motivo se hace necesario realizar un diagnóstico situacional a través de la técnica de la encuesta sobre la aceptación o rechazo de los productos a ofertar, de la misma forma se realizaron los estudios de mercados, financiero y económico, los cuales determinaron la viabilidad, rentabilidad, recursos e incidencias de la creación de esta nueva empresa en la ciudad de Ocaña.

Para llevar a cabo la realización del proyecto se formularon los siguientes objetivos con su respectiva metodología: Identificar las características del producto, oferta, demanda, precios, canal de distribución y las estrategias de publicidad y promoción mediante un estudio de mercados; desarrollar un estudio técnico, que permita determinar la localización, el tamaño del proyecto, distribución en planta, proceso de producción y los requerimientos físicos y humanos; realizar un estudio administrativo y legal, donde se plantee la estructura organizacional y los aspectos legales para la constitución de la empresa; efectuar un estudio financiero, que permita conocer la inversión costos y gastos del proyecto; identificar la rentabilidad del proyecto a través de una evaluación económica; y, finalmente, analizar el impacto social y ambiental que genera la puesta en marcha del proyecto.

Los resultados fueron negativos, teniendo en cuenta que luego de realizado el estudio financiero la demanda potencial no alcanza para cubrir los gastos demandados por la empresa.

1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DISFRACES EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Estamos en un mundo donde la vestimenta se ha convertido en una manera de llamar la atención o distraer, más aún cuando se trata de eventos especiales, como fiestas de disfraces, integración, desfiles, carnaval, entre otros. Un disfraz es una vestimenta u ornamenta diseñada, con fines diversos como artísticos, religiosos, promocionales o de otro género; una persona puede disfrazarse para representar un personaje real o ficticio en un evento o circunstancia especial tal como un carnaval, una fiesta de disfraces o una obra teatral.

Ocaña es una ciudad de gente muy sociable y alegre, donde sus habitantes realizan toda clase de celebraciones tanto a nivel familiar como de comunidad, es así como se puede apreciar fiestas importantes como los carnavales, el desfile de los genitores entre otros, donde las personas se disfrazan para vivir intensamente cada una de estas ocasiones,

Ocaña carece de una empresa dedicada a confeccionar disfraces, quizás se encuentren sitios donde se alquilan los mismos o personas dedicadas a la costura, que entre otras cosas, elaboran algún disfraz para determinada persona, pero no se encuentra un sitio donde se elaboren disfraces para diferentes ocasiones.

Por tal razón es necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que produzca y comercialice disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander que permita a sus habitantes y de la provincia, contar con un sitio donde obtener estas prendas de vestir, sin necesidad de alquilarlas o viajar a otros lugares para conseguirlas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general. Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, N.S.

1.3.2 Objetivos específicos. Identificar las características del producto, oferta, demanda, precios, canal de distribución y las estrategias de publicidad y promoción mediante un estudio de mercados.

Desarrollar un estudio técnico, que permita determinar la localización, el tamaño del proyecto, distribución en planta, proceso de producción y los requerimientos físicos y humanos.

Realizar un estudio administrativo y legal, donde se plantee la estructura organizacional y los aspectos legales para la constitución de la empresa.

Efectuar un estudio financiero, que permita conocer la inversión costos y gastos del proyecto.

Identificar la rentabilidad del proyecto a través de una evaluación económica.

Analizar el impacto social y ambiental que genera la puesta en marcha del proyecto.

1.4 JUSTIFICACION

En la ciudad de Ocaña es necesaria la creación de una empresa que fabrice y comercialice disfraces para toda ocasión, que facilite a sus habitantes y de los pueblos circunvecinos la adquisición de los mismos, dada la demanda que en los últimos tiempos se ha visto en la región.

El proyecto propone una alternativa para la ciudadanía en general, ya que esta vestimenta puede ser llevada por personas desde los cero años hasta edades avanzadas, siempre y cuando exista ese espíritu que los incentive a lucir esta clase de prendas en cualquier época del año.

El mercado al cual va dirigida la propuesta, es extenso, debido que en la provincia existen muchas personas que tienen la necesidad de adquirir esta clase de productos, para lo cual se pretende disponer de mecanismos estratégicos de publicidad, con el fin de impulsar y promocionar dicha empresa. Será tarea del desarrollo de este proyecto crear, estructurar y dar un ordenamiento tanto en la parte funcional como administrativa de la actividad desarrollada, buscando la posibilidad de enfrentarla a hechos que la proyecten al entorno, regional y por qué no al nacional.

Además se considera como una gran posibilidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos por las autoras, dentro de su proceso de formación académica, y por consiguiente aportar al desarrollo socioeconómico de la región al generar esta iniciativa empresarial.

1.5 DELIMITACIONES

1.5.1 Conceptual. En la realización de este estudio se tendrán en cuenta temáticas relacionadas con estudio de mercados, estudio técnico, estudio financiero, estudio administrativo y legal, evaluación económica, social y ambiental.

1.5.2 Operativa. El cumplimiento de los objetivos del siguiente estudio puede ser afectado por distintos factores. De surgir en el desarrollo del mismo, algún inconveniente que amerite modificaciones significativas, éstas serán consultadas con el director del mismo y comunicadas al Comité Curricular.

1.5.3 Temporal. La realización del proyecto tendrá duración de ocho (8) semanas, como se muestra en el cronograma de actividades.

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en la ciudad de Ocaña, N.S.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 Historia a nivel mundial de los disfraces. En la noche del 31 de octubre los Druidas fabricaban una enorme fogata de año nuevo; quemaban animales, cosechas y seres humanos como sacrificios a su dios sol y a Samhain, su dios de la muerte. Durante esta ceremonia diabólica la gente usaba disfraces hechos de cabezas y pieles de animales, entonces practicaban adivinación, saltaban sobre las llamas o corrían a través de ellas, bailaban y cantaban, todo esto era hecho para ahuyentar a los malos espíritus. Los disfrazados iban de casa en casa, cantando y bailando sus máscaras con sangre coagulándose y sus grotescos disfraces servían para verse ellos mismos como espíritus malignos, y así engañar a los espíritus que entrarían ese día y evitar ser lastimados por ellos.

Los Druidas o sacerdotes, eran ministros quienes asimismo realizaban sacrificios humanos como ofrendas que servían para apaciguar la ira de los dioses, "La Vigilia de Samhain" era pronunciado en la primera Bretaña So-wein, en un intento de cristianizar este día de adoración pagana, en el año 800 la Iglesia Romana movió el Día de Todos los Santos del mes de mayo al día 1 de noviembre.

En inglés este día se llama el "AllHallowa's Day" que pronto se acostumbró llamar "AllHallowea'en", y que pronto fue abreviado a Halloween que hoy en día conocemos.

Los satanistas establecieron entonces la noche anterior, el 31 de octubre, como la noche de "Todos los Demonios", para que estos penetraran la noche anterior, consagrándola mediante hechizos, maldiciones y horrores.

También existe otra teoría del origen de disfrazarse, la tradición de "disfrazarse" y de elaborar los famosos "Halloween costumes" en la noche de Halloween es relativamente reciente, hoy día en la noche de Halloween, pandillas de muchachos disfrazados recorren las calles con sus calabazas hechas faroles y asaltan las casas de sus vecinos con el unánime grito "trato o truco".

Dicen que nació en Francia entre los siglos XIV y XV, durante la celebración de la "Fiesta de Todos los Santos" cuando Europa estaba azotada por la peste bubónica. La plaga provocó entre los católicos un gran miedo a la muerte y, de rebote, exaltó su creatividad.¹

Las "misas" en la fiesta de los "Difuntos" se multiplicaron y nacieron muchas representaciones artísticas que le recordaban a la gente su propia mortalidad. Estas representaciones eran conocidas como la "Danza de la Muerte" y con el tiempo dieron lugar a una auténtica "fiesta de disfraces" con la muerte como denominador común. Pero también

¹ANIM-ART.Origen de los disfraces (online). 1 ed. [s.l.]: Anim-Art, 2012. [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.anim-art.com/index.php/EL-ORIGEN-DE-LOS-DISFRACES.html>

según algunos historiadores, la costumbre de usar disfraces tiene otro origen muy distinto, aunque medieval y antiguo.

En la Edad Media algunos bandoleros se aprovechaban y cometían fechorías disfrazados y cubiertos con terribles máscaras, extendiendo el rumor entre los campesinos de que los espíritus eran los culpables, la credulidad de la gente contribuyó al crecimiento del mito y también del número de forajidos que usaban máscaras para realizar tropelías.

Hoy en día el hecho de disfrazarse es totalmente festivo, el símbolo de una transformación no sólo de cuerpo, sino también de espíritu. Al igual que sucede con el Carnaval, en Halloween el disfraz es una especie de talismán contra la muerte, para que pase de largo, los disfraces son pues una burla inofensiva contra la muerte, algo que no acaba de congeniar como ya hemos visto con la tradición católica más puritana.

Felizmente, no todo es miedo y terror en la noche de Halloween. Con el tiempo y en razón de que los niños también pasaron a sumar en esta celebración, los disfraces de Halloween sufrieron algunas alteraciones. Siguen habiendo los disfraces de brujas, fantasmas, Frankenstein, momias, hombre sin cabeza, etc., pero a esos se sumaron disfraces de animales, de hadas, y de otros buenos personajes. Al fin y al cabo, de lo que se trata es dejar volar la imaginación de los niños a través de los disfraces.²

2.1.2 Historia a nivel nacional de los disfraces. Colombia es uno de los países de Latinoamérica en el que el Halloween se vive con gran intensidad. En este país, Halloween se ha vuelto una celebración muy popular y se han adoptado las costumbres y tradiciones de los Estados Unidos.

Tal como ocurre en otros países, en Colombia los niños acostumbran a ponerse disfraces y a salir a recorrer las calles de sus vecindarios. Sin embargo, se ha vuelto muy característico de este país que los niños digan “Triquitriqui Halloween. Quiero dulces para mí. Si no hay dulces para mí, se le crece la nariz!” Es probable que esta frase característica provenga del tradicional “truco o trato”, pero el “triquitriqui” se ha convertido en una característica del Halloween colombiano.

Durante esta época del año, las calles de las distintas ciudades colombianas suelen decorarse con imágenes asociadas a esta celebración, como las brujas, calaveras, arañas, calabazas, etc. Todo esto hace que esta fecha se vuelva muy entretenida.³

A pesar de no encontrarse un relato veraz de cómo fueron los orígenes de los disfraces en Colombia, se tiene que llegaron a nuestro país desde que se inició el Halloween y que desde

² ROSSO, Micaela. Historia de los disfraces. (online) 1 ed. [s.l.]: Guía infantil, 2014. [citado 23 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.guiainfantil.com/articulos/celebraciones/halloween/el-origen-de-los-disfraces-en-la-noche-de-halloween/>

³ GARCÍA, A. Disfraces en Colombia. (online) 1 ed. [Bogotá]: s.n., 2015. [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://fiestas.elembarazo.net/halloween-en-colombia.html>

esos tiempos hasta la presente, el disfraz ha sido una manera de diversión, no solo en los niños, también en los adultos. Este atuendo en Colombia no tiene edad para lucir, solo las ganas y el carisma de llevar un disfraz.

2.1.3 Historia a nivel local de los disfraces. No se encontró documentación al respecto.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Teoría de la Empresa. Estudio del comportamiento de las organizaciones empresariales, de cómo compran las materias primas, de las técnicas de producción, de las cantidades que producen y de cómo fijan los precios. La teoría tradicional supone que la empresa pretende maximizar beneficios. Las interpretaciones más recientes intentan tener en cuenta las complejas características de las empresas modernas, que suelen tener varias líneas de producción y en las que asumir decisiones se logra, en mayor o menor medida, de forma descentralizada. Así, según las concepciones modernas, las empresas prefieren aplazar el objetivo de la maximización de ganancias para lograr beneficios satisfactorios e intentan maximizar las ventas o el crecimiento de la empresa.

La teoría basada en el comportamiento de la empresa reconoce que en las grandes compañías es inevitable que existan conflictos entre individuos y subgrupos, y que los objetivos de la organización dependan de las consecuencias de estos conflictos. Los defensores de esta teoría afirman que las empresas deberían tener varios objetivos (incrementar su producción, su cuota de mercado, el valor de sus acciones, sus ventas y beneficios), y cada uno de estos objetivos un directivo responsable. Estos directivos diseñarán líneas de acción para alcanzar sus objetivos, pero en ocasiones habrán de llegar a acuerdos con los responsables de otros departamentos, que pueden tener objetivos diferentes. De las negociaciones entre los directivos surgirán los fines globales de la organización. Además, esta teoría defiende que, a diferencia de la teoría tradicional que suponía que la adopción de decisiones se hacía de modo racional, en la práctica los objetivos se alcanzan de forma imperfecta y, por lo tanto, pueden ser incompatibles con las políticas existentes. Por otra parte, esta teoría afirma que los objetivos pueden cambiar con el tiempo por diversas causas, como la experiencia acumulada o la falta de comunicación entre los altos ejecutivos y los ejecutivos intermedios (en quienes se suelen delegar importantes decisiones), que a veces hacen difícil el cumplimiento de los objetivos impuestos por los altos directivos.

La teoría del comportamiento de las empresas parte de dos supuestos. Uno es que los propietarios de las grandes empresas no tienen el control de las mismas; en otras palabras, serían los directivos de las empresas, y no los accionistas, los que imponen los objetivos reales de la empresa. El otro supuesto es que los directivos están más interesados en la producción y las ventas, por ejemplo, que en los beneficios, porque son la producción y las ventas las que demuestran su eficacia en la gestión.

2.2.2 Teoría del Valor Trabajo. Teoría del valor trabajo, principio que afirma que el valor de un bien o servicio depende de forma directa de la cantidad de trabajo que lleva

incorporado. Adam Smith pensaba que el trabajo era la unidad de medida exacta para cuantificar el valor, pero no el factor determinante de los precios. Durante los 25 años posteriores al fallecimiento de Smith, David Ricardo desarrolló la teoría del valor trabajo en sus Principios de economía política y de la imposición (1817) en la que afirmaba que todos los costos de producción son, de hecho, costos laborales que se pagan, bien de una forma directa o bien acumulándolos al capital (por ejemplo, maquinaria adquirida gracias al esfuerzo de los trabajadores). Por ello se defendía que los precios dependerían de la cantidad de trabajo incorporado en los bienes o servicios. Sin embargo, el posible fallo de la teoría es que si dos bienes se producen utilizando la misma cantidad de factor trabajo, pero uno de ellos utiliza más factor capital, el productor del bien intensivo en capital tendrá que recoger el valor de este capital e incluirlo en el precio si quiere obtener la misma tasa de beneficios o ganancias que la del productor del bien intensivo en trabajo. No obstante, la teoría del valor basada en el trabajo se convirtió en un principio fundamental en el pensamiento económico de Karl Marx, que suponía que sólo el factor trabajo podía crear valor.⁴

2.2.3 Teoría del proceso administrativo. Henri Fayol, de origen francés, es para algunos, el autor más distinguido de la teoría administrativa. Señaló que la teoría administrativa se puede aplicar a toda organización humana (universalidad). Se le considera el padre del proceso administrativo, y creador e impulsador de la división de las áreas funcionales para las empresas.

Los primeros trabajos de Henri Fayol, representan la escuela de la teoría del "Proceso Administrativo". En el año de 1916 publicó el libro *Administration Industrielle et Générale* (Administración Industrial y General). El libro compendia sus opiniones sobre la administración adecuada de las empresas y de las personas dentro de éstas.

Fayol identificó cinco reglas o deberes de la administración:

Planeación: diseñar un plan de acción para el mañana.

Organización: brindar y movilizar recursos para la puesta en marcha del plan.

Dirección: dirigir, seleccionar y evaluar a los empleados con el propósito de lograr el mejor trabajo para alcanzar lo planificado.

Coordinación: integración de los esfuerzos y aseguramiento de que se comparta la información y se resuelvan los problemas.

Control: garantizar que las cosas ocurran de acuerdo con lo planificado y ejecución de las acciones correctivas necesarias de las desviaciones encontradas.

⁴UNAL. Teoría Del Valor Trabajo. [Online]. [s.l.]: UNAL, 2006. [Citado 18 jun., 2015]. Disponible en Internet En: [http://www.fce.unal.edu.co/docs/ Teoría Del Valor Trabajo. _092-1997.pdf](http://www.fce.unal.edu.co/docs/Teoría%20Del%20Valor%20Trabajo._092-1997.pdf) p.2

Más importante aún, Fayol creía que la administración se podía enseñar. Le interesaba mucho mejorar la calidad de la administración y propuso varios principios para orientar el quehacer administrativo.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Estudio de factibilidad. Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.⁵

2.3.2 Estudio de mercados. Es una técnica sistematizada de recopilación e interpretación de datos que sirven a la dirección de una empresa, para la adecuada toma de decisiones para establecer así una correcta política de mercado: tiene como objetivo proporcionar una información útil para la identificación y solución de los diversos problemas de la empresa.

Con el proyecto se busca, primeramente, hacer un estudio de mercados con el fin de conocer la aceptación para la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, recopilando e interpretando la información necesaria que le permita mejorar la política de mercadeo y ampliar la cobertura del mercado.

Mercado. Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros.

Demanda. Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un número de factores que determinaran la cantidad de producto solicitado o demandado.

Los determinantes de la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutivos, y el precio de los bienes complementarios.

Oferta. Pretende explicar el comportamiento de los agentes económicos que actúan como productores, especialmente las empresas, análisis que requiere la aplicación de la teoría de la empresa.

⁵MENDOZA VARELA, EDUARDO. Estudio de factibilidad. Tunja, Academia Boyacense de Historia, 1986. P 45

Teniendo completamente claro estos dos conceptos de demanda y oferta se buscara un equilibrio en el mercado donde se satisfaga tanto el productor como los clientes para que no existan inconformidades entre ellos.

Servicio.⁶ Al hablar de servicio se hace referencia a todo que se puede ofrecer a determinado mercado para que se adquiera, se use, se consuma o se le preste atención con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad. El servicio puede llegar a ser tangible o intangible. Las características del servicio son eficacia, funcionalidad, rapidez, oportunidad, atención al usuario, honradez, conformidad.

Es lo contrario de un bien, y que éste no es percibido por los sentidos, la competencia, las mejores tecnologías, las necesidades de los consumidores, los costos de y el valor agregado que le pueda incorporar. Por esto, es importante que la empresa identifique el servicio que va a prestar para que el establecimiento de estrategias y políticas concernientes a ellas.

A cada servicio le debe ejecutar un estudio de mercados que se refiere al registro, control y análisis de datos relacionados con problemas de mercado de bienes/servicios; lo anterior implica una planeación de cada una de las etapas de la investigación para que su interrelación contribuya al logro de objetivos del estudio, el estudio de mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y suministro de la información precisa necesario para la toma de decisiones en el área del mercado

Publicidad. Actividades que intervienen en la presentación de un mensaje pagado, no Personal, de un patrocinador identificado respecto a una organización y a sus productos, servicios o ideas. La publicidad debe ser clara y sencilla pero sobre todo que sea fácil de captar. La publicidad es una forma impersonal de comunicación pagada por un patrocinador identificado y que se comunica a través de los medios de publicidad masivos como periódicos, revista, televisión, radio, correo, vehículos de transporte y anuncios exteriores. La publicidad no es tan precisa como lo son otros medios promocionales puesto que se orienta a grupos masivos más que a consumidores individuales, debe utilizar atractivos básicos - sexo, prestigio, estima, hambre para captar la atención de los receptores. En resumen, los mensajes de publicidad no se pueden dirigir a ningún individuo en lo particular.

Ciente. Tomando como base la definición de demanda, oferta y plaza, el cliente es el cuarto factor, que interviene dentro de esta cadena pues es el que satisface necesidades y el que hace un negocio rentable.

2.3.3 Estudio técnico. El estudio técnico, como etapa de formulación del proyecto supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y obviamente la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sea consecuente con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

⁶ FISCHER DE LA VEGA Laura, ESPEJO Jorge. Investigación de mercados. 4 ed McGraw-Hill. Mexico 1993. p.162. ISBN 9786071505392

Entre sus ítems se encuentran la definición de la capacidad de proyecto, que viene siendo la cantidad de producción o prestación de un servicio por unidad de tiempo; la capacidad instalada, que es la capacidad máxima disponible permanentemente.

De igual manera, se define la distribución interna, donde cada uno de los muebles y equipos participan en el proceso de prestación del servicio se dispone en forma tal que garantice condiciones de trabajo y seguridad, una eficaz utilización del espacio disponible, una mejor movilización de los insumos y una mayor eficiencia en la operación.

La localización define el análisis de diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

Otro factor del estudio técnico es la consecución de mano de obra es decir; la cantidad y calidad de mano de obra depende de muchos factores, pero principalmente de tipo de empresa, producto, servicio, tecnología y el costo de la misma.

2.3.4 Estudio administrativo. Otra de las etapas que conlleva al proyecto es el estudio administrativo, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, identificación de canales de comunicación y definición de personal necesario para la operación de la entidad; como fase del estudio de factibilidad presenta componentes, tales como la misión que constituye el propósito general de una organización y en cuyo logro deben ir enfocados los planes y recursos de la entidad; los estatutos o normas internas que le permitan a una empresa tener calidad sobre su funcionamiento, manejo y disposiciones legales. Así mismo, el manual de funciones y organigrama, el primero se presenta como una herramienta organizacional en la que se describe las funciones que tienen los trabajadores en su respectivo cargo, recopila las actividades de cada operario, los requisitos, dependencia que pertenece y la definición del cargo. El organigrama es la representación gráfica de la estructura formal empresarial, siendo su importancia la comprensión de las relaciones de autoridad y empalme entre los órganos de nuevo ente.⁷

2.3.5 Estudio financiero. El estudio financiero, es la técnica que permite analizar los estatutos contables de la empresa, con el fin de tomar decisiones encaminadas a la optimización de los recursos financieros y a la planeación y control financiero de la empresa. La evaluación de los costos y gastos contra los ingresos y en base al resultado se toma la decisión más conveniente. En este estudio se empieza a jugar con los números, los egresos e ingresos que se proyectan, a un periodo dado, arrojando un resultado sobre el cual el inversionista fundamentará su decisión.

Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la operación de la planta, que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores

⁷RAMÍREZ CARDONA, Carlos. Teoría y enfoques sobre administración. Santa Fe de Bogotá, 1998. P. 69-171.

que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. La que es muy importante para la toma de decisiones, ya que la información obtenida debe de servir como base de la decisión tomada. Demostrar la rentabilidad económica del proyecto, de igual manera la viabilidad financiera del proyecto y aportar las bases para su evaluación económica.

Elementos que lo componen el estudio financiero.

Identificar, clasificar y programar las inversiones a realizar en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones se consideran los recursos indispensables para la instalación de cualquier tipo de empresa, independientemente de su giro. Estas inversiones constituyen el capital fijo, la inversión diferida o activo diferido y el capital de trabajo de un proyecto.

Conjuntar los datos del programa de producción y venta formulados en los estudios de mercado, ingeniería y administrativo; incluidos volúmenes de producción y venta, precios alternativos de mercado, elementos a bases técnicas para la determinación de los costos de producción así como de las inversiones a realizar.

Formular presupuestos de Ventas o ingresos - Costos y gastos de producción, Gastos de administración y ventas; • Pagos del principal e intereses.

Formular los estados financieros de; Pérdidas y ganancias, Balance general, Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo.

Pasos para elaborar el estudio financiero.

Se deben de concentrar en la hoja de cálculo toda la información, como los son los diferentes tipos de inversiones a realizar, los gastos de constitución, los de operación, tasas de impuestos, tasa del préstamo, el rendimiento que pide el inversionista y el Precio de venta del bien o servicio.

Se elabora un cuadro en el cual debemos de obtener el valor de rescate de las inversiones, así como el importe de la depreciación o amortización anual de cada una de ellas.

Presupuesto de inversiones. Es necesario conocer y plasmar las diferentes inversiones que se realizarán durante el periodo de vida del proyecto.

Presupuesto de producción. Se elabora un flujo de efectivo tomando como base los datos anteriores, para obtener el flujo de operación.

Flujo neto de efectivo. Se elabora un concentrado en el cual se integran por año el flujo neto de inversiones, el de operación para realizar una suma algebraica y así obtenerlos flujos de efectivo.⁸

2.3.6 Evaluación económica. Es el proceso de medición del valor del proyecto, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado

Trata de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la empresa opere.

2.3.7 Evaluación social. Persigue medir la verdadera contribución de los proyectos al crecimiento económico del país. Esta información, por lo tanto, debe ser tomada en cuenta por los encargados de tomar decisiones para así poder programar las inversiones de una manera que la inversión tenga su mayor impacto en el producto nacional.⁹

2.3.8 Evaluación ambiental. Dentro de las organizaciones sociales establecidas, ya sean de carácter ambiental, económico, cultural y tecnológico; muchos de los nuevos administradores están comenzando su carrera profesional con la expectativa de cambiar el MODUS OPERANDI de éstas.

Consecuentemente, estos profesionales están pugnando porque ocurran actividades de carácter político, social y económico, apoyados por diferentes entes públicos y privados, en pro de fomentar la integración de la dinámica ambiental en el desarrollo local y regional, asesorar procesos de desarrollo ambiental, aplicar eficientemente los diferentes instrumentos de gestión, dinamizar la formación para la gestión ambiental integral y fomentar en todos los sectores de la sociedad una cultura del desarrollo sostenible.

Para tal propósito las teorías administrativas de diversa índole, la teoría general de sistemas, la calidad y gestión ambiental proporcionan a las organizaciones un marco para alcanzar una gestión ambiental integral más consistente y confiable.

La gestión ambiental es un enfoque sistemático frente al cuidado ambiental en todos los aspectos organizacionales. La implementación de este enfoque normalmente es un proceso voluntario.

Sin embargo las organizaciones evalúan los beneficios de la adopción de un manejo ambiental no sólo en términos financieros, sino también los riesgos por no tratar adecuadamente los aspectos ambientales.¹⁰

⁸Ibíd. p.18

⁹MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL. Capacitación en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública. Bogotá. 2011. P 7

¹⁰ Ibíd. p 1

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Constitución Política Nacional. Art. 16. Todas las personas tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad sin más limitaciones que las que imponen los derechos de los demás y el Orden Jurídico.

Art. 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

Art. 38. Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

2.4.2 Código de Comercio. Capítulo II. Deberes de los comerciantes. Artículo 19. Es obligación de todo comerciante:

Matricularse en el registro mercantil;

Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;

Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;

Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;

Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y

Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Artículo 25. Define a la empresa como toda actividad económica organizada para la Producción, transformación, circulación, administración y custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 26. Establece que el registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos, respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.

El registro mercantil será público.

Artículo 27. Ordena que el registro mercantil se llevara para las cámaras de comercio.

Impuesto de Industria y Comercio. Art. 22. El Impuesto de Industria y Comercio es un gravamen de carácter general y obligatorio, cuyo hecho generador lo constituye la realización de actividades industriales como comerciales y de SS, incluidas la del sector financiero y las denominadas profesiones liberales, dentro del municipio de Ocaña directa o indirectamente por personas naturales o jurídicas o por sociedades de hecho; ya sea que se

cumplan de forma permanente u ocasional, e inmuebles determinados, con establecimiento de comercio o sin ellos.¹¹

2.4.3 Ley 232 de 1995. Mediante esta ley se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.

Art. 1. Ninguna autoridad podrá exigir licencia o permiso de funcionamiento para la apertura de los establecimientos comerciales definidos en el artículo 515 del Código de Comercio, o para continuar su actividad si ya lo estuvieren ejerciendo, ni exigir el cumplimiento de requisito alguno, que no estén expresamente ordenados por el legislador.

Art. 2. No obstante, lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos reúnan los siguientes requisitos:

Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio.

Las personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la entidad de planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrital respectiva.

Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la ley 9/79 y demás normas vigentes sobre la materia.

Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales, causantes de pago por derecho de autor se les exigirá los comprobantes de pago expedidos por la autoridad legalmente reconocida, de acuerdo con lo dispuesto por la ley 23/82 y las demás normas complementarias.

Tener matrícula mercantil vigente de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción.

Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o, quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.¹²

Art. 3. En cualquier tiempo las autoridades policivas podrán verificar el estricto cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo anterior.

Art. 46. Supresión de las licencias de funcionamiento sin perjuicio del régimen establecido para el Departamento Archipiélago de San Andrés Providencia y Santa Catalina, ningún establecimiento industrial, comercial o de otra naturaleza, abierto o no al público, requerirá

¹¹ NUEVO CÓDIGO DE COMERCIO. Santafé de Bogotá: Momo Ediciones, 2000. p.15.

¹² COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 232. (diciembre, 1995). Por la cual se dictan normas para el funcionamiento de para la apertura de establecimientos comerciales. Bogotá: El Ministerio, 1995. p.2.

licencia, permiso o autorización de funcionamiento o cualquier otro documento similar, salvo el cumplimiento de los requisitos que se enumeran en los artículos siguientes con el único propósito de garantizar la seguridad y salubridad pública.¹³

¹³Ibid, p.5.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el proyecto se utilizará la investigación descriptiva, la cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.¹⁴ Para el proyecto se utilizará la investigación descriptiva, por medio de la cual se aplicarán métodos cuantitativos que permitirán determinar la cantidad de personas objeto de estudio. Y cualitativo porque permitirá conocer las características de la población; de esta manera la investigación arrojará resultados definitivos y claros que ayudarán a conocer la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

3.2 POBLACIÓN

La población objeto del proyecto la constituye la población de Ocaña, conformada por 20.915 familias según censo de Centrales Eléctricas.

Estrato	No de familias	Porcentaje
1	7.179	34%
2	7.329	35%
3	5.379	26%
4	1.028	5%
TOTAL	20.915	100%

Fuente: CENS, Ocaña. 2012.

3.3 MUESTRA

En el análisis externo para determinar la población finita se considera la aplicación de la fórmula estadística que permitió un mayor análisis relacionado con las unidades familiares de la ciudad de Ocaña.

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

¹⁴VAN DALEN, Deobold B. y MEYER, William J. Manual de técnica de la investigación educacional (online). 2 rev. [México]: Noemágico, 2011 [citado 30may., 2015]. Disponible en: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

Dónde:

n = muestra

N = población dada en el estudio = 20.915 familias

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 = 6% = 0.06

$$n = \frac{(20.915) (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(20.915 - 1) * (0.06)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{(20.915) (3.8416) * (0.25)}{(20.914) * (0.0036) + (3.8416) * (0.25)}$$

$$n = \frac{(80.347,064) * (0.25)}{75,2904 + 0.9604}$$

$$n = \frac{20.086,766}{76.2508}$$

n = 263

Por lo cual se aplicará en total 263 encuestas.

Prueba de viabilidad de La muestra:

Em =25

$$S = \sqrt{\frac{p \times q}{n}}$$

$$S = \sqrt{\frac{(0.5) \times (0.5)}{263}}$$

$$S = \sqrt{\frac{0.25}{263}}$$

$$S = \sqrt{0.0009505}$$

$$Em = 2 (0.030830)$$

$$Em = 0.06$$

$$\text{Error muestral} < \text{error probabilístico} = 0.06 = 0.06$$

Muestra estratificada

Estrato 1.	$263 \times 34\% = 89$
Estrato 2.	$263 \times 35\% = 92$
Estrato 3.	$263 \times 26\% = 68$
Estrato 4.	$263 \times 5\% = 14$

Total de La muestra 263

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La técnica utilizada será la encuesta, la cual se seleccionó por ser la más adecuada para obtener información válida y confiable de muestras numerosas.

El instrumento aplicado será el cuestionario el cual se diseñará con base a preguntas de tipo cerrado y en algunos casos se solicitará justificación para solidificar las respuestas. (Anexo A)

3.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para la organización y tabulación de la información obtenida por la aplicación de la encuesta se analizará cuantitativamente mediante tablas y gráficas estadísticas que representadas adecuadamente darán mayor claridad y elevarán el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto. Se realiza interpretación cuantitativa, porque la información se clasifica y procesa por medio de unas tablas y gráficos, mediante los resultados de la encuesta y clasificación de las preguntas.

De igual manera, se efectúa análisis cualitativo, en el cual se evalúa paso a paso cada resultado de la encuesta, definiendo diagnóstico de cada interrogante y estableciendo categorías que permiten analizar de una mejor manera todo el contenido.

4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ESTUDIO DE MERCADOS PARA IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, OFERTA, DEMANDA, PRECIOS, CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

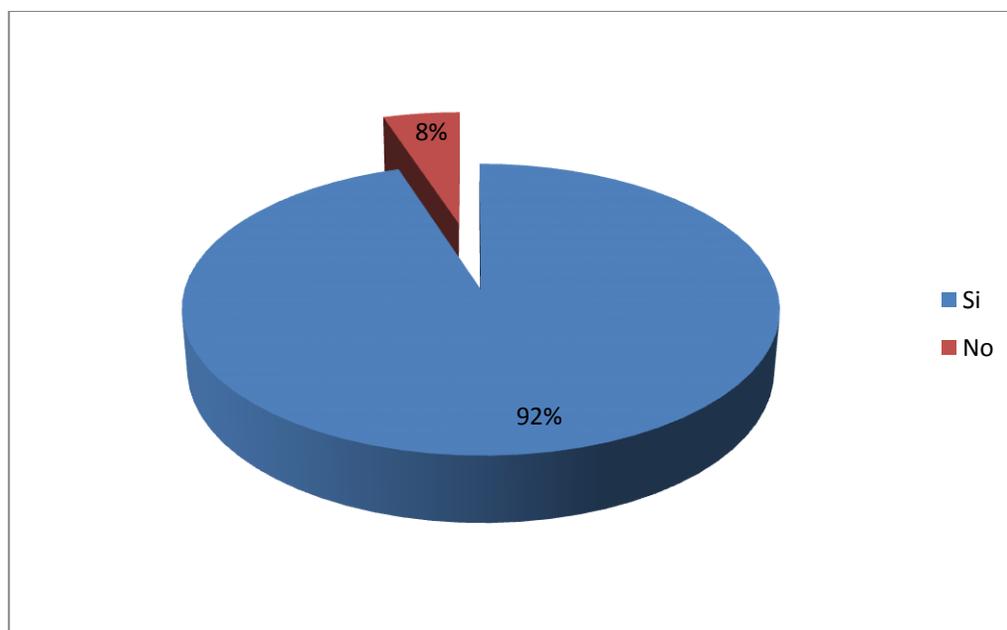
4.1.1 Análisis de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Ocaña.

Tabla 1. Opinión si se ha disfrazado alguna vez

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	251	92
No	12	8
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto .

Gráfica 1. Opinión si se ha disfrazado alguna vez



Fuente. Autoras del proyecto

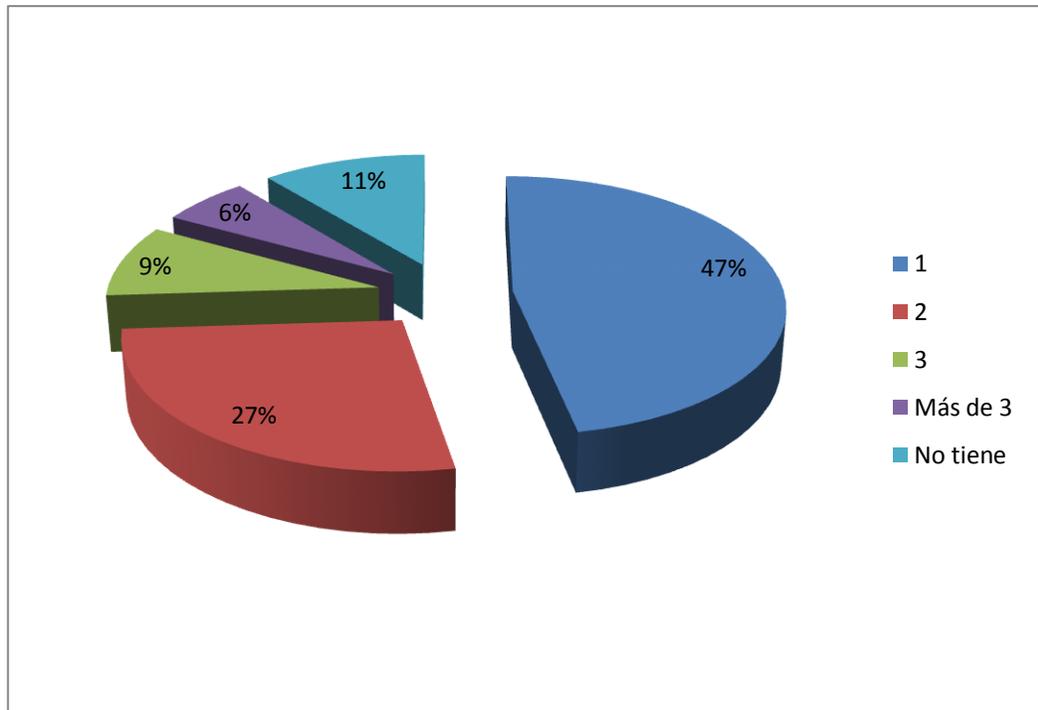
El disfraz es un vestuario que para muchas personas es algo cultural, con lo cual se identifica la región, un personaje, entre otras cosas. Por eso para muchas personas el hablarles de disfraz es algo que significa fiesta. En Ocaña, el 92% de personas encuestadas dicen si haberse disfrazado en alguna ocasión. El 8% restante dicen no haberlo hecho aún.

Tabla 2. Hijos que tiene

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1	125	47
2	72	27
3	23	9
Más de 3	15	6
No tiene	28	11
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 2. Hijos que tiene



Fuente. Autoras del proyecto

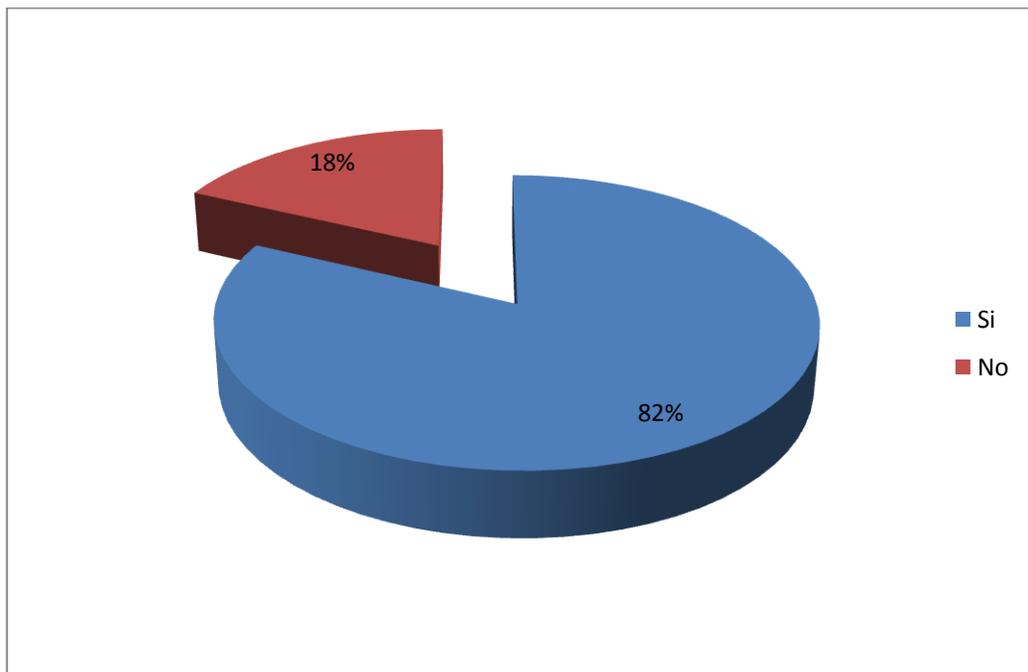
Al preguntarle a las personas muestra de la investigación, acerca de cuántos hijos tiene, éstos en su mayoría (47%), afirman que tienen 1 hijo. Un 27% dice que cuentan con 2 hijos, un 9% confirma de 3 hijos, otro 6% que tiene más de 3 hijos. El 11% restante dice no tener hijos.

Tabla 3. Disfraza a sus hijos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	215	82
No	48	18
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto.

Gráfica 3. Disfraza a sus hijos



Fuente. Autoras del proyecto.

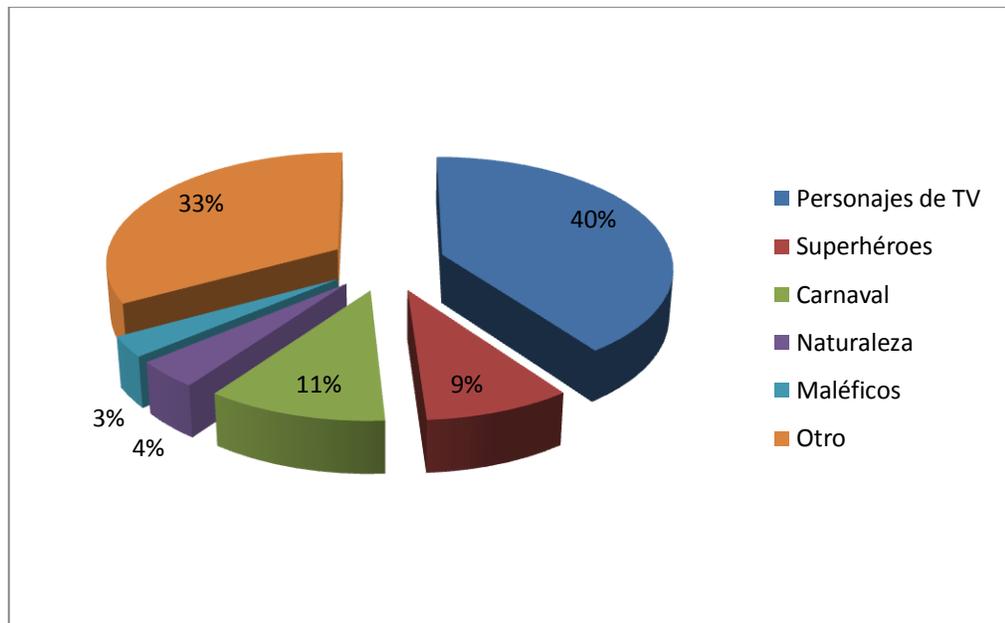
Al preguntarle a las personas encuestadas si disfrazaban a sus hijos, éstas en su mayoría responden que si, en alguna ocasión lo han hecho porque lo ha ameritado, comenta el 82%. El 18% restante opina que no lo han hecho, algunos aducen que por religión no lo hacen y otros porque no tienen hijos.

Tabla 4. Disfraces que le gusta

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Personajes de TV	105	40
Superhéroes	23	9
Carnaval	28	11
Naturaleza	12	4
Maléficos	7	3
Otro	88	33
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 4. Disfraces que le gusta



Fuente. Autoras del proyecto .

Hay muchas personas que a la hora de buscar un disfraz se inclinan por los personajes de la televisión, esto sucede con el 40% de los encuestados, quienes dicen haberlo hecho con historietas, el chavo u otros artistas que han sido de su preferencia. Un 33% opina los disfraces que le gusta son diversos, entre los que se encuentra lo de innovación. Un 11% prefiere los disfraces de carnaval, por la alegría que éstos representan y un 9% los superhéroes, pues son los de preferencia para sus hijos.

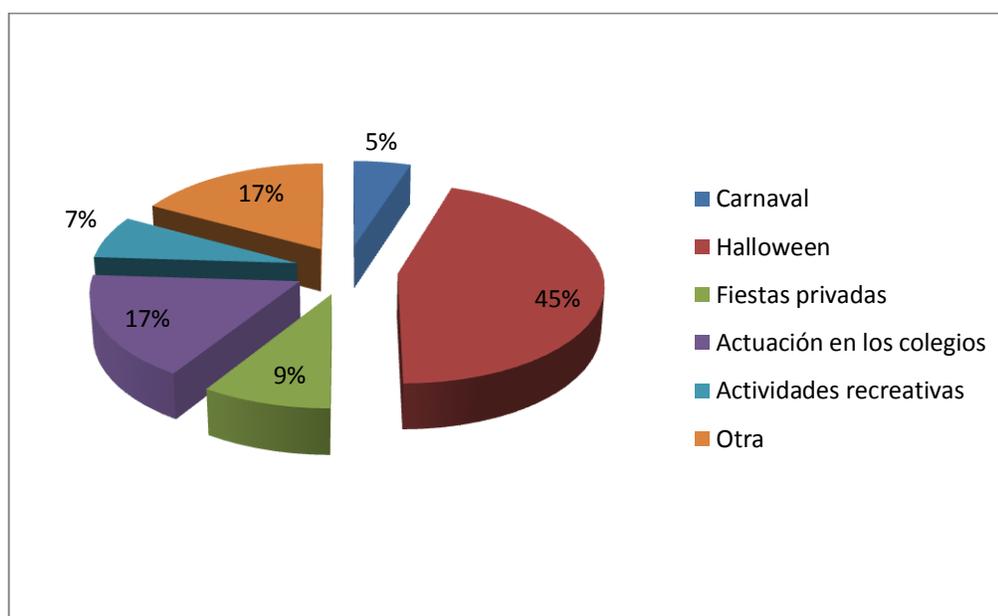
En mínimo porcentaje se encuentran los disfraces que tienen que ver con la naturaleza (4%) y los de personajes maléficos (3%).

Tabla 5. Temporada del año en la que utiliza disfraces

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Carnaval	13	5
Halloween	119	45
Fiestas privadas	23	9
Actuación en los colegios	45	17
Actividades recreativas	18	7
Otra	45	17
Total	223	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 5. Temporada del año en la que utiliza disfraces



Fuente. Autoras del proyecto

Las temporadas del año donde más son utilizados los disfraces es la de Halloween, en ella estos vestuarios son utilizados por todas las personas desde los 0 años hasta la edad más avanzada, puesto que en la actualidad se ha visto como la alegría de este día ha invadido a las personas (45%), las cuales buscan la manera de realizar su disfraz, algunos acorde a los de sus hijos.

Un 17% opina que la actuación en los colegios, es bastante reiterada en la utilización de los disfraces, puesto que en las izadas de bandera, día del niño, Halloween, entre otras celebraciones, son solicitados disfraces para los niños y profesores en los colegios. Además, el 9% dice que en las fiestas privadas ha vestido esta clase de atuendos; el 7% dice

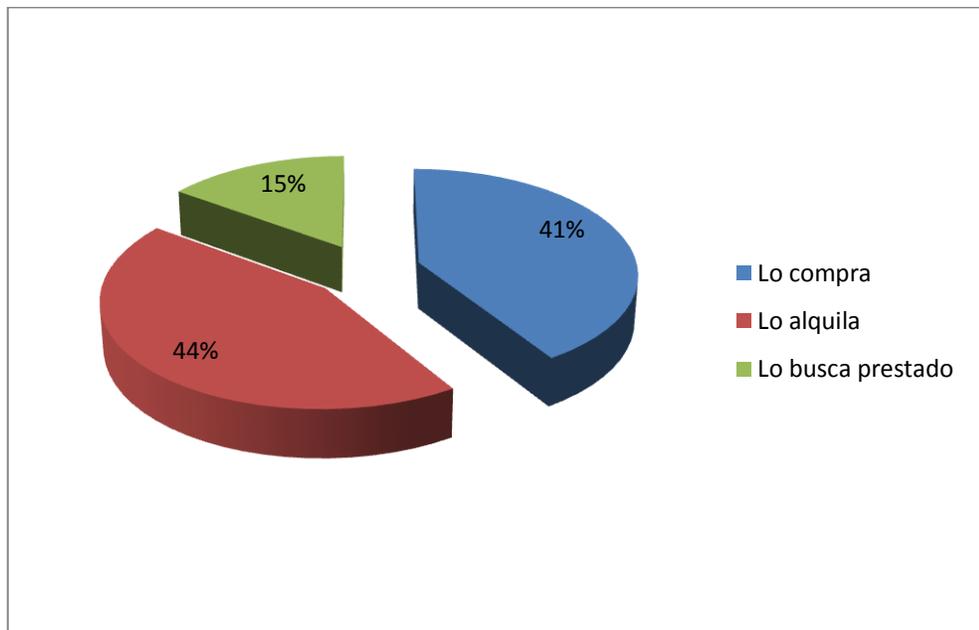
que en actividades recreativas también son utilizados estos vestuarios, igualmente en el carnaval, que aunque es poco, pero gozan de ellos disfrazándose.

Tabla 6. Manera de adquirir el disfraz

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Lo compra	108	41
Lo alquila	115	44
Lo busca prestado	40	15
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 6. Manera de adquirir el disfraz



Fuente. Autoras del proyecto.

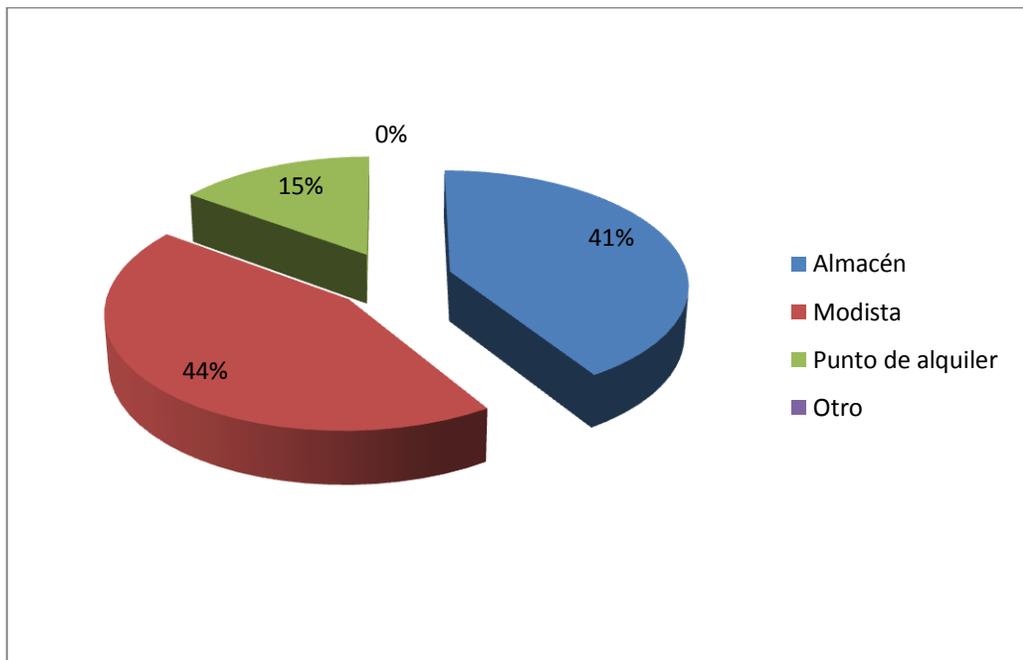
En cuanto a la forma de adquirir el disfraz, al preguntarles a las personas encuestadas, éstas aducen en su mayoría (44%) que lo alquilan, pues es un atuendo que solo se usa una vez y de nuevo se guarda, opinan algunos de ellos. Un 41% opinan que al necesitar de un disfraz salen a comprarlo, pues les gusta conservar éstos para que sus hijos menores los puedan utilizar, además, lo compran de acuerdo al gusto de sus hijos y de la época. El 15% restante lo busca prestado y otros no lo utilizan.

Tabla 7. Sitio donde acude adquirir el disfraz

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Almacén	58	22
Modista	50	19
Punto de alquiler	115	44
Otro	40	15
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 7. Sitio donde acude adquirir el disfraz



Fuente. Autoras del proyecto.

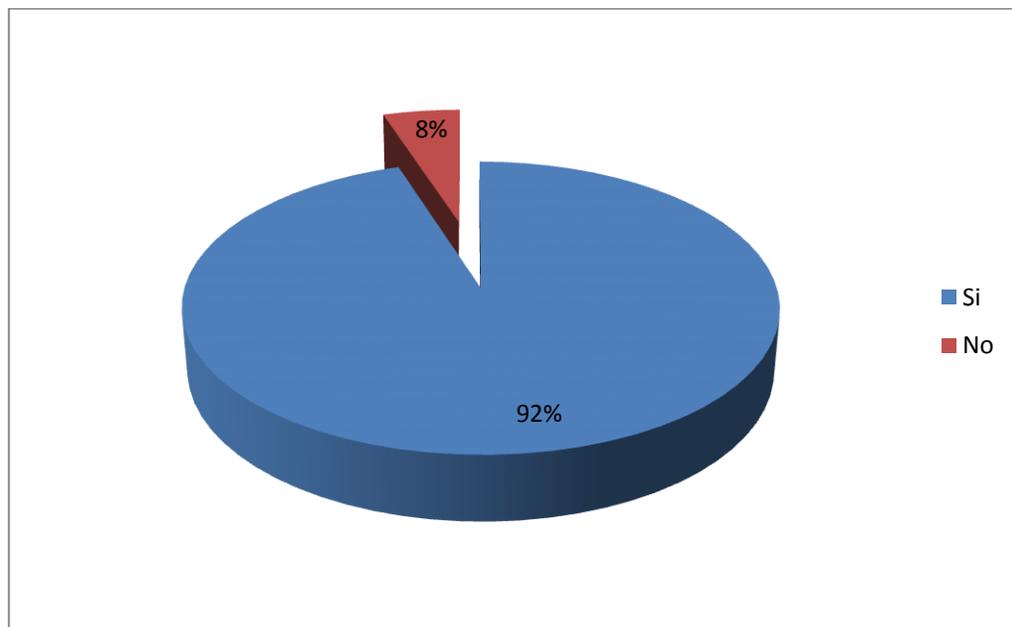
Esta pregunta está muy relacionada con la tabla 6, ya que de acuerdo a la manera de adquirir el disfraz acuden al sitio a buscarlo. Por lo tanto, el 44% busca un sitio donde le puedan alquilar un vestido del estilo deseado. Un 22% acude al almacén a buscarlo para comprarlo, otro 19% visita a una modista a que lo fabriquen con sus medidas exactas y el 40% restante van a otro sitio, ya que son quienes lo buscan prestado.

Tabla 8. Opinión sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	251	92
No	12	8
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto.

Gráfica 8. Opinión sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander



Fuente. Autoras del proyecto.

El 92% de las personas encuestadas dice que está de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

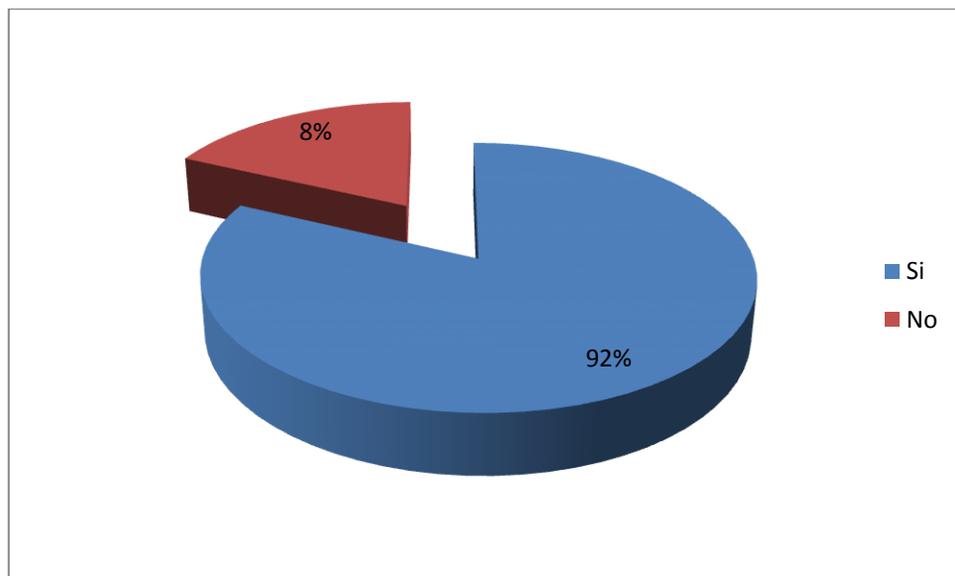
Para el 8% restante, le es indiferente la creación de la empresa, pero al igual no descartan la posibilidad de adquirir el producto.

Tabla 9. Disposición para adquirir productos de la nueva empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	251	92
No	12	8
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 9. Disposición para adquirir productos de la nueva empresa



Fuente. Autoras del proyecto

Como se comenta en la tabla anterior, el 92% de las personas encuestadas, están de acuerdo con la creación de la empresa; por lo tanto, el mismo 92% dice que está en disposición de adquirir el producto a buen precio y con calidad, más aún cuando son empresas de la ciudad a las que se debe apoyar.

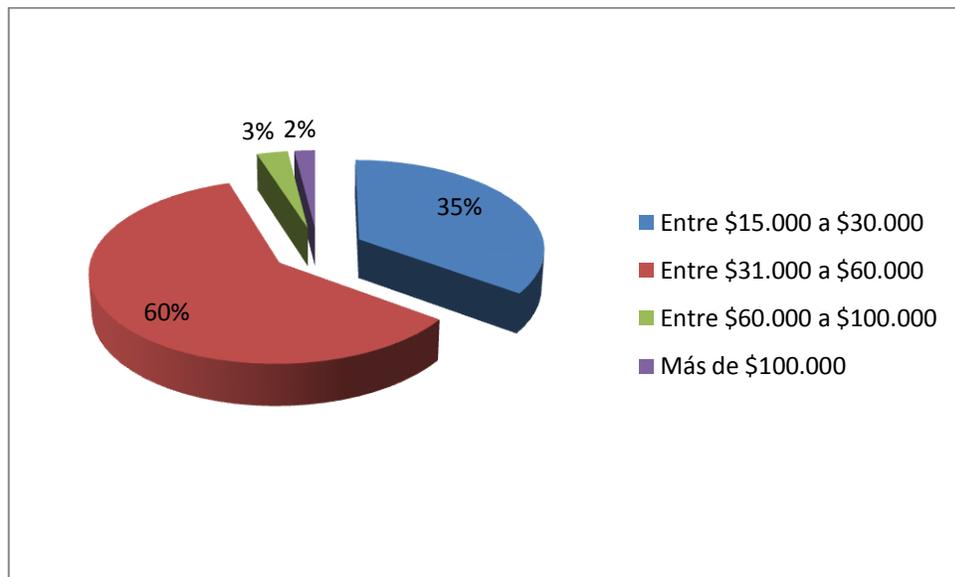
Para el mismo 8% que opinan serle indiferente la creación de la empresa, pero al igual, no descartan la posibilidad de adquirir el producto.

Tabla 10. Precio dispuesto a pagar por un disfraz

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$15.000 a \$30.000	92	35
Entre \$31.000 a \$60.000	158	60
Entre \$60.000 a \$100.000	8	3
Más de \$100.000	5	2
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 10. Precio dispuesto a pagar por un disfraz



Fuente. Autoras del proyecto

A la hora de comprar, las personas siempre miran calidad y precio, es por ello que se les preguntó el precio que para ellos sería asequible a la hora de adquirir el producto; el 60% estuvo de acuerdo con que éste fuera entre los \$31.000 a \$60.000, siendo un valor medio para sus posibilidades de compra.

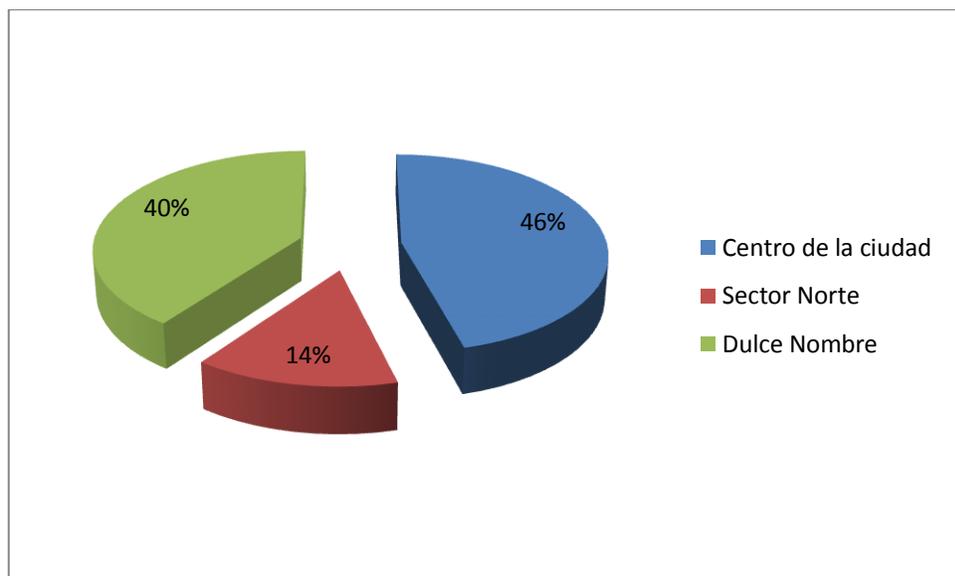
Un 35% opinó que el valor entre \$15.000 a \$30.000 también sería optativo, siempre y cuando no baje la calidad del producto.

Tabla 11. Sector preferido para la ubicación de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	120	46
Sector Norte	38	14
Dulce Nombre	105	40
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto.

Gráfica 11. Sector preferido para la ubicación de la empresa



Fuente. Autoras del proyecto

La gran mayoría de encuestados, un 46%, le gustaría que la empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, fuera ubicada en centro de la ciudad, aduciendo que es un sitio clave para la adquisición, tanto para los habitantes de Ocaña como sus visitantes, ya que es un sector a donde se acude a realizar compras y visitar sitios turísticos de la ciudad.

Otro 40%, porcentaje alto también, quisieran que esta empresa fuera ubicada en el sector del Dulce Nombre, puesto que es el sector más comercial de la ciudad.

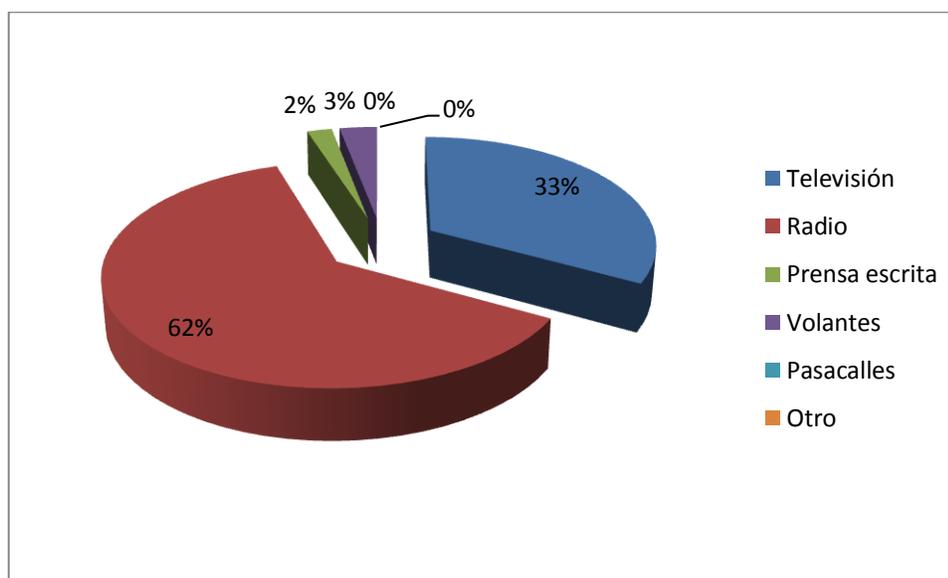
En menos porcentaje (14%) opina que el sector Norte sería un buen sitio para la ubicación de la empresa, pero poco optativo por la ubicación.

Tabla 12. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	88	33
Radio	163	62
Prensa escrita	5	2
Volantes	7	3
Pasacalles	0	0
Otro	0	0
Total	263	100

Fuente. Autoras del proyecto

Gráfica 12. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la empresa



Fuente. Autoras del proyecto

En cuanto a los medios de comunicación que considera mejor para dar a conocer la existencia de la productora y comercializadora de disfraces, un 62% opina que la radio sería el mejor, dado que en Ocaña y la provincia se escucha mucho las emisoras regionales. El 33% dice que la televisión, debido a que en la ciudad se cuenta con tres canales televisivos que pueden atraer al cliente. En menor proporción se cree que los volantes, pasacalles y prensa serían opciones a tener en cuenta.

4.1.2 Descripción del producto. La empresa productora y comercializadora de disfraces, tendrá variedad en sus productos. Para iniciar la empresa tendrá en cuenta dos líneas de productos: Trajes típicos y disfraces.

Traje típico. Este producto será elaborado según los rasgos culturales de la comunidad que pretende representar. Su diseño y características le darán una excelente presentación. Los adornos y accesorios que serán utilizados en la elaboración de estos trajes, los hacen vistosos y llamativos, lo que constituye un valor agregado del producto para los clientes. Los materiales utilizados son: satines, encajes, hilos, cauchos, tules, entretelas, hombreras y espumas, de los colores y características que se ajusten a los modelos tradicionales y a las necesidades del cliente.

Disfraces. La empresa de disfraces ofrecerá una amplia gama de disfraces basados en diferentes temáticas. Con su elaboración, se pretende satisfacer cualquier tipo de necesidad de los clientes. Los materiales utilizados son: telas, encajes, hilos, cauchos, tules, entretelas, hombreras y espumas. Los colores, texturas y características de los materiales varían de acuerdo a los diseños, los modelos, los diferentes temas y a las necesidades específicas del cliente.

4.1.2.1 Características de la empresa. Los aspectos que se consideran para la presentación de la empresa son: logotipo y slogan.

Logotipo. A continuación se presenta el logotipo propuesto, para la empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña.

Figura 1. Logotipo propuesto.



Fuente: Autores del proyecto.

Slogan.

“Demuestra tu felicidad de una forma creativa”

4.1.3 Descripción de la Demanda. Para realizar el estudio de la demanda del producto ofrecido por Disfralandia, se tuvo como base la aplicación de la encuesta realizada a las familias habitantes de la ciudad de Ocaña, siendo un total de 20.915, quienes en un 92% dicen estar dispuestos a adquirir este producto, es decir, 19.242 familias; demostrando así que existiría una demanda bastante amplia para el funcionamiento de la misma en la ciudad de Ocaña. La empresa siendo objetiva, estipulará para el primer año el 30% de las familias que están dispuestas a adquirir el producto.

Cuadro 1. Proyección de la demanda.

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
Familias que solicitarán el producto	19.242	21.166	23.283	25.611	28.172
	5.773	6.350	6.985	7.684	8.452

Fuente: Autores del proyecto.

4.1.4 Determinación de la Oferta

4.1.4.1 La competencia. En la actualidad la empresa Disfralandia, no cuenta con una competencia al nivel de esta empresa, anotando que si se tienen sitios de alquiler de disfraces, almacenes donde se venden los mismos, entre otros lugares donde se pueden adquirir de alguna forma estos vestuarios; aun así, no se cuenta con una empresa que produzca y comercialice los mismos, como lo hará Disfralandia, quien se encargará de la elaboración y distribución de los mismos en la ciudad de Ocaña y su Provincia en el momento dado.

4.1.5 El Precio. La definición del precio se determina a través de un estudio de este mercado, lo cual arroja que los clientes están en condiciones de adquirir disfraces por un valor entre los \$31.000 y los \$60.000. Aun así, se propone a la empresa que en el momento de ejecutar el proyecto se determine el mismo, teniendo en cuenta los costos y el mercado objetivo. Cabe anotar que se tomará un disfraz base para obtener el costo del mismo, teniendo en cuenta que la gama de éstos es bastante amplia. Por lo tanto, la empresa manejará un precio estándar para la venta de los mismos.

Para determinar el precio del producto, se tendrá en cuenta el costo, para ello se hará de la siguiente manera:

Materiales directos (MD)

Cuadro 2. Materiales directos.

Materia Prima	Cant.	Vr. Unit.	Vr. Total
Telas	3m	6.000	18.000
Encaje	10m	300	3.000
Hilo	1 und	300	300

Cuadro 2. (Continuación)

Caucho	2m	200	400
Tull	2m	4.000	8.000
Entretela	1m	3.000	3.000
Hombreras	2 und	500	1.000
Espuma	3m	1.500	4.500
Total		\$15.800	\$38.200

Fuente: Autores del proyecto.

Mano de obra directa (MOD). Para analizar el costo de mano de obra directa, se hará tomando como base un disfraz, teniendo en cuenta que la empresa tendrá un precio estándar para los mismos.

Cuadro 4. Costos de mano de obra directa.

Labor	Cant. Empleados	Cant. Disfraces/día	Vr. Día
Operario de corte	1	20	\$25.000
Operario de máquina	2		50.000
Planchado y control	1		25.000
Total	4	20	\$100.000

Fuente: Autores del proyecto.

$100.000 / 20 = \$2.000$ costo de mano de obra diario.

Costos indirectos de fabricación. Para hallar los costos indirectos de fabricación, se tendrá en cuenta aquellos que son ajenos a la materia prima, pero que hacen parte de los costos que ofrece el producto.

Cuadro 6. Determinación de los CIF

Detalle	Valor por Unidad
Bolsa	\$50
Etiqueta	\$80
Luz eléctrica	\$200
Total	\$330

Fuente: Autores del proyecto.

Para obtener el costo total de un disfraz, se toma la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Costo total} &= \text{MD} + \text{MOD} + \text{CIF} \\ \text{Costo total} &= 38.200 + 2.000 + 330 \\ \text{Costo total} &= \$ 40.530 \end{aligned}$$

Para determinar el precio del producto utilizaremos la siguiente fórmula:

$$PV = \frac{\text{Costo unitario}}{1 - \text{utilidad esperada}}$$

$$PV = \frac{\$40.530}{1 - 25\%} = 40.530 / 0,75\%$$

$$PV = \$54.040 = \$54.000$$

El precio de venta de un disfraz en la empresa, será de \$54.000.

Cuadro 8. Proyección del precio.

Ítems	Años	1	2	3	4	5
Precio de venta		54.000	59.400	65.340	71.874	79.061

Fuente: Autores del proyecto.

4.1.6 Canales de Distribución. Considerando que el Canal de distribución es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor, por esta razón la empresa utilizará el canal detallista estructurado de la siguiente manera: Empresa – Minorista – Consumidor final

Teniendo en cuenta que es el más adecuado para la distribución del producto, favoreciendo tanto la actividad económica como a la empresa y a los clientes finales. Gráficamente el canal de distribución de la empresa es:

Figura 2. Canal de distribución.



Fuente: Autores del proyecto.

4.1.7 Publicidad. La publicidad es el medio más importante de expandirse y por consiguiente se considera que el buen uso de éste es el principal instrumento para atraer un buen nicho de mercado en el menor tiempo posible.

La ciudad de Ocaña cuenta con medios masivos de comunicación, que dan la oportunidad de dinamizar la oferta y promoción de productos y servicios. En este sentido el proyecto tendrá como estrategia, la utilización de estos medios masivos, principalmente la televisión y la radio, para pautar en ellos publicidad referente a la nueva alternativa de empresa. En este punto es preciso identificar los medios opcionales para la publicidad de Disfralandia, como lo son televisión regional y emisoras de la ciudad, de las cuales se tendrán en cuenta:

Canal comunitario TV San Jorge
Emisora Sabrosa Estéreo
Radio Catatumbo
La UFM
Rumba Estéreo

Además, se creará un sitio web donde se expondrán los puntos más característicos de la empresa, como la misión, visión, los objetivos, las políticas, los productos que se ofrecen y el talento humano con el que se cuenta.

4.2 ESTUDIO TÉCNICO, QUE PERMITE DETERMINAR LA LOCALIZACIÓN, EL TAMAÑO DEL PROYECTO, DISTRIBUCIÓN EN PLANTA, PROCESO DE PRODUCCIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y HUMANOS

Estudio técnico. Tiene por objeto proveer información que permite cuantificar el monto de las inversiones requeridas en cuanto a instalaciones, equipos, muebles y enseres para posibilitar la puesta en marcha de la empresa.

4.2.1 Localización

4.2.1.1 Macro localización. La empresa Disfralandia estará ubicada en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

4.2.1.2 Micro localización. Según los gustos de las personas encuestadas (tabla 11), la empresa productora y comercializadora de disfraces, se localizará en el centro de la ciudad, para lo cual se determinará un espacio adecuado para la ubicación de todos los implementos y equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

4.2.2 Requerimiento Físico. Equipo de Oficina. El funcionamiento de la empresa conlleva a la adquisición de ciertos muebles y equipos de oficina que faciliten el desempeño administrativo.

Tabla 13. Equipos de oficina, muebles y enseres.

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MESÓN DE CORTE	130.000	130.000
2	VITRINAS	500.000	1.000.000
1	MESA PARA COMPUTADOR	150.000	150.000
2	ESCRITORIOS	450.000	900.000
1	ARCHIVADOR	100.000	100.000
7	SILLAS TIPO OFICINA	70.000	490.000
	TOTAL	1.300.000	2.770.000

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 14. Equipo de computación, comunicación y otros

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Computador	1	2.100.000	2.100.000
Impresora	1	420.000	420.000
Teléfono	2	40.000	80.000
TOTAL			\$2.600.000

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 15. Maquinaria y equipo.

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MAQUINA PLANA INDUSTRIAL	1.700.000	1.700.000
1	CERRADORA INDUSTRIAL	3.600.000	3.600.000
1	SUBLIMADORA TRANSFER	6.500.000	6.500.000
1	CORTADORA SEMIINDUSTRIAL	170.000	170.000
1	MAQUINA PARA BROCHES	150.000	150.000
1	MAQUINA INDUSTRIAL PLANA 20 U	2.700.000	2.700.000
	SUBTOTAL	14.820.000	14.820.000

Fuente: Autores del proyecto.

4.2.3 Tamaño del Proyecto

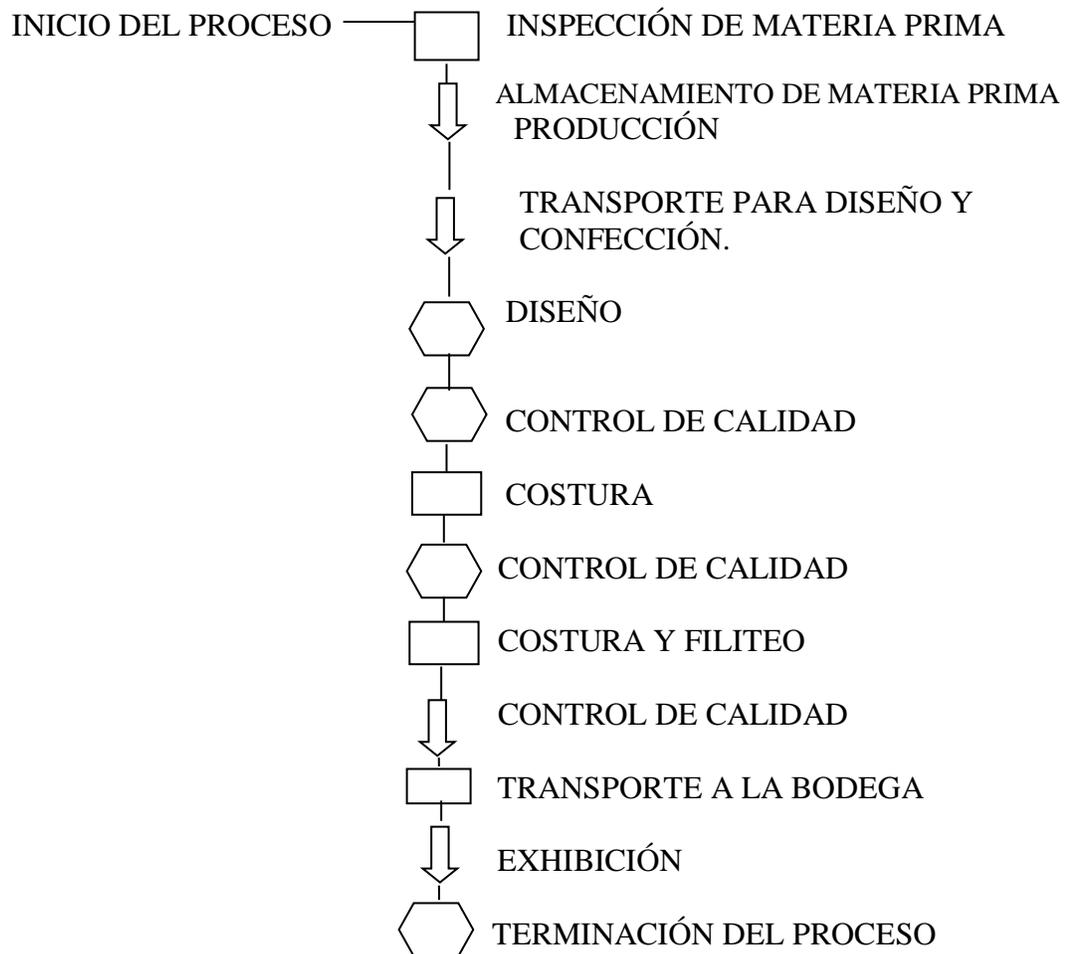
Según la investigación de mercados realizada se pudo detectar que el tamaño del mercado objetivo es de 20.915 familias que habitan en la ciudad de Ocaña, y que al 92% de las mismas, les parece excelente la apertura de una empresa productora y comercializadora de disfraces en esta ciudad, lo cual corresponde a 19.242 familias. Por lo cual la empresa optará por responder en el primer año de operatividad a un 30% de éstas. Se estima un incremento anual del 10% en la cobertura total del proyecto con el fin de atender las

necesidades de los clientes.

4.2.4 Distribución en planta. La distribución en planta se hará en la forma más adecuada, de modo que los activos brinden al máximo su eficiencia evitando la pérdida de tiempo y esfuerzo por parte del personal que laborará en la empresa Disfralandia de la ciudad de Ocaña. (Ver anexo B)

4.2.5 Proceso de producción del producto. Una forma de describir y analizar el proceso de producción es mediante el uso de diagramas de flujo de proceso. Para ello se realiza el siguiente flujo grama, con el fin de conocer cómo realizar el proceso de producción de los disfraces.

Figura 3. Flujo grama de proceso de producción.



Fuente: Autores del proyecto.

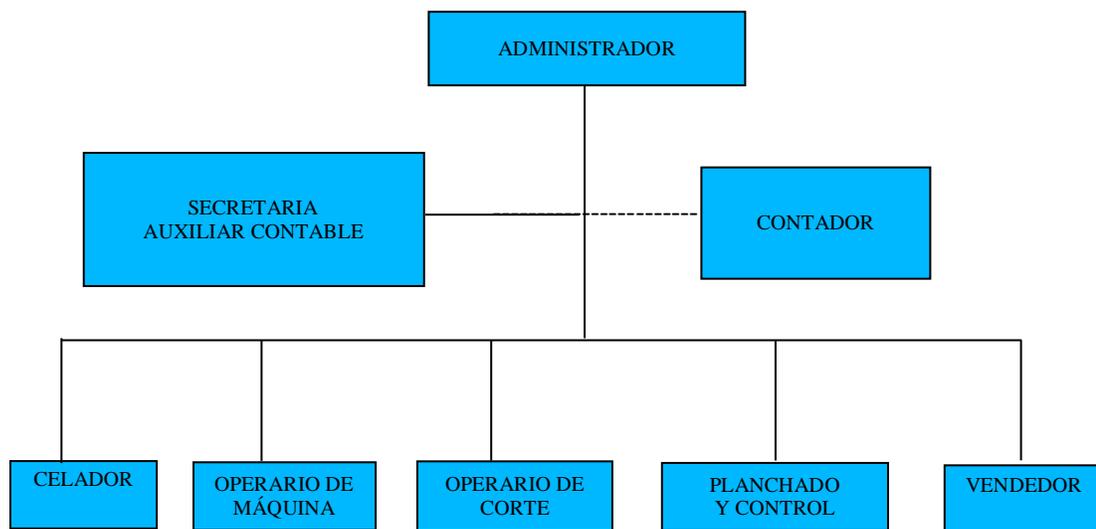
4.2.6 Necesidades del recurso humano. Se contará con personal operativo y administrativo especializado en la ejecución de las actividades a realizar. La actividad económica de la empresa implica la utilización de los servicios de personal que tenga

dominio y conocimientos en el área de bodega, comercial, administrativa y financiera para operar de una manera eficaz y eficiente.

4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL, DONDE SE PLANTEE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LOS ASPECTOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

4.3.1 Organigrama. El organigrama de la empresa productora y comercializadora de disfraces DISFRALANDIA, se elabora con el fin de mostrar las diferentes líneas de mando necesarios para coordinar y administrar el recurso humano necesario para el normal funcionamiento de la empresa.

Figura 6. Organigrama Propuesto



Fuente: Autores del proyecto.

4.3.2 Manual de funciones. Para dar inicio en forma a la empresa se contratarán siete empleados que se distribuirán de la siguiente forma: Tres empleados de Administración, cinco empleados directos que serán los encargados de la producción y ventas, y un contador al que se le nombrará mediante contrato especial para evitar la carga prestacional.

Las funciones se asignarán de acuerdo a los cargos requeridos por la empresa.

Nombre del Cargo: ADMINISTRADOR

Requisitos Ser profesional en Administración de Empresas o carrera afín.

Tener experiencia profesional de un año en cargos administrativos.

Funciones:

Representar la empresa Judicialmente y extrajudicialmente.

Dirigir y controlar las actividades de la empresa, mediante la coordinación del personal, con el fin de lograr los resultados esperados.

Evaluar los resultados obtenidos con el ánimo de obtener un servicio óptimo

Dar la utilización adecuada de los recursos financieros, humanos y físicos que conforma la organización.

Planear, determinar, elaborar y evaluar los presupuestos de funcionamiento de la empresa que permitan ver a los propietarios la visión de la empresa.

Cumplir con las políticas y hacer los ajustes ante los cambios que surjan dentro de la empresa y velar por el correcto funcionamiento de los puestos de trabajo.

Actualizarse constantemente para mantener los procesos administrativos acorde con las exigencias de momento.

Mantener óptimas relaciones con los proveedores y clientes relacionadas con la empresa.

Nombre del Cargo CONTADOR

Requisitos Título Contador Público.

Tarjeta de profesionalización.

Funciones

Definir e impartir instrucciones para el manejo de registros contables e informes tributarios, garantizando su confiabilidad y oportunidad.

Velar porque se lleve regularmente la contabilidad y porque se conserve debidamente la correspondencia y los comprobantes de ingresos y egresos de manera que se facilite la consulta y verificación de datos.

Presentar los estados financieros en forma confiable y oportuna, los cuales deben ser avalados con su firma.

Controlar y mantener actualizada la cartera de la empresa.

Revisar y autorizar los pagos que realiza la empresa.

Controlar los costos de la empresa y presentar recomendaciones a fin de mantener los niveles esperados.

Dar oportuna cuenta, por escrito sobre el funcionamiento de la empresa.

Presentar y explicar los resultados de la situación financiera en forma mensual y anual.
Colaborar con las entidades gubernamentales que ejerzan la inspección y vigilancia a la empresa y rendir informe a que haya lugar o que le sean solicitadas.

Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas de acuerdo a su cargo.

Nombre del cargo. SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE

Requisitos Bachiller comercial o académico con capacitación contable.

Poseer conocimientos en sistemas, manejo de oficina y relaciones humanas.

Tener una experiencia laboral de un año.

Funciones

Tomar dictados y realizar transcripciones mecanográficas

Recibir, manejar y distribuir la correspondencia de la empresa.

Manejar y actualizar el archivo de clientes y proveedores.

Ordenar la documentación del personal que labora en la empresa, desde su vinculación, promoción y retiro, dando así cumplimiento a los procedimientos de personal.

Realizar la comunicación telefónica solicitada por la gerencia y las que exija las labores propias de la empresa, en lo que concierne a cobro de los clientes por mora, anomalías que ocurran dentro de la empresa

Procesar los papeles contables, llevar la contabilidad

Recibir los ingresos.

Realizar los comprobantes de ingresos y egresos.

Conciliar el arqueo diario por los ingresos recibidos.

Solicitar y controlar los útiles de oficina.

Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas de acuerdo a la naturaleza del cargo.

Nombre del cargo: VENDEDOR

Requisitos: Bachiller Comercial, relaciones humanas, curso de capacitación en ventas

Funciones:

Atender eficiente y adecuadamente a los clientes

Asesorar a los clientes en su compra

Despachar el pedido

Mantener surtidos los estantes y las vitrinas

Nombre del Cargo: CELADOR

Requisitos: Estudio de Primaria.

Funciones:

Realizar vigilancia de las instalaciones y equipos de la empresa

Nombre del cargo: OPERARIO DE CORTE.

Requisito: Tener conocimiento en diseño y patronaje industrial

Funciones:

Solicita la materia prima que necesita

Selecciona los moldes que requiere

Efectúa la distribución de los moldes sobre la tela

Realiza el trazo.

Realiza el corte, piquetes y puntos para facilitar la tarea de confección

Ordenar y ubicar los moldes y patrones en la forma que al localizarlos les sea fácil

Lubricar la máquina cortadora y hacer patrones.

Nombre del Cargo: OPERARIO DE MÁQUINA.

Requisito: Conocimientos en confección y manejo de maquinaria.

Funciones:

Ensambla las diferentes piezas, encuella, pega marquillas y tallaje.

Recibe el trabajo del gerente quien le da instrucciones y realiza el proceso

Lubrica las máquinas, cambia hilazas y agujas y pasa la prenda para fileteo

Nombre del Cargo: OPERARIO DE PLANCHADO Y CONTROL.

Funciones:

Coloca los broches, cordón caucho, cordón, caucho, pule y plancha.

Se cerciora que está correctamente la prenda

Efectúa la terminación de la prenda

Plancha la prenda

Requisitos legales de constitución

Requisitos para la inscripción. Escritura de constitución.

Documento que dispone la creación, con la firma autentica de la notaria

Certificado de la cámara de comercio.

Documento por el cual se designa la persona encargada de su administración y le otorgue, sus facultades, con la firma autenticada en la notaria.

4.3.3 Manual de procedimientos.

Operación:  Describe una actividad o evento que ocurre en una maquina o en una estación de trabajo.

Trasporte:  Son los movimientos de un objeto de un lugar a otro excluyendo el movimiento que es una parte integra de una operación.

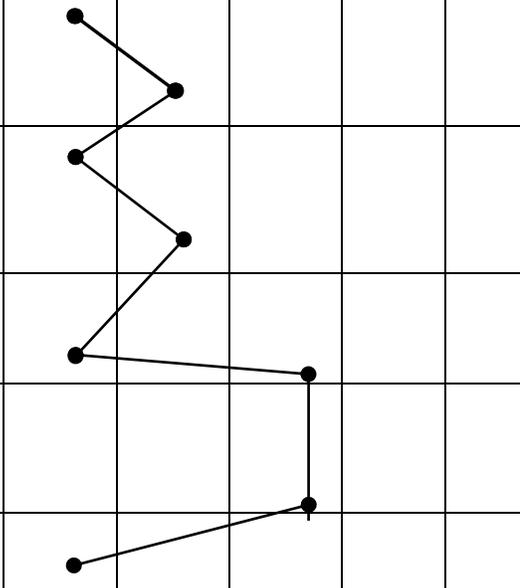
Inspección:  Verificación o comparación de una característica de un objeto con respecto a un estándar de calidad o cantidad.

Espera:  Es un retraso este ocurre cuando al terminar una operación, transportación, inspección o un almacenamiento, el elemento siguiente no se inicia de inmediato.

Almacenamiento:  Es la retención o terminación de un objeto en un estado o lugar, en donde para moverlo se requiere de una autorización.

Cuadro 9. Procedimiento para el control contable.

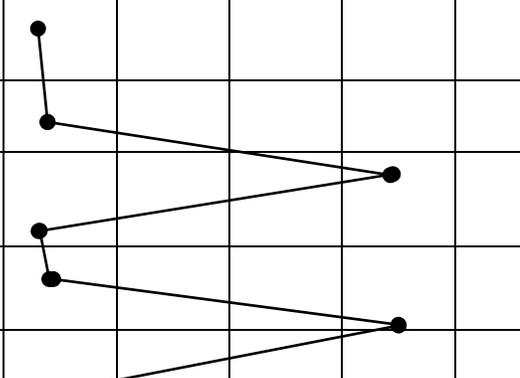
Nº Act	Actividades					
1	Realiza los soportes contables respectivos de las transacciones comerciales.	●				
2	Contabiliza los soportes contables de las de transacciones comerciales.	●				
3	Registro en los libros contables de las transacciones comerciales.	●				
4	Elaborar estado de resultados de la empresa					
5	Evaluación del rendimiento financiero					



Fuente: Autores del proyecto.

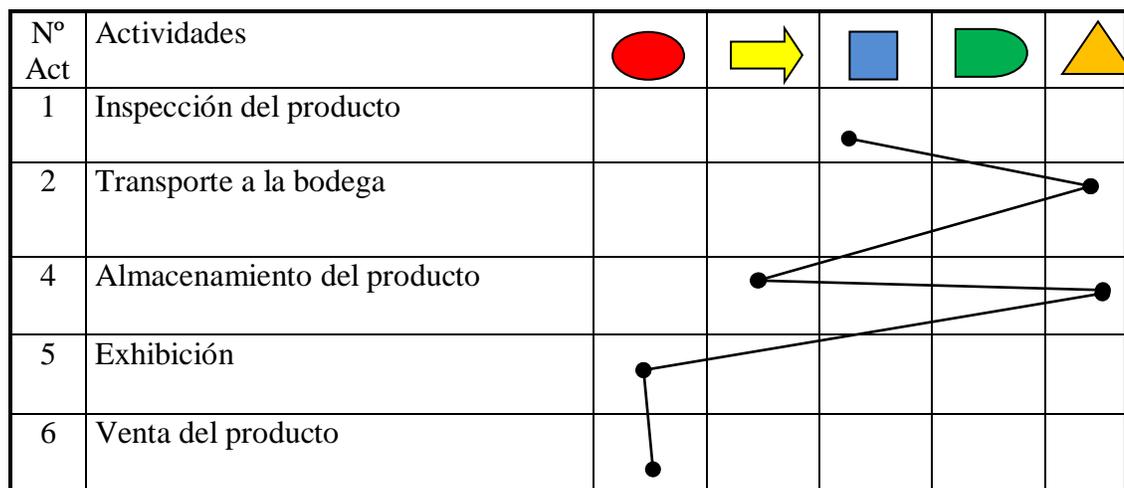
Cuadro 10. Procedimiento de compras.

Nº Act	Actividades					
1	Verificación de necesidades de compra de productos	●				
2	Realización de Cotizaciones	●				
3	Presentación de Cotizaciones					
4	Estudio y Aprobación de la Cotización	●				
5	Compra del producto					



Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 11. Proceso de almacenamiento y venta de productos.



Fuente: Autores del proyecto.

4.3.4 Requisitos Legales

Registro en la cámara de comercio

Se deben tener en cuenta los siguientes requisitos de cumplimiento anual: Renovación de la matrícula mercantil (Cámara de Comercio)

Solicitar Certificado de seguridad (Bomberos) Solicitar certificado de Saico y Acinpro (Bomberos) Solicitar certificado de uso de suelo (Planeación municipal) Solicitar certificado de saneamiento (Hospital E.Q.C)

Pagar el impuesto de industria y comercio (Tesorería Municipal)

Planeación Municipal.

Permiso de uso del suelo: Se tramita una carta dirigida al departamento de planeación municipal con la dirección local, actividad comercial, nombre del gerente encargado, gerente de la principal y NIT de la principal.

Industria y Comercio: Una vez se tiene el permiso de uso del suelo, se lleva el certificado a la cámara de comercio con el valor de los activos para que se defina el valor a cancelar

Bomberos. Verifican el área, con el fin de establecer que todas las instalaciones eléctricas estén incrustadas.

Verifican que la entidad tenga como mínimo un extintor

Capacitan al personal sobre el manejo de los extintores

Plantel de Sanidad. Se expide una vez abierto el establecimiento. Los mínimos requisitos exigen que los baños cumplan con las normas básicas de aseo

4.4 ESTUDIO FINANCIERO, QUE PERMITA CONOCER LA INVERSIÓN COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO.

Para la cuantificación de la inversión, se realiza un estudio con el que se pretende conocer el comportamiento de los diferentes flujos de ingresos propuestos para la apertura de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

4.4.1 Gastos de funcionamiento. Aseo y elementos. Para el montaje de la sucursal de la empresa Disfralandia, se requiere de elementos de aseo como: traperero, escoba, jabón de tocador, jabón en polvo, ambientadores, recogedor, desinfectantes, entre otros.

Mantenimiento y Reparaciones. Tratándose de una empresa del sector comercial posee la respectiva dotación de equipos de computación y comunicación para labores administrativas, además de los equipos de maquinaria lo cual da lugar a la necesidad de servicios de mantenimiento y/o reparación.

Papelería y útiles de Oficina. Este gasto se ocasiona para el cumplimiento de funciones administrativas (Papel bond, tintas, sellos, tijeras, carpetas, ganchos, clips, marcadores, lapiceros, lápices y borradores, entre otros necesarios).

Publicidad y Propaganda. Se considera como una técnica básica para la contribución y la consolidación corporativa de la empresa.

Cuadro 12. Gastos de funcionamiento.

Concepto	Vr/mensual	Vr/anual
Aseo y elementos	70.000	840.000
Mantenimiento y reparaciones	120.000	1.440.000
Papelería y útiles de oficina	70.000	840.000
Publicidad y propaganda	80.000	960.000
Total	\$340.000	\$4.080.000

Fuente: Autor del proyecto.

Servicios Públicos. Para la apertura de la empresa Disfralandia, se requiere de los siguientes servicios públicos:

Cuadro 13. Servicios públicos requeridos para el funcionamiento.

Concepto	V/unitario	V/anual
Agua	60.000	720.000
Energía eléctrica	300.000	3.600.000
Telefonía	60.000	720.000
TOTAL	\$420.000	\$5.040.000

Fuente: Autor del proyecto.

Arriendo. En lo que refiere al arriendo, la empresa Disfralandia, requiere de \$1.200.000 mensuales para la cancelación del canon, lo cual suma anualmente \$14.400.000

Cuadro 14. Arriendo requerido para el funcionamiento de la empresa Disfralandia.

Concepto	V/unitario	V/anual
Arriendo	1.200.000	14.400.000
TOTAL	1.200.000	\$14.400.000

Fuente: Autor del proyecto.

4.4.2 Gastos de personal. En cuanto a los gastos de personal, para el funcionamiento de la empresa en la ciudad de Ocaña, se contará con ocho trabajadores, los cuales estarán vinculados a la empresa con contrato a término indefinido.

Cuadro15. Sueldos de personal

Cargo	Sueldos básico mensual	Valor anual
Administrador	1.500.000	18.000.000
Secretaria	690.000	8.280.000
Operario máquina 1	690.000	8.280.000
Operario máquina 2	690.000	8.280.000
Operario corte	690.000	8.280.000
Planchador y control	690.000	8.280.000
Vendedor	700.000	8.400.000
Celador	690.000	8.280.000
TOTAL	6.340.000	76.080.000

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 16. Honorarios

Cargo	Honorarios	Valor anual
Contador Público	400.000	4.800.000
TOTAL	400.000	4.800.000

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 17. Gastos de Personal.

Años Ítems	1	2	3	4	5
Sueldo	76.080.000	79.884.000	83.878.200	88.072.110	92.475.715
Aux. Trans.	7.459.200	7.832.160	8.223.768	8.634.956	9.066.704
Dotación	4.000.000	4.200.000	4.410.000	4.630.500	4.862.025
Prima 8.33%	6.337.464	6.654.337	6.987.054	7.336.407	7.703.227
Cesantías 8.33%	6.337.464	6.654.337	6.987.054	7.336.407	7.703.227
Int/ces 12%	9.129.600	9.586.080	10.065.384	10.568.653	11.097.085
Vacaciones 4.17%	3.172.536	3.313.682	3.479.366	3.653.334	3.836.001
Parafiscales 9%	6.847.200	7.189.560	7.549.038	7.926.490	8.322.814
Salud 8.5%	6.466.800	6.790.140	7.129.647	7.486.129	7.860.436
Pensión 12%	9.129.600	9.586.080	10.065.384	10.568.653	11.097.085
ARL 0.522%	397.138	416.994	437.844	459.736	482.723
TOTAL	135.357.002	142.107.370	149.212.739	156.673.375	164.507.042

Fuente: Autores del proyecto.

4.4.3 Impuesto, contribuciones y tasas

Predial unificado	\$300.000
Notariales	<u>\$200.000</u>
Total	\$500.000

Cuadro 18. Resumen de gastos año 1

Gastos	Valor anual
Arriendo	14.400.000
Aseo y elementos	840.000
Mantenimiento y reparaciones	1.440.000
Servicios públicos	5.040.000
Papelería y útiles de oficina	840.000
Publicidad y propaganda	960.000
Gastos de personal	76.080.000
Honorarios	4.800.000
Impuestos, contribuciones y tasas	500.000
TOTAL	\$104.900.000

Fuente: Autor del proyecto.

Proyección anual de los gastos operacionales. Realizando sumatoria de los diferentes gastos relacionados, se tiene un total de \$104.900.000 para el año 1, los cuales son proyectados con un incremento anual del 5%, cifra promedio de la inflación colombiana de los últimos años, proyectada a 5 años más.

Cuadro 19. Proyección anual de los gastos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Gastos totales anuales	104.900.000	110.145.000	115.652.250	121.434.862	127.506.605

Fuente: Autor del proyecto.

4.4.4 Ingresos. Para hallar los ingresos, la empresa Disfralandia, dependerá de los mismos que sean percibidos por concepto de la venta de los productos que ésta ofrezca.

Teniendo en cuenta la investigación de mercados realizada, se tuvo que solo el 30% de las 19.242 familias encuestadas están en disponibilidad de adquirir un disfraz al año.

Cuadro 20. Ingresos operacionales

Ingresos percibidos por venta de productos	Demanda	Precio	Valor anual
Productos Ofertados por la empresa	5.773	\$54.000	\$311.742.000

Fuente: Autores del proyecto.

Los ingresos percibidos anualmente tienen un aumento del 10%.

Cuadro 21. Proyección de ingresos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Ingresos totales anuales	311.742.000	342.916.200	377.207.820	414.928.602	456.421.462

Fuente: Autores del proyecto.

$$\begin{aligned}
 \text{Costo de la demanda} &= \text{costo und.} \times \text{demanda} \\
 &= 40.530 \times 5.773 \\
 &= 233.979.690
 \end{aligned}$$

Cuadro 22. Proyección de costos.

Años	1	2	3	4	5
Costos anuales	233.979.690	257.377.659	283.115.425	311.426.967	342.569.664

Fuente: Autores del proyecto.

4.4.5 Depreciación y diferidos. Depreciación. Para hallar la depreciación, se aplica el método de línea recta donde el valor a depreciar, se obtiene de dividir el valor de activo en libros sobre el período del proyecto.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Activo}}{\text{Vida del proyecto}}$$

Como hay activos de diferente vida útil, se deprecian por separado teniendo en cuenta que las construcciones tienen 20 años, los equipos y maquinarias 10 años y el equipo de computación y comunicación 5 años.

Cuadro 23. Fondo de depreciación

Años	0	1	2	3	4	5
Equipo de oficina	2.770.000					
Depreciación		277.000	277.000	277.000	277.000	277.000
Equipo de comunicación y computación	2.600.000					
Depreciación		520.000	520.000	520.000	520.000	520.000
Maquinaria y equipo	14.820.000					
Depreciación	0	1.482.000	1.482.000	1.482.000	1.482.000	1.482.000
Total Depreciación		2.279.000	2.279.000	2.279.000	2.279.000	2.279.000
	20.190.000					
	0					

Fuente: Autores del proyecto.

Diferidos. Estos constituyen ciertos cargos requeridos para la puesta en marcha de la empresa Disfralandia.

Papelería y útiles de oficina	\$840.000
Publicidad y propaganda	\$960.000
Estudios y proyectos (de viabilidad).....	<u>\$2.200.000</u>
Total	<u>\$4.000.000</u>

Cuadro 24. Amortización de diferidos

Años	0	1	2	3	4	5
Diferidos	4.000.000					
Amortización		800.000	800.000	800.000	800.000	800.000

Fuente: Autor del proyecto.

4.4.6 Capital de trabajo. Este rubro se calcula con base al valor de cuatro (4) meses de gastos de funcionamiento y gastos de la empresa Disfralandia de Ocaña, buscando dar respuesta a las diferentes necesidades durante los primeros 4 meses de funcionamiento de la misma.

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

$$C.T. = \frac{104.900.0000 \times 4 \text{ meses}}{12 \text{ meses}}$$

$$C.T. = \$34.966.667$$

De esta manera, se requiere tener en Bancos como garantía para el montaje de la empresa productora y comercializadora de disfraces Disfralandia, en la ciudad de Ocaña, la suma de \$34.966.667.

4.4.7 Balance inicial. A continuación se presenta el balance inicial para la empresa productora y comercializadora de disfraces, definiendo total de activos, pasivos y patrimonio.

**DISFRALANDIA
BALANCE INICIAL**

ACTIVOS		\$59.156.667
DISPONIBLE		
Bancos	\$34.966.667	
Propiedad, planta y	\$20.190.000	
Equipo		
Diferidos	\$4.000.000	
TOTAL ACTIVOS		
PASIVOS	-0-	
PATRIMONIO		
Aportes Sociales	\$59.156.667	
Pasivo + Patrimonio		\$59.156.667

4.4.8 Estado de resultados proyectado

Cuadro 25. Estado de resultados proyectado.

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	311.742.000	342.916.200	377.207.820	414.928.602	456.421.462
- Costos	233.979.690	257.377.659	283.115.425	311.426.967	342.569.664
- Gastos	104.900.000	110.145.000	115.652.250	121.434.862	127.506.605
Utilidad operac.	-27.137.690	-24.606.459	-21.559.855	-17.933.227	-13.654.807
-Depreciación	2.279.000	2.279.000	2.279.000	2.279.000	2.279.000
-Diferidos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
utilidad AI	-30.216.690	-27.685.459	-24.638.855	-21.012.227	-16.733.807
Imptos. 35%	0	0	0	0	0
Util D.	0	0	0	0	0
Imptos	0	0	0	0	0
Reserva legal 10%	0	0	0	0	0
Util. Neta	-30.216.690	-27.685.459	-24.638.855	-21.012.227	-16.733.807

Fuente: Autores del proyecto.

Acorde con las proyecciones de ingresos y gastos se diseña el estado de resultados proyectado a cinco (5) años, mostrando un progresivo incremento anual, debido al aumento en ingresos anuales.

Cuadro26. Flujo de caja

Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	-30.216.690	-27.685.459	-24.638.855	-21.012.227	-16.733.807
+Depreciac.	2.279.000	2.279.000	2.279.000	2.279.000	2.279.000
+Diferidos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Flujo de caja	-27.137.690	-24.606.459	-21.559.855	-17.933.227	-13.654.807

Fuente: Autores del proyecto.

Punto de equilibrio. Para determinar el punto de equilibrio del proyecto, se aplica la siguiente fórmula, en la que se tiene en cuenta los gastos fijos y el porcentaje del margen de contribución, para lo cual se tomarán los datos del primer año:

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

Los costos fijos y los costos variables, están establecidos en el cuadro de resumen de gastos año 1.

Se despeja la fórmula anterior:

$$PE = \frac{104.900.000}{1 - \frac{233.979.690}{311.742.000}}$$

$$PE = \frac{104.900.000}{1 - 0,7}$$

$$PE = \frac{104.900.000}{0,3}$$

$$PE = 349.666.667 \text{ anual}$$

Para lograr el punto de equilibrio, la empresa debe tener ingresos, en el primer año, de \$349.666.667.

Para determinar la veracidad de lo anterior, se procede a realizar la respectiva prueba, realizando un Estado de Resultado, para lo cual es necesario hallar el índice de los costos variables en el punto de equilibrio. Entonces:

$$\%CVenPE = \frac{CV}{PV}$$

$$\%CVenPE = \frac{233.979.690}{311.742.000}$$

$$\%CVenPE = 0,7$$

Ahora se halla el Costo Variable en el Punto de Equilibrio multiplicando el valor del Punto de Equilibrio por el porcentaje de los costos variables en el punto de equilibrio:

$$CVenPE = 349.666.667 \times 0,7$$

$$CVenPE = 244.766.667$$

Con la información anterior, se elabora el estado de resultados para comprobar el Punto de Equilibrio:

Ingresos en el PE.....	\$349.666.667
Menos CV en el PE.....	244.766.667
UTILIDAD BRUTA...	104.900.000
Menos Costos Fijos.....	<u>104.900.000</u>
Utilidad.....	\$ 0

Por lo anterior, queda demostrado que la empresa Disfralandia, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$349.666.667 en el primer año.

4.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA, PARA IDENTIFICAR LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Esta etapa define la bondad de la empresa en términos de retribución económica, fundamentando los resultados en las técnicas del valor presente neto, valor actual neto, razón costo beneficio y tasa interna de retorno.

4.5.1 Valor presente neto (VPN). Valor Presente Neto es una medida del Beneficio que rinde un proyecto de Inversión a través de toda su vida útil.

Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos netos de caja con recursos propios.

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

Dónde:

Tasa = (12%)

n = número de años

-	-	-	-	-
27.137.690	24.606.459	21.559.855	17.933.227	13.654.807

$$VPN = \frac{(-27.137.690)}{(1+0.12)^1} + \frac{(-24.606.459)}{(1+0.12)^2} + \frac{(-21.559.855)}{(1+0.12)^3} + \frac{(-17.933.227)}{(1+0.12)^4} + \frac{(-13.654.807)}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN = (-24.230.080) + (-19.685.167) + (15.399.896) + (11.422.438) + (7.758.413)$$

$$VPN = -78.495.994$$

El VPN del proyecto se muestra en \$-78.495.994 resultado negativo para la viabilidad del proyecto.

4.5.2 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 empresa Disfralandia de Ocaña.

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

$$\text{VAN} = (\$-78.495.994) - 59.156.667$$

$$\text{VAN} = \$-137.652.661$$

El valor actual neto de \$-137.652.661 al cabo de cinco años es un resultado negativo, porque luego de recuperar la inversión inicial, deja un rubro poco por debajo de la misma, indicando que la actividad económica no retribuye, aquellos recursos por los cuales se asume cierto riesgo financiero.

4.5.3 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

$$\$59.156.667 = (\$-78.495.994)$$

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

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$\text{VPN} = \frac{(-27.137.690)}{(1+0.10)^1} + \frac{(-24.606.459)}{(1+0.10)^2} + \frac{(-21.559.855)}{(1+0.10)^3} + \frac{(-17.933.227)}{(1+0.10)^4} + \frac{(-13.654.807)}{(1+0.10)^5}$$

$$\text{VPN} = (-24.307.682) + (-19.989.469) + (-15.879.468) + (-9.911.683) + (-8.179.832)$$

$$\text{VPN} = (-78.268.134)$$

Tasa 2: 15%

$$\text{VPN} = \frac{(-27.137.690)}{(1+0.15)^1} + \frac{(-24.606.459)}{(1+0.15)^2} + \frac{(-21.559.855)}{(1+0.15)^3} + \frac{(-17.933.227)}{(1+0.15)^4} + \frac{(-13.654.807)}{(1+0.15)^5}$$

$$\text{VPN} = (-23.250.826) + (-18.323.680) + (-13.894.535) + (-8.316.699) + (-6.552.004)$$

$$\text{VPN} = (-70.825.368)$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">-78.268.134 ----</td> <td style="padding: 5px;">10%</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">59.023.587 ----</td> <td style="padding: 5px;">X</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">-70.825.368 ----</td> <td style="padding: 5px;">15%</td> </tr> </table>	-78.268.134 ----	10%	59.023.587 ----	X	-70.825.368 ----	15%
-78.268.134 ----	10%					
59.023.587 ----	X					
-70.825.368 ----	15%					

$$(-78.268.134) - 59.023.587 = (-137.291.721)$$

$$(-78.268.134) - (-70.825.368) = (-149.093.502)$$

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

$$\frac{X}{5} = \frac{(-137.291.721)}{(-149.093.502)}$$

$$(-137.291.721) X = (-149.093.502) (5)$$

$$X = (-745.467.510) / (-137.291.721)$$

$$X = -5.42$$

$$X = -5.42\%$$

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Con el establecimiento de dos tasas para la interpolación se pretende encontrar un porcentaje promedio de recuperación, en el caso concreto se utilizó una tasa inferior de la base que es del 10%, y una tasa superior del 15%; dando como resultado un porcentaje de recuperación negativo, lo que muestra que la creación de esta empresa no es factible ni atraíble de invertir

4.6 IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL QUE GENERA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO

4.6.1 Estudio social. Teniendo en cuenta la falta de viabilidad del proyecto, se tiene que el estudio social, a pesar de contar con grandes beneficios, como lo es la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, y el ofrecimiento de grandes aportes al desarrollo local y regional, mediante la generación de empleo y en la innovación del sector comercial, no pueden darse, dado al margen de utilidad negativo arrojado en el estudio.

4.6.2 Estudio ambiental. La puesta en marcha del proyecto planteado, no tiene repercusiones en cuanto al medio ambiente; ya que las actividades a realizar no generarían efectos externos que contaminen la ciudad. Aun así, al no ser un proyecto viable, este estudio no se ejecutará, dado lo negativo de los estudios financiero y económico. Por lo tanto, el estudio ambiental, aunque se quisiera cumplir con un proceso de responsabilidad social, no se puede dado los resultados obtenidos.

5. CONCLUSIONES

El objetivo principal que es la creación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, no se cumple, a pesar de haber sido desarrollada la investigación de mercados y la interacción directa con la población objetivo del proyecto, fue posible determinar un 92% de aceptación de la creación de una empresa productora y distribuidora de disfraces en la ciudad de Ocaña, indicador considerado conveniente para la creación de la misma en el municipio, pero los altos costos de administración se vieron reflejados en el estudio, indicando que la demanda potencial y el precio de venta, no da para cubrir estos.

Por su parte, el estudio técnico permitió estimar objetivamente, la capacidad instalada, los requerimientos físicos y financieros básicos y la distribución en planta, que permitan poner en marcha la propuesta el proyecto y que se constituyen en los elementos fundamentales para el desarrollo del proyecto.

Para la evaluación Financiera se tuvo en cuenta todo lo inherente a los ingresos y egresos propios. Infortunadamente no se cumple, ya que después de realizar el análisis financiero de la empresa se ven reflejados unos altos costos de administración, y el producto como tal teniendo en cuenta la demanda potencial y el precio de venta, no da para cubrir estos.

El análisis que se realizó para todos los años proyectados teniendo en cuenta el aumento en el precio y en las ventas, muestra que la empresa ni siquiera en el largo plazo puede llegar a ser rentable.

Al presentar negativo la evaluación financiera y económica, el impacto social no es favorable, dado que al no ser posible la creación de la empresa, no se generará el empleo proyectado, ni la población se beneficiará al contar con una productora y distribuidora de disfraces.

Así mismo, el impacto ambiental no se afectará, puesto que, a pesar de que no generaría repercusiones en el medio ambiente este tipo de empresas, esta no es posible crearla.

6. RECOMENDACIONES

La empresa propuesta debe desarrollar nuevos productos y servicios para fortalecer sus operaciones y crear más rentabilidad en el negocio como estrategia de crecimiento de mercado, realizando un nuevo análisis que garantice la oferta de variados productos que estén a la vanguardia y de esta manera pueda ser viable con un nuevo portafolio de servicios que aumenten su rentabilidad.

La principal causa de pérdida de esta empresa está en los gastos de administración y ventas, estos se pueden reducir para lograr una mayor rentabilidad, pero se piensa que esto es lo justo para lanzar al mercado una empresa de estas características.

A pesar de que el estudio de mercados, el estudio técnico, así como el impacto ambiental y social fueron favorables, la creación de la empresa productora y comercializadora de disfraces en Ocaña no es posible, dado los aspectos negativos arrojados en la evaluación económica y financiera, que no permiten llevar a cabo la ejecución del presente proyecto

BIBLIOGRAFÍA

CAMACHO, Jaime. Planeación estratégica. Bucaramanga: UIS, 1994. 63p

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 232. (diciembre, 1995). Por la cual se dictan normas para el funcionamiento de para la apertura de establecimientos comerciales. Bogotá: El Ministerio, 1995. p.2.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. México Mc Graw- Hill, 1993. 373p.

FISCHER DE LA VEGA Laura, ESPEJO Jorge. Investigación de mercados. 4 ed McGraw-Hill. Mexico1993. p.162. ISBN 9786071505392

MENDOZA VARELA, EDUARDO. Estudio de factibilidad. Tunja, Academia Boyacense de Historia, 1986. P 45

MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL. Capacitación en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública. Bogotá. 2011. P 7

NUEVO CÓDIGO DE COMERCIO. Santafé de Bogotá: Momo Ediciones, 2000. p.15.

RAMÍREZ CARDONA, Carlos. Teoría y enfoques sobre administración. Santa Fe de Bogotá, 1998. P. 169-171.

STANTTON, William. Fundamentos de Mercado. 9ª Edición. McGraw – Hill, 1994. P. 64-65.

TERRY, George. Principios de Administración s.I: Mac Graw- Hill.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

ANIM-ART.Origen de los disfraces (online). 1 ed. [s.l.]: Anim-Art, 2012. [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.anim-art.com/index.php/EL-ORIGEN-DE-LOS-DISFRACES.html>

GARCÍA, A. Disfraces en Colombia. (online) 1 ed. [Bogotá]: s.n., 2015. [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://fiestas.elembarazo.net/halloween-en-colombia.html>

ROSSO, Micaela. Historia de los disfraces. (online) 1 ed. [s.l.]: Guía infantil, 2014. [citado 23 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.guiainfantil.com/articulos/celebraciones/halloween/el-origen-de-los-disfraces-en-la-noche-de-halloween/>

UNAL. Teoría Del Valor Trabajo. [Online]. [s.l.]: UNAL, 2006. [Citado 18 jun., 2015]. Disponible en Internet En: [http://www.fce.unal.edu.co/docs/ Teoría Del Valor Trabajo._092-1997.pdf](http://www.fce.unal.edu.co/docs/Teoría%20Del%20Valor%20Trabajo._092-1997.pdf) p.2

VAN DALEN, Deobold B. y MEYER, William J. Manual de técnica de la investigación educacional (online). 2 rev. [México]: Noemágico, 2011 [citado 30 may., 2015]. Disponible en: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Objetivo: Realizar un estudio de factibilidad para conocer la aceptación de una empresa productora y comercializadora de disfraces en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LA POBLACIÓN OCAÑERA

1. ¿Se ha disfrazado alguna vez?

Si _____

No _____

2. ¿Cuántos hijos tiene?

1 _____

2 _____

3 _____

Más de 3 _____

No tiene _____

3. Si la respuesta anterior es afirmativa ¿ha disfrazado a sus hijos?

Si _____

No _____

Por qué? _____

4. ¿Qué tipo de disfraces le gusta?

Personajes de TV _____

Superhéroes _____

Carnaval _____

Naturaleza _____

Maléficos _____

Otro _____ Cuál? _____

5. ¿En qué temporada del año utiliza disfraces?

Carnaval _____

Halloween _____

Fiestas privadas _____

Actuación en los colegios _____
Actividades recreativas _____
Otra _____ Cuál? _____

6. Cuando necesita de un disfraz ¿de qué manera lo adquiere?

Lo compra _____
Lo alquila _____
Lo busca prestado _____

7. ¿A qué sitio acude para adquirirlo?

Almacén _____
Modista _____
Punto de alquiler _____
Otro _____ Cuál? _____

8. ¿Le gustaría que en Ocaña se creara una empresa productora y comercializadora de disfraces?

Si _____
No _____
Por qué? _____

9. ¿Estaría dispuesto a adquirir productos de esta empresa productora?

Si _____
No _____
Por qué? _____

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a cancelar por un disfraz?

Entre \$15.000 a \$30.000 _____
Entre \$31.000 a \$60.000 _____
Entre \$60.000 a \$100.000 _____
Más de \$100.000 _____

11. ¿En qué sector le gustaría se ubicara la empresa?

Centro de la ciudad _____
Sector Norte _____
Dulce Nombre _____

12. ¿Cuál considera usted que es el mejor medio para dar a conocer la productora y distribuidora de disfraces en la ciudad de Ocaña?

Televisión

Radio

Prensa escrita

Volantes

Pasacalles

Otro ____ cuál?_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo B. Distribución en planta

