RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Laura María Verjel Torrado
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de Empresas
DIRECTOR	Oscar Orlando Hormaza Fajardo
TÍTULO DE LA TESIS	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas
TITULO EN INGLES	Feasibility study for the creation of a company in the city of Ocaña Norte de Santander, dedicated to the manufacture and marketing of rag dolls representative of the Colombian regions

RESUMEN
(70 palabras)

La finalidad de este proyecto es determinar la factibilidad que tendría la creación de la empresa dedicada a diseñar, manufacturar y comercializar muñecas en tela representando cada cultura de Colombia, por esta razón se pretende realizar un estudio de mercados, estableciendo la oferta y la demanda, elaborando igualmente el marketing mix del producto y realizar el estudio técnico, determinando el tamaño del proyecto, localización y los requerimientos humanos y materiales, por último se pretende plantear un estudio administrativo, a través del cual se muestre el organigrama y el manual de funciones y procedimientos que desarrollará la fábrica de muñecas de trapo.

RESUMEN EN INGLES

The purpose of this project is to determine the feasibility of creating a company dedicated to designing, manufacturing, and marketing cloth dolls representing each culture of Colombia. Therefore, the project aims to conduct a market study, establishing supply and demand, developing the product's marketing mix, and conducting a technical study, determining the project's size, location, and human and material requirements. Finally, the project aims to present an administrative study, which will include the organizational chart and the manual of functions and procedures for the cloth doll factory.

PALABRAS CLAVES	Creación, empresa, fabricación, muñecas.
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Creation, company, manufacture, dolls.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 81	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 18	CD-ROM: 0

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas

Laura María Verjel Torrado

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Administración de Empresas

MSc. Oscar Orlando Hormaza Fajardo

07 de febrero de 2024

Índice

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas 10

1.1 Planteamiento del problema 10

1.2 Formulación del problema 11

1.3 Objetivos 12

1.3.1 Objetivo general 12

1.3.2 Objetivos específicos 12

1.4 Justificación 13

1.5 Delimitaciones 14

1.5.1 Geográfica 14

1.5.2 Temporal 14

1.5.3 Conceptual 15

1.5.4 Operativo 15

Capítulo 2. Marco referencial 16

2.1 Marco histórico 16

2.2 Marco conceptual 17

2.3 Marco Teórico 20

2.3.1 Teoría del comportamiento 20

2.3.2 Teoría de la Oferta y la Demanda 21

2.3.3 Teoría del emprendimiento según Schumpeter. 21

2.3.4 Teoría de Sistemas 22

2.4 Marco Legal 22

Capítulo 3. Diseño metodológico 25

3.1 Tipo de investigación 25

3.2 Población y muestra 25

3.2.1 Población 25

3.2.2 Muestra 26

3.3 Técnica e instrumentos de recolección de la información 26

3.4 Procesamiento y análisis de la información 27

Capítulo 4. Resultados 28

4.1 Realizar un estudio de mercados, estableciendo la oferta y la demanda, elaborando igualmente el marketing mix del producto en la ciudad de Ocaña 28

4.1.1 Análisis de la demanda 28

4.1.2 Descripción del producto 43

4.1.3 Características de la empresa 44

4.1.4 Análisis de la demanda 44

4.1.5 Análisis de la oferta 45

4.1.6 Canales de distribución 49

4.1.7 Publicidad 49

4.2 Realizar el estudio técnico, determinando el tamaño del proyecto, localización y los requerimientos humanos y materiales 50

4.2.1 Localización 50

4.2.2 Requerimiento Físico 52

4.3 Plantear un estudio administrativo, a través del cual se muestre el organigrama y el manual de funciones y procedimientos que desarrollará la fábrica de muñecas de trapo..... 54

4.3.1 Organigrama..... 54

4.3.2 Valores 54

4.3.3 Manual de funciones 55

4.3.4 Manual de procedimientos 58

4.4 Calcular el estudio financiero y económico, determinando los ingresos, costos y egresos, además de la tasa interna de retorno con la que contará la empresa para su puesta en funcionamiento..... 58

4.4.1 Gastos de funcionamiento 61

4.4.2 Gastos de inversión 63

4.4.3 Depreciaciones 64

4.4.4 Activos diferidos 64

4.4.5 Ingresos 65

4.4.6 Capital de trabajo 67

4.4.7 Balance inicial..... 67

4.4.8 Estado de resultados..... 68

4.5 Identificar el impacto ambiental y social que puede causar la creación de la fábrica y comercializadora de muñecas de trapo en la ciudad de Ocaña 71

4.5.1 Impacto social 71

4.5.2 Impacto ambiental 72

Capítulo 5. Conclusiones 73

Capítulo 6. Recomendaciones 75

Referencias 76

Lista de tablas

Tabla 1 Edad en la que se encuentra 29

Tabla 2 Género.....30

Tabla 3 Estado civil..... 31

Tabla 4 Nivel social 32

Tabla 5 Tiene hijos..... 33

Tabla 6 Tiene conocimiento acerca de las diversas culturas del país 35

Tabla 7 Ha obsequiado o recibido un detalle alusivo a las culturas del país 36

Tabla 8 Adquiriría usted una muñeca en tela que represente las regiones del país 37

Tabla 9 Disponibilidad para el pago de una muñeca 38

Tabla 10 Lugares preferentes para el ofrecimiento del producto..... 39

Tabla 11 Frecuencia de compra aproximada de una muñeca representativa de las regiones colombianas..... 41

Tabla 12 Medio de comunicación preferido para recibir más detalles del producto..... 42

Tabla 13 Proyección de la demanda..... 45

Tabla 14 Materiales directos. 47

Tabla 15 Costos de mano de obra directa. 47

Tabla 16 Determinación de los CIF 48

Tabla 17 Equipos de oficina, muebles y enseres..... 52

Tabla 18 Equipo de computación, comunicación y otros 52

Tabla 19 Maquinaria y equipo 52

Tabla 20 Manual de funciones, cargo: Gerente..... 56

Tabla 21 Manual de funciones, cargo: Contador Público 56

Tabla 22 Manual de funciones, cargo: Secretaria 57

Tabla 23 Manual de funciones, cargo: Instructor.....57

Tabla 24. Procedimiento de control administrativo y contable.....59

Tabla 25. Procedimiento de compras.....59

Tabla 26 Equipos de oficina, muebles y enseres.....61

Tabla 27 Equipo de computación, comunicación y otros 62

Tabla 28 Maquinaria y equipo 62

Tabla 29 Gastos servicios públicos.....62

Tabla 30 Gastos de personal.....62

Tabla 31 Gastos de personal.....63

Tabla 32 Gastos de constitución.....63

Tabla 33 Gastos iniciales.....64

Tabla 34 Depreciación.....64

Tabla 35 Activos diferidos.....64

Tabla 36 Amortización activos diferidos 65

Tabla 37 Ingresos 66

Tabla 38 Proyección de ingresos.....66

Tabla 39 Proyección de costos.....66

Tabla 40 Resumen de gastos año 1 66

Tabla 41 Proyección anual de los gastos operacionales.....67

Tabla 42 Estado de resultados.....68

Tabla 43. Flujo de caja 69

Lista de figuras

Figura 1 Edad en la que se encuentra 29

Figura 2 Género 30

Figura 3 Estado civil 31

Figura 4 Nivel social 32

Figura 5 Tiene hijos 34

Figura 6 Género de sus hijos 34

Figura 7 Tiene conocimiento acerca de las diversas culturas del país 35

Figura 8 Ha obsequiado o recibido un detalle alusivo a las culturas del país 36

Figura 9 Adquiriría usted una muñeca en tela que represente las regiones del país 37

Figura 10 Disponibilidad para el pago de una muñeca 38

Figura 11 Lugares preferentes para el ofrecimiento del producto 40

Figura 12 Frecuencia de compra aproximada de una muñeca representativa de las regiones colombianas 41

Figura 13 Medio de comunicación preferido para recibir más detalles del producto 42

Figura 14 Logotipo 44

Figura 15 Canal directo de distribución 49

Figura 16 Macro localización de la ciudad de Ocaña 51

Figura 17 Diagrama de flujo 53

Figura 18 Organigrama 54

Introducción

El presente estudio de factibilidad se enfoca en evaluar la viabilidad de establecer una empresa en la ciudad de Ocaña, ubicada en el departamento de Norte de Santander, dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo que representen las diversas regiones del país. Esta propuesta surge en respuesta a la creciente demanda de productos que reflejen la diversidad cultural y folclórica de Colombia, así como a la necesidad de promover la preservación de las tradiciones artesanales.

El proyecto de investigación busca analizar en profundidad los aspectos clave que determinarán el éxito y la sostenibilidad de la empresa, abordando áreas como el mercado, la técnica, la administración, la financiación y el impacto ambiental y social. Mediante un enfoque integral, se pretende identificar oportunidades, mitigar riesgos y establecer estrategias que impulsen el desarrollo y la consolidación inicial de la empresa en el mercado local.

La fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las diferentes regiones colombianas no solo ofrece una oportunidad de negocio lucrativa, sino que también contribuye a la promoción de la cultura y el folclore colombiano, así como al empoderamiento de las comunidades artesanales locales. Por lo tanto, este estudio no solo busca evaluar la viabilidad económica de la empresa, sino también su impacto positivo en el tejido social y cultural de la región.

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas

1.1 Planteamiento del problema

Los juguetes son parte de los accesorios de la humanidad, los cuales son capaces potencialmente de simbolizar la ideología de una época y los atributos de una cultura.

Desde el inicio de los tiempos los juguetes han estado presente en la vida de los niños, en investigaciones realizadas, se han encontrado diversas clases de muñecos en tumbas primitivas, y algunos historiadores relatan en sus escritos como en la Prehistoria los niños hacían uso de juguetes de madera, arcilla o hueso. El más antiguo data de hace 4000 años, y se trata de un sonajero hecho en terracota descubierto en Turquía. En el imperio Romano y Egipto también existieron juguetes en forma de estatuillas que representaban humanos o animales. (Museo Pedagógico Colombiano, 2021, pág. 3)

Ahora bien, al hablar de industria o empresa del juguete, se comenta que ésta inicia en el siglo XVI particularmente en Alemania, de donde se conoce también que los artesanos de esa época fabricaban animales en madera y hojalata. Sin embargo, aunque parezca que desde el inicio de los tiempos los juguetes han existido, su importancia es relativa a partir del siglo XVII, en el momento que se da nombre a la categoría infancia, desde donde se comienza a estudiar teorías académicas y se crean alrededor de ella. Es a partir de ahí cuando cobra importancia, a lo

cual se suman países como Francia e Inglaterra, los cuales se integran a estas industrias productoras de juguetes. (Cuervo, 2017, pág. 27)

En Colombia este tipo de industria se inició mediante la importación de juguetes, los cuales a partir de 1929 fueron traídos por la "Librería, Papelería y Comercializadora de juguetes *Búffalo"*, ubicada en Medellín, quien dio inicio a la fabricación de juguetes de su propia marca en la década de 1940, donde dieron origen a la Fábrica de Muñecas de Medellín, la cual funcionó por aproximadamente 5 años, a partir de donde se convirtió, según Aristizábal (2018) "en Industrias *Búffalo*, que inició labores con la fabricación de juguetes en madera y metal. En ese orden de ideas, *Búffalo* fue la compañía insignia de la producción juguetera nacional de mediados del siglo XX" (p.7).

En este orden de ideas, al hablar del contexto local, en la ciudad de Ocaña no se cuenta con una fábrica específicamente de muñecas de trapo, puesto que en la región existen personas dedicadas a la fabricación de juguetes de algún tipo, sea madera, tela, reciclaje, pero no se cuenta con una empresa creada legalmente que cuente con una actividad económica igual o similar a la de una empresa dedicada a la fabricación de muñecas de trapo, de ahí la importancia de realizar un estudio como tal para ofrecer a la sociedad productos de este tipo que muestren la cultura que representa cada región del país.

1.2 Formulación del problema

¿Qué beneficios trae para la ciudad de Ocaña, la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Estudiar la factibilidad para la creación de una empresa en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas

1.3.2 Objetivos específicos

Realizar un estudio de mercados, estableciendo la oferta y la demanda, elaborando igualmente el marketing mix del producto en la ciudad de Ocaña.

Realizar el estudio técnico, determinando el tamaño del proyecto, localización y los requerimientos humanos y materiales.

Plantear un estudio administrativo, a través del cual se muestre el organigrama y el manual de funciones y procedimientos que desarrollará la fábrica de muñecas de trapo.

Calcular el estudio financiero y económico, determinando los ingresos, costos y egresos, además de la tasa interna de retorno con la que contará la empresa para su puesta en funcionamiento.

Identificar el impacto ambiental y social que puede causar la creación de la fábrica y comercializadora de muñecas de trapo en la ciudad de Ocaña.

1.4 Justificación

Las muñecas de trapo comunican a través de las relaciones que se establecen entre estas, los pueblos y sus formas de vida, y hablan específicamente de lo cultural desde su materialidad e inmaterialidad. Este es el planteamiento que guía el desarrollo de esta investigación. Las historias y anécdotas de un pasado se entretejen en la relación espacio tiempo y tradición, lo que permite que las muñecas se carguen de valor y sentido y sean herramientas comunicativas al tener condiciones simbólicas y semióticas dentro de las sociedades. Esto implica, que en la elaboración de las muñecas se puedan evidenciar elementos comunicativos, lenguajes verbales y no verbales, gustos, conocimientos y formas de vivir, de estar, de ser. En definitiva, a través de las muñecas y su elaboración se transmiten las memorias de los pueblos. (Gutiérrez, 2021, pág. 9).

El párrafo anterior presenta gran parte del alcance que puede llegar a tener la creación de una fábrica y comercializadora de muñecas de trapo en la ciudad de Ocaña. De igual forma, se justifica la elaboración del mismo, teniendo en cuenta que al crearse la empresa, la misma

generará empleo, lo que conlleva a fuentes de ingreso para quienes puedan llegar a ser parte de la misma.

Así mismo, desarrollar este tipo de estudios es relevante teniendo en cuenta que es una empresa que no cuenta con competencia directa en la ciudad de Ocaña, siendo un negocio de artesanías donde se muestra a través de una muñeca de trapo, una representación de la cultura de cada región, mediante un producto de calidad y atractivo, el cual podrá ser vendido a todo tipo de clientes que deseen conservar e impulsar la identidad cultural.

De otra manera, la ejecución del proyecto cuenta con la finalidad de aportar mediante una investigación, los conocimientos y destrezas adquiridas a través de la carrera cursada.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Geográfica

Contextualmente la propuesta se desarrollará en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.5.2 Temporal

El tiempo establecido para el desarrollo del proyecto, se encuentra en el cronograma del trabajo, donde se determinan los diferentes tiempos para cada uno de los objetivos que se diseñaron para su cumplimiento.

1.5.3 Conceptual

Desarrollar proyectos de investigación requiere de la exploración de conceptos enfocados en el estudio. De esta forma, para ello se contará con la conceptualización de los diferentes estudios basados en ello, como lo son: estudio de mercados, técnico, administrativo, económico, financiero, ambiental y social; igualmente, se conocerá lo referente a las muñecas de trapo y su elaboración.

1.5.4 Operativo

El desarrollo de este proyecto debe reflejar la recursividad y el nivel de formación académica de los autores y como tal, propone todas las acciones posibles de encaminar para que la organización cumpla los objetivos. De encontrarse con delimitaciones que trunquen el normal desarrollo del modelo de plan de negocios, se recurrirá a los entes respectivos para darle solución al inconveniente.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

Las muñecas de trapo cuentan con una historia que se remonta a las civilizaciones antiguas, romana y egipcia, utilizando tela sobrante de otras prendas, con las cuales se creaban figuras pequeñas; las mismas eran utilizadas en ceremonias religiosas o rituales, pero en mejor manera por niños como pieza de juguete. (Guevara, 2023)

> En la Edad Media y el Renacimiento, la muñeca de trapo se convirtió en un juguete popular entre las niñas de la época. Fabricadas a mano con retazos de tela y rellenas de paja, estas muñecas no solo servían como juguete, sino también como un medio para enseñar a las niñas sobre las labores domésticas y el cuidado de los niños. El siglo XIX marcó un antes y un después para la muñeca de trapo. Durante esta época, la producción en masa se hizo posible gracias a la Revolución Industrial, lo que permitió que las muñecas de trapo se hicieran más accesibles para todas las clases sociales. También fue en esta época cuando se popularizó el algodón en el uso de tejidos. Fue aquí cuando se empezó a usar de relleno también. (Guevara, 2023, pág. 7)

La muñeca de trapo más reconocida del siglo XX es, sin duda, Raggedy Ann. Esta pieza fue creada en 1915 por Johnny Gruelle, un escritor estadounidense. Raggedy Ann, fue y aún lo es, protagonista de algunos libros infantiles, además de ser una muñeca de trapo; de esta forma su popularidad la convirtió en un icono de muñecas de la cultura popular.

La muñeca de trapo continúa reconociéndose hoy en día, como un juguete popular. Cabe mencionar que el proceso de fabricación y materiales han ido cambiando, debido a la innovación, siempre permanecerán el encanto de las mismas y su sencillez. Igualmente, con tanto avance tecnológico, este tipo de juguete ofrece en la actualidad una alternativa tangible y nostálgica a los juguetes digitales.

> La muñeca de trapo ha recorrido un largo camino desde sus humildes orígenes hasta convertirse en un juguete icónico. A lo largo de su historia, ha proporcionado nostalgia y cariño a adultos y a ancianos, así como compañía, consuelo y diversión a niños y niñas. (Guevara, 2023, pág. 8).

Al hablar de Colombia, la industria de los juguetes y entre ellos, las muñecas de trapo, inició sus cimientos mediante la importación de juguetes de países extranjeros, traídos poco a poco por la empresa Búffalo, en el año 1929, siendo ésta una comercializadora de juguetes con gran trascendencia en Colombia, ubicada en la ciudad de Medellín, y quien en la década de 1940 inició con la fabricación de sus propios juguetes en metal y madera. Luego fue innovando en estos productos, dentro de los cuales incluyó muñecos de pasta, otros eran en combinación con trapo y así se convirtió en compañía insignia en el siglo XX de la juguetería nacional. (Museo Pedagógico Colombiano, 2021)

2.2 Marco conceptual

Este marco contiene información de los conceptos más relevantes en el desarrollo de la investigación. Es así que, uno de ellos el **estudio de mercados,** muestra el proceso de

recolección y análisis de la información recolectada y los datos arrojados mediante el proceso sistémico. Según Orjuela (2016), “sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados” (p.7). Por medio de este estudio de mercados se conoce el servicio a ofrecer, el mercado consumidor y proveedor, a la vez, se analiza la oferta y la demanda, la mezcla de mercadeo, entre otros aspectos para la creación de la empresa de muñecas de trapo.

De igual manera se tiene el **estudio técnico**, a partir del cual se muestra la necesidad de insumos y recursos que serán necesarios para la construcción del proyecto, mediante el cual se alcanza el objetivo de manera positiva.

> Definirá las especificaciones técnicas de los insumos necesarios para ejecutar el proyecto: el tipo y la cantidad de materias primas e insumos materiales; el nivel de calificación de la mano de obra; la maquinaria y los equipos requeridos; la programación de inversiones iníciales y de reposición y los calendarios de mantenimiento. (Orjuela, 2016, pág. 5)

De igual forma, a partir de este estudio, se define la localización, el tamaño y la localización y la ingeniería del proyecto.

En cuanto al **estudio administrativo y legal**, a través de él se estructura la empresa de una manera administrativa, dando a sus integrantes el puesto indicado, con sus funciones; además, en éste la organización muestra al público su misión y la proyección que se tiene en unos años, de alcance de sus metas. De igual manera, se muestra las disposiciones de ley con las

que la empresa debe cumplir para su montaje y desarrollo en el medio donde va a funcionar (Serrano Plazas, 2012, pág.23). Mediante él se determina el tipo de empresa, filosofía organizacional y estructura administrativa, además del manual de funciones.

En este orden de ideas se encuentra también el **estudio económico,** a través del cual se conoce el total de recursos necesarios para el montaje del proyecto. Se desarrolla desde una perspectiva previa, con el fin de conocer lo necesario para la puesta en marcha de éste, además del costo total en el tiempo de operación. (Alamilla, 2015, pág. 14). Cabe mencionar en este aparte, la **evaluación financiera,** a través de la cual se permite un análisis de consecuencias financieras de las decisiones de negocios. En él, según Pérez y Merino (2015), "se hace necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones" (p.43). Mediante este, se precisan inversiones, ingresos, gastos y costos, igualmente, capital de trabajo y los estados financieros básicos como el balance general, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de efectivo.

Otro estudio y no menos importante, es la evaluación social y ambiental, la cual se desarrolla con el fin de estudiar los posibles impactos que la ejecución de dicho proyecto pueda generar en el medio ambiente y ante la sociedad en general. Para Orjuela (2016) "en el estudio sobre el impacto social, se ve reflejado que se satisfará la necesidad, luego la creación de la empresa aportara al estado en cuanto a pagos tributarios y a la sociedad en general, la creación de nuevos empleos" (p7). De otra manera, el estudio de impacto ambiental es necesario dentro del proyecto toda vez que en el momento que se desee realizar cualquier transformación en el

mismo, se estudie el impacto que ésta pueda causar al medio ambiente o en lo más mínimo, lo que rodea el sector donde se encuentre ubicada la empresa.

2.3 Marco Teórico

2.3.1 Teoría del comportamiento.

Esta teoría, se define como:

> La teoría X como pragmática al indicar que solo se consideran los objetivos de la organización, el estilo de administrar es rígido y autocrático; con respecto al comportamiento humano se indica que las personas necesitan ser controladas, son perezosas y esquivan la responsabilidad. Por otro lado, la teoría y es participativa, en ella se desarrolla un estilo innovador, abierto, dinámico y participativo, crea oportunidades e impulsa el crecimiento. Las personas se esfuerzan, buscan responsabilidades se auto motivan y auto dirigen, son creativas y competentes. (McGregor, 1994, pág. 9).

En esta teoría su autor muestra un interés sobre la importancia que se le debe dar no solo a las necesidades de la organización, sino a las del individuo, siendo éste pieza clave en toda empresa.

2.3.2 Teoría de la Oferta y la Demanda.

Esta teoría cuenta con un enfoque directo al trabajo, toda vez que en ella se describe, las actividades desarrolladas por consumidores y productores en el mercado, referente al precio y lo que se vende. Para ActiBva (2008) “El precio debe establecerse en función de la solicitud por los consumidores y la cantidad provista por los productores, lo cual dará un punto de equilibrio en el que el cliente obtendrá el producto de acuerdo al precio” (p.17). Lo anterior en relación a lo establecido por la empresa.

2.3.3 Teoría del emprendimiento según Schumpeter.

Para Gómez (2016), “Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones” (p.9). Lo anterior se entiende a partir que una persona de esta índole era visionaria, buscando hacer, enfocada a expandir.

> La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. (Schumpeter, 1935, pág. 33).

De esta forma, según la naturaleza que el sistema económico como este demuestra, debido a la interrupción que los esfuerzos de los emprendedores demuestra, no alcanzaría un equilibrio estático. Así pues, los incentivos de estas actividades, serán las rentas monopólicas o ganancias recibida por los emprendedores.

2.3.4 Teoría de Sistemas

La teoría de sistemas crea inquietud por la edificación de modelos abiertos más o menos definidos y que trabajan de igual manera con el ambiente. “Los subsistemas que forman una organización son interconectados e interrelacionados, mientras que el supra sistema ambiental interactúa con los subsistemas y con la organización como un sistema” (Ibarra, 2000).

2.4 Marco Legal

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se presentan las siguientes normas y regulaciones nacionales e internacionales.

> La constitución de una empresa lleva consigo una serie de normas que enmarcan el inicio y desarrollo de la misma, permitiendo que el negocio en marcha cumpla a cabalidad con cada una de estas, en la Constitución Política. Artículo 38. Relaciona Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica. Garantizando que el proyecto a desarrollar este dentro de los términos establecidos por la ley. (Congreso de Colombia de 1991).

Ley 789 de 2002

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo. Norma por la cual se crea el Fondo Emprender en su artículo 40 nos relaciona la forma de financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices y practicantes universitarios, permitiendo que este sea un punto a favor para dar inicio a este proyecto. (Congreso de Colombia, 2002).

Ley 905 de 2004.

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones, incentiva a la creación de nuevas empresas garantizando un fortalecimiento de ideas de negocio que surgen a diario por profesionales en su inicio de etapa productiva. (Congreso de Colombia, 2012).

Ley 590 del 10 de julio de 2000

Se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia conocida como Ley MIPYME. Creada con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el

desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales. Por medio de esta ley dará la ubicación empresarial de la idea de negocio.

Ley 1429 de 2010. Art. 1°

“Tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse” (Congreso de Colombia, 2021).

Ley 590 de 2000

"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa" (Función Pública, 2000).

Ley 1014 de 2006 (Ley de Emprendimiento)

“Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarialidad” (Congreso de la República, 2006, pág. 2).

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, por medio del cual, según (Van Dalen & Meyer, 2011) se conocen las distintas anécdotas y demás situaciones que ocurran en el medio donde se realiza la tarea de campo. Con este enfoque no solo se recolectarán datos, sino se obtienen resultados arrojados por las variables escogidas para el desarrollo del estudio.

De acuerdo a lo anterior, con este tipo de enfoque se conocen particularidades encontradas en el transcurso del estudio, lo que ayuda a recolectar resultados claros para el completo desarrollo de la investigación.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población para este estudio estuvo conformada por los habitantes de la ciudad de Ocaña, población que asciende a las 116.232 personas, según datos obtenidos de DANE (2020). Teniendo en cuenta el objetivo principal, como lo es la venta de muñecas tradicionales, se tuvo como población las personas que se encuentren entre los 16 y los 65 años, por su capacidad de compra, lo cual de acuerdo al DANE (2020), es de 72.647.

3.2.2 Muestra

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

Donde: n = Muestra

N = Población dada en el estudio = 72.647 personas

Z = Indicador de Confianza = 95% = 1,96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Error poblacional dispuesto a asumir 5% = 0.05

$$n = \frac{(1,96)^2 (72647) * (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (72647-1) + (1,96)2 (0.5)*(0.5)}$$

$$n = \frac{111.629,2128}{291,5379}$$

n = 382 personas habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

3.3 Técnica e instrumentos de recolección de la información

La encuesta, es la técnica con la cual se busca información que conlleve a obtener resultados en la investigación. Con esta técnica se encuentra una mejor representación estadística en la recopilación de opiniones. En ella se tiene como instrumento el cuestionario, por su facilidad y entendimiento en su manejo.

3.4 Procesamiento y análisis de la información

En la investigación se tuvo un procesamiento y análisis de la información de manera cuantitativa y cualitativa, mostrando de esta manera una mayor claridad, elevando la confidencia de los encargados de la revisión del proyecto y de los interesados en el mismo.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Realizar un estudio de mercados, estableciendo la oferta y la demanda, elaborando igualmente el marketing mix del producto en la ciudad de Ocaña

Para dar inicio al desarrollo del estudio de mercados, se recurrió a conocer las distintas opiniones de los pobladores de la ciudad de Ocaña en edades entre los 16 a 65 años, los cuales en este caso serían además los posibles clientes en la adquisición de muñecas de trapo. De esta manera, se aplicó la encuesta a los mismos, obteniendo la información necesaria para el proceso del estudio.

4.1.1 Análisis de la demanda

Hoy en día el consumidor es cada vez más exigente, e identificar las oportunidades que hay en el mercado, puede significar un gran reto, de esto dependerá la satisfacción de los consumidores, dada la participación de la encuesta aplicada a 382 personas podemos analizar la necesidad y determinar la aceptación.

Con el objetivo de poder realizar una proyección de la demanda de mercado de la creación de la empresa, se busca determinar la cantidad de las personas que estarían interesados en adquirir el producto.

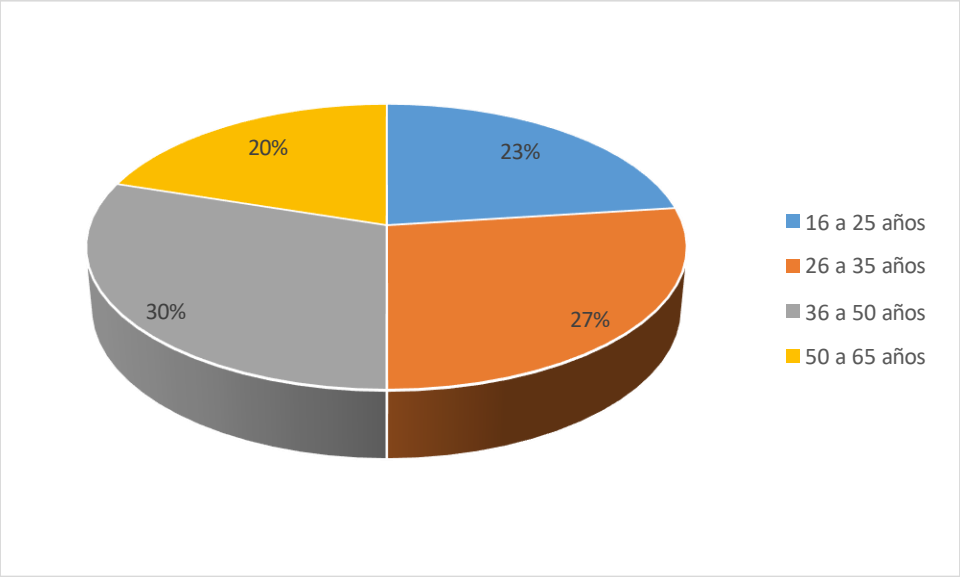
Análisis de la encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Ocaña

Tabla 1 *Edad en la que se encuentra*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
16 a 25 años	103	27
26 a 35 años	87	23
36 a 50 años	115	30
50 a 65 años	77	20
Total	382	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 1 *Edad en la que se encuentra*



La mayoría de la muestra se encuentra en este rango de edad, de los 36 a 50 años, con un 30%, lo que demuestra que hay una distribución considerable de personas en la mediana edad en la ciudad de Ocaña. Con un 27% se encuentran las personas entre los 16 a 25 años. Seguido se tiene con un 23%, el rango entre los 26 a 35 años, indicando que hay una presencia significativa

de personas en la categoría de adultos jóvenes.

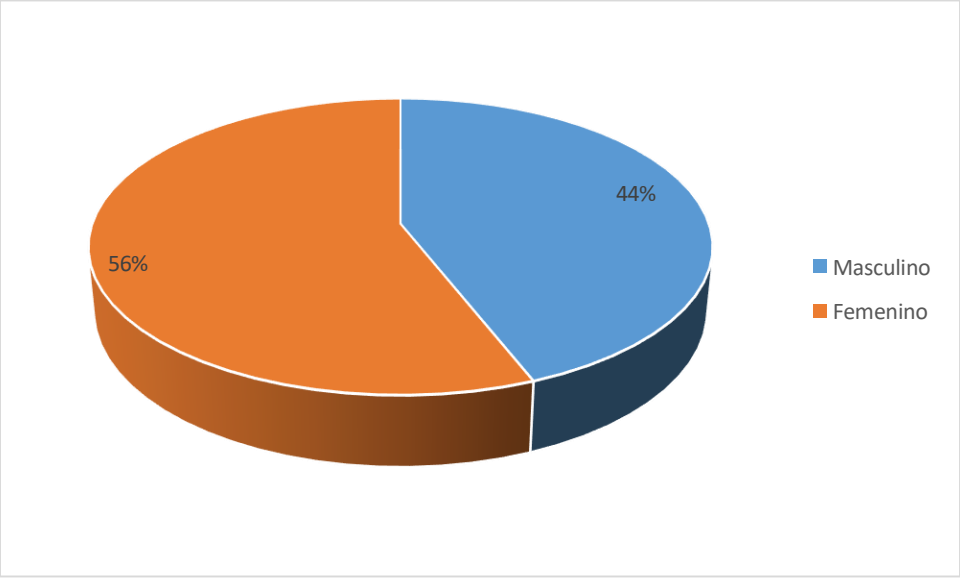
La muestra cuenta con una distribución equilibrada entre las edades de 16 a 50 años, con una presencia significativa de personas jóvenes y de mediana edad. Las personas mayores (50 a 65 años) tienen una representación relativamente menor (20%), pero aún están presentes en la muestra.

Tabla 2 *Género*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	167	44
Femenino	215	56
Total	382	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 2 *Género*



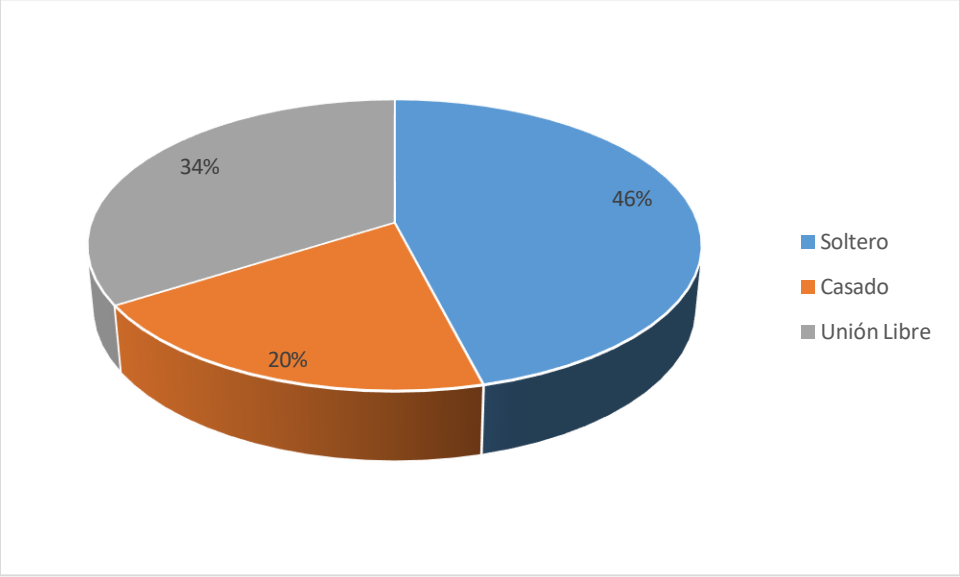
El grupo de género femenino constituye la mayoría de la muestra, representando el 56%, lo que demuestra que hay una presencia significativa de este género en la población o muestra en cuestión. De esta forma, la muestra tiene una mayoría de individuos de género femenino, mientras que el género masculino constituye el 44%.

Tabla 3 *Estado civil*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	178	46
Casado	75	20
Unión Libre	129	34
Total	382	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 3 *Estado civil*



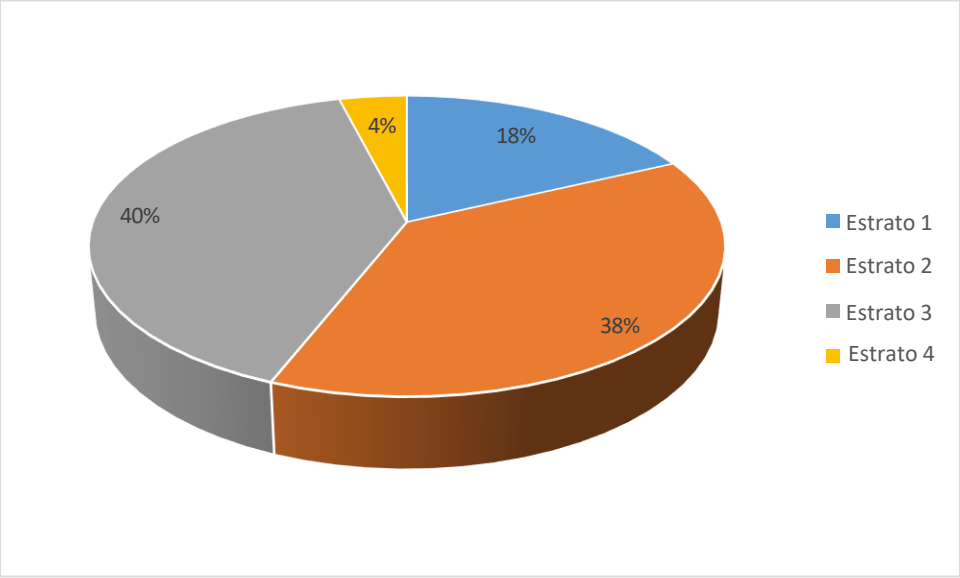
A la pregunta correspondiente al estado civil de las personas encuestadas, la muestra tiene una representación significativa de personas solteras (46%), seguidas por aquellas en una unión libre (34%), proporción considerable de personas que están en una relación sin formalizar legalmente su unión. El grupo de personas casadas tiene una representación más baja en comparación con los otros dos estados civiles (20%).

Tabla 4 *Nivel social*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Estrato 1	67	18
Estrato 2	145	38
Estrato 3	154	40
Estrato 4	16	4
Total	382	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 4 *Nivel social*



En cuanto al nivel social al que pertenecen las personas encuestadas habitantes de Ocaña y en edades entre los 16 a 65 años, el grupo de estrato 3 representa la mayoría en la muestra, con un 40%, indicando que la mayoría de los individuos pertenecen a un nivel social intermedio. Seguido se encuentra el estrato 2 que constituye una proporción considerable en la muestra, con un 38%, lo que demuestra que hay una presencia significativa de individuos en un nivel social intermedio.

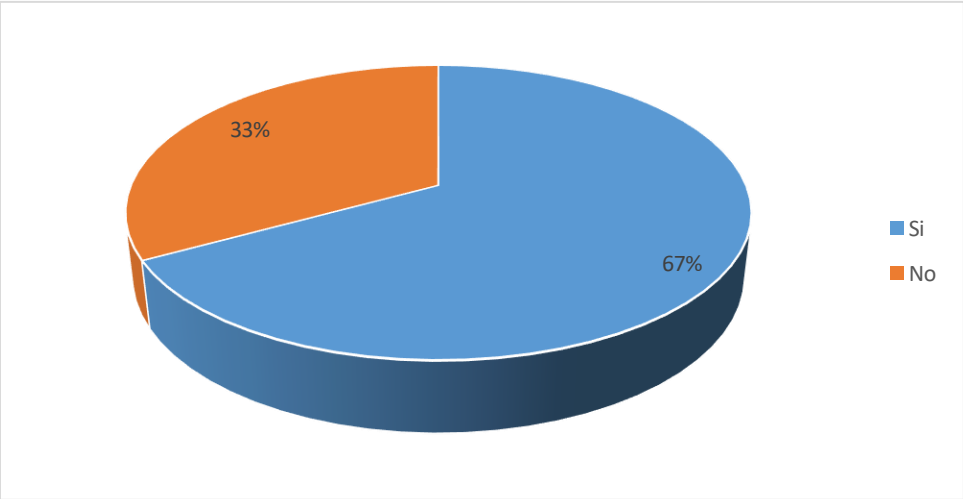
De esta forma, de acuerdo a los datos arrojados en la encuesta, se puede deducir que existe una representación considerable de individuos en los estratos 2 y 3, que son niveles sociales intermedios, mientras que los estratos 1 y 4 tienen una representación menor, encontrándose con el 18% y el 4% respectivamente.

Tabla 5 *Tiene hijos*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	257	67
No	125	33
Total	382	100%

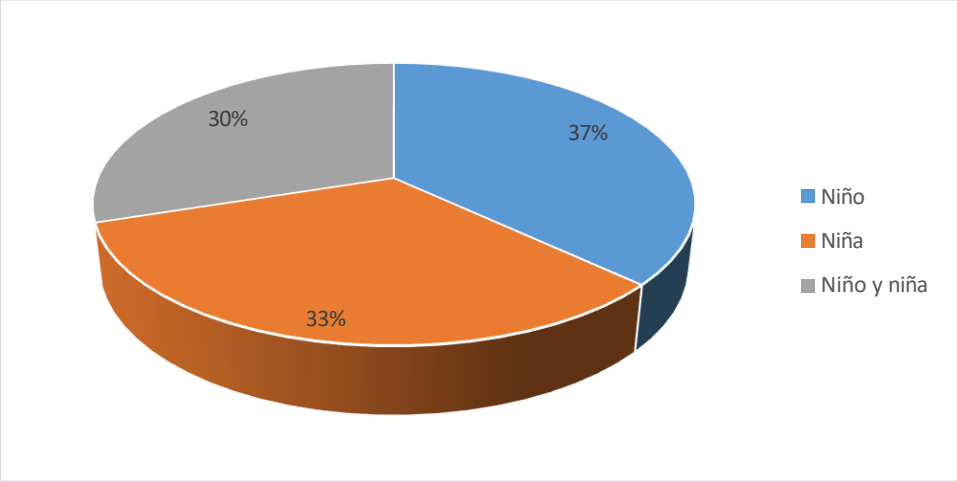
Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 5 *Tiene hijos*



A la pregunta dirigida acerca de tener hijos, la muestra indica que la mayoría de los individuos sí tienen hijos (67%), mientras que un porcentaje significativo, el 33%, no los tiene.

Figura 6 *Género de sus hijos*



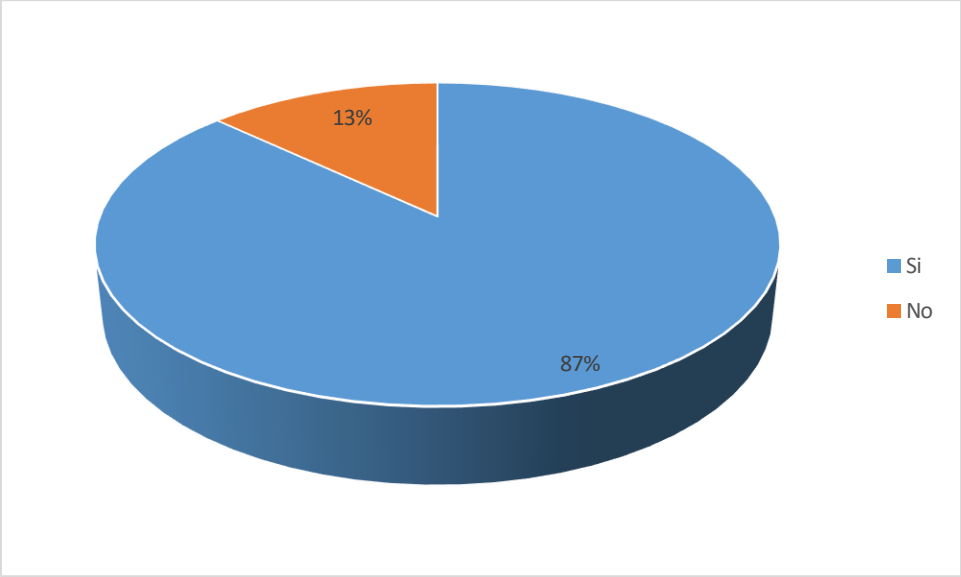
Para quien sí los tiene, se les pregunta el sexo de los mismos, de los cuales el 37% tiene niña, el 33% niño y el 30% restante tienen hijos de ambos sexos.

Tabla 6 *Tiene conocimiento acerca de las diversas culturas del país*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	332	87
No	50	13
Total	382	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 7 *Tiene conocimiento acerca de las diversas culturas del país*



La población encuestada, con un 87%, indica que la gran mayoría afirman tener conocimiento acerca de las diversas culturas del país. El grupo que responde "No" constituye una proporción relativamente baja, con un 13%.

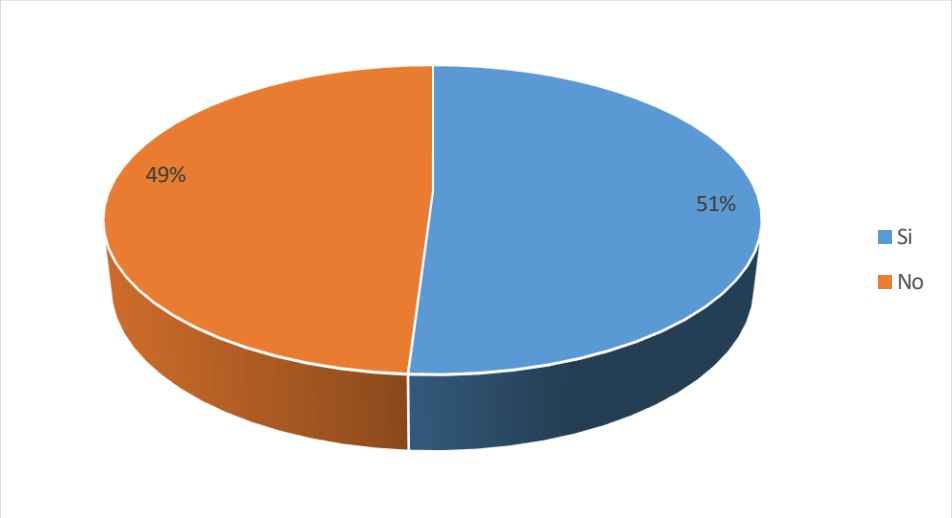
A través de esto se puede comprender el nivel de conciencia cultural en la población, el cual a partir de este resultado es alto.

Tabla 7 *Ha obsequiado o recibido un detalle alusivo a las culturas del país*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	195	51
No	187	49
Total	382	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 8 *Ha obsequiado o recibido un detalle alusivo a las culturas del país*



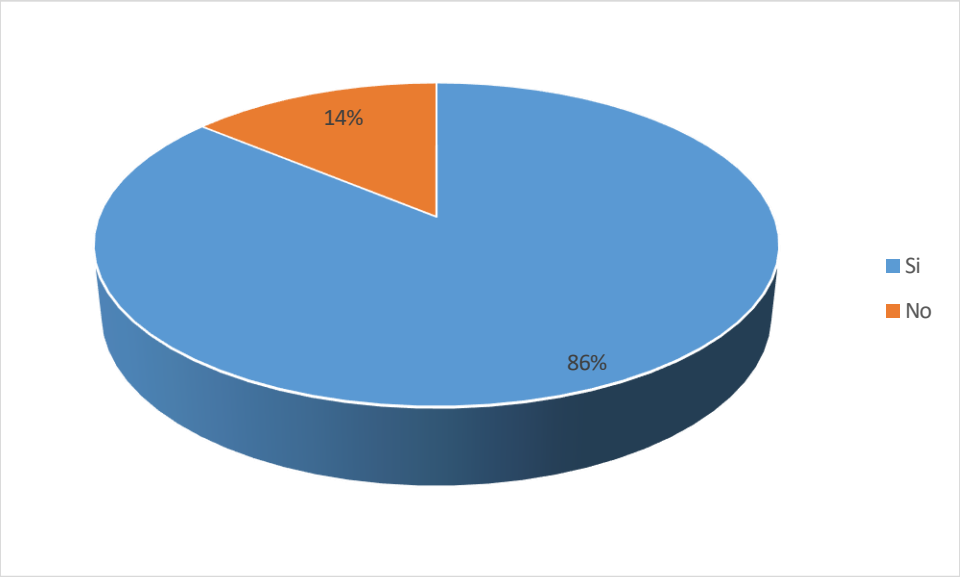
La mayoría de la muestra, con un 51%, indica que más de la mitad de los individuos encuestados han obsequiado o recibido un detalle relacionado con las culturas del país. Entre esos detalles se tienen: cebollitas y encurtidos hechos en la región, imágenes alusivas a la Virgen de Torcoroma y Jesús Cautivo, llaveros traídos de la región cafetera, dulces de los municipios de Santander, entre otros regalos. El grupo que responde "No" corresponde una proporción cercana, con un 49%, siendo un porcentaje considerable de personas que no han obsequiado o recibido este tipo de detalles.

Tabla 8 *Adquiriría usted una muñeca en tela que represente las regiones del país*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	327	86
No	55	14
Total	382	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 9 *Adquiriría usted una muñeca en tela que represente las regiones del país*



La gran mayoría de los encuestados, en un 86%, estaría dispuesta a adquirir una muñeca en tela que represente las regiones del país, aduciendo que sería un excelente detalle para obsequiar y hasta para coleccionar. Por el contrario, una minoría no lo haría. El 14% opina que no siente necesario invertir en este tipo de cosas, puesto que la economía y su situación laboral no le alcanza para este tipo de compras.

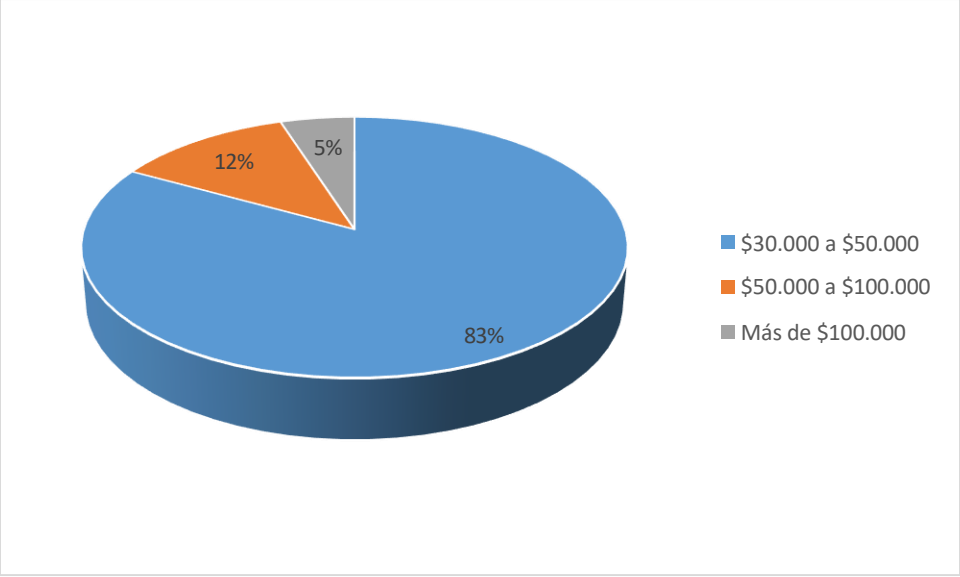
De esta forma, la información acá recolectada es valiosa para la toma de decisiones en la producción y comercialización de productos culturales que representen las diversas regiones del país.

Tabla 9 *Disponibilidad para el pago de una muñeca*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
$30.000 a $50.000	270	83
$50.000 a $100.000	47	12
Más de $100.000	10	5
Total	327	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 10 *Disponibilidad para el pago de una muñeca*



La mayoría de los encuestados habitantes de la ciudad de Ocaña, comentan que estarían dispuestos a pagar entre $30.000 y $50.000 por una muñeca representativa a las culturas del país.

De otra parte, la minoría de estas personas encuestadas, estaría dispuesta a pagar montos más altos. El 12% pagaría entre $50.000 y $100.000; y el 5% restante daría por este tipo de artículo hasta más de $100.000.

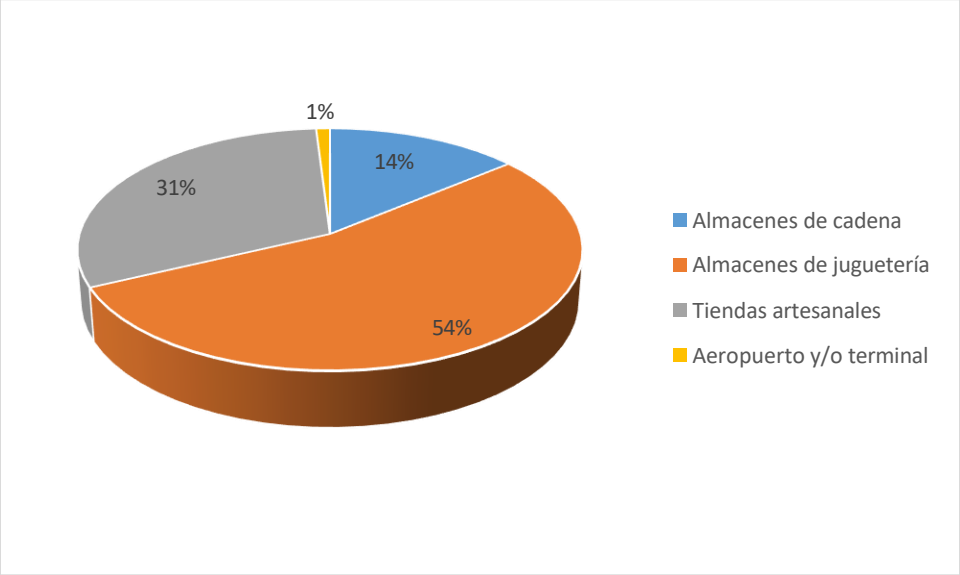
La anterior información es muy importante en el desarrollo de esta investigación, ya que a partir de ella se puede determinar el rango de precios que sería más aceptable para la mayoría de la población y puede ser utilizada en la estrategia de fijación de precios para este tipo de producto.

Tabla 10 *Lugares preferentes para el ofrecimiento del producto*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Almacenes de cadena	45	14
Almacenes de juguetería	177	54
Tiendas artesanales	102	31
Aeropuerto y/o terminal	3	1
Total	327	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 11 *Lugares preferentes para el ofrecimiento del producto*



Al indagar a los encuestados acerca de la preferencia del lugar donde adquirir el producto, estos en su mayoría, 54%, opinan que en almacenes de juguetería, opinando que sería beneficioso por la concentración de clientes interesados en juguetes y muñecas. De otro lado se tiene las tiendas artesanales, con el 31%, aduciendo que Ocaña cuenta con una comunidad que le gusta apreciar este tipo de productos que representan culturas o regiones, por lo cual este se destacaría en este lugar.

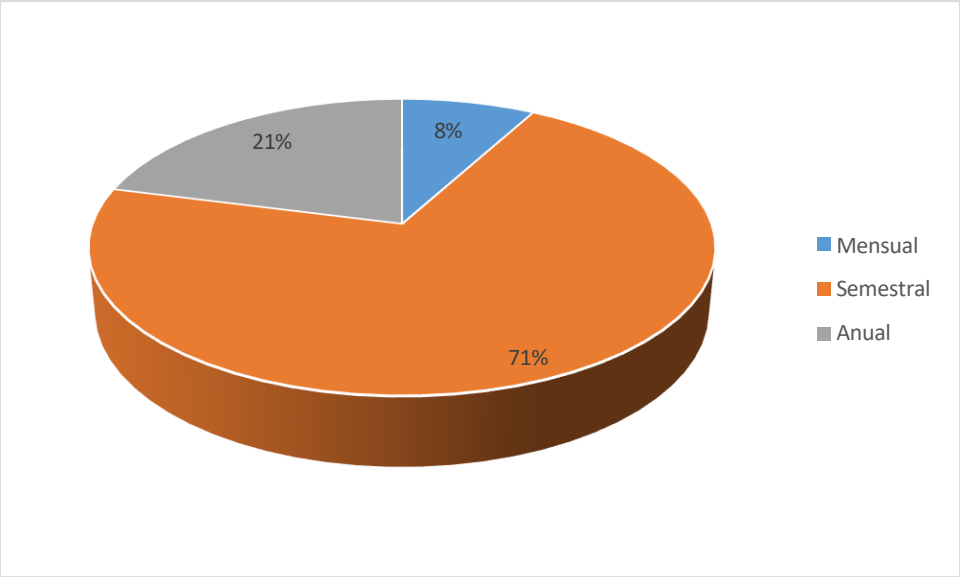
De otro lado se encuentran los almacenes de cadena, 14%, por su visibilidad masiva, y el público es más amplio, lo que podría ser beneficioso por el volumen de venta. El 1% corresponde al aeropuerto/terminal, siendo poco preferente por los encuestados, debido que en la ciudad de Ocaña estos sitios no son muy concurridos.

Tabla 11 *Frecuencia de compra aproximada de una muñeca representativa de las regiones colombianas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Semanal – quincenal	0	0
Mensual	27	8
Semestral	233	71
Anual	67	21
Total	327	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 12 *Frecuencia de compra aproximada de una muñeca representativa de las regiones colombianas*



Los encuestados en su mayoría se inclinan por una frecuencia de compra aproximada mensual, opina el 71%, que lo harían así por no ser un artículo de uso personal, diario ni de primera necesidad, lo cual para adquirirlo sería para hacer un obsequio o para tener una

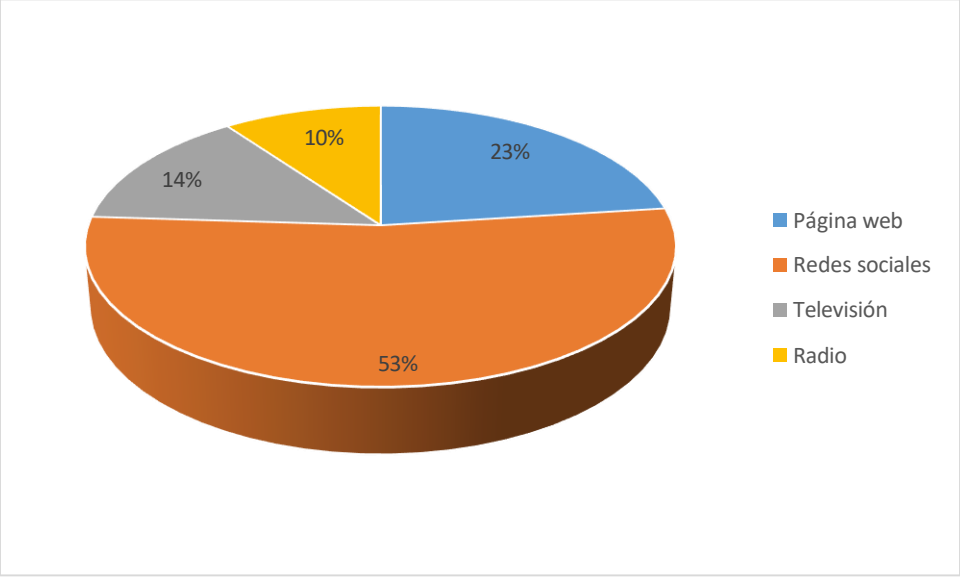
colección de las mismas. El 21% opina que compraría este tipo de producto de manera anual, aduciendo razones como las del otro grupo, donde no ven que sea un artículo realmente necesario para su diario. Tan solo el 8% restante, comenta que lo haría de forma mensual.

Tabla 12 *Medio de comunicación preferido para recibir más detalles del producto*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Página web	77	23
Redes sociales	173	53
Televisión	45	14
Radio	32	10
Otro	0	0
Total	327	100%

Nota. La tabla muestra los resultados arrojados en la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, que se encuentran en edades entre los 16 a 65 años.

Figura 13 *Medio de comunicación preferido para recibir más detalles del producto*



Los medios de comunicación son estrategias importantes a la hora de llegar al cliente, de dar a conocer una empresa. Por esta razón, se indagó acerca de la preferencia de los habitantes en la ciudad, por los medios donde les gustaría recibir detalles sobre algún producto, caso este, la muñeca de trapo, donde la mayoría se inclinó por las redes sociales, toda vez que hoy en día son ellas las que mueven en gran medida el marketing, de ahí que el 53% se incline por ellas. Seguido se encuentra la página web, también medio de comunicación virtual, pero fácil de llegar al cliente. En menor porcentaje, pero no menos importante, se encuentra la televisión y la radio, con el 14% y 10%, respectivamente.

4.1.2 Descripción del producto

La nueva empresa productora y comercializadora de muñecas de trapo en la ciudad de Ocaña, se convierte en el primer sitio dedicado a la fabricación de este tipo de producto con un factor diferenciador, las muñecas cuentan con la característica de ser un producto representativo de las regiones colombianas, además, parte de su decoración será elaborada con telas recicladas, las cuales se recolectarán en las distintas fábricas de ropa y costura existentes en la ciudad de Ocaña. Este tipo de producto está dirigido a todo tipo de población, género y edad, aun así el estudio se realizó con personas entre edades de los 16 a los 65 años, por su capacidad de compra.

En cuanto a las telas, como se mencionó, estas se recolectarán en los lugares donde se fabrique ropa deportiva, uniformes, sastrerías, modistas y demás lugares en la ciudad de Ocaña, donde se recicle este tipo de material. Esto dará un valor agregado al producto, en cuanto al costo de este y al manejo de productos reciclados como parte de aporte al cuidado del medio ambiente.

4.1.3 Características de la empresa

Una de las cosas que hacen característica una empresa es su slogan y logotipo, es una de las particularidades que la hace diferente a las demás organizaciones del medio.

Figura 14 *Logotipo*



Slogan:

"Cada región en tu corazón"

4.1.4 Análisis de la demanda

Para conocer la demanda del producto a ofrecer por parte de Muñecas de trapo "Lau", se tuvo como base la encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Ocaña, a quienes entre otras cosas se les preguntó acerca de su aceptabilidad por el montaje de esta empresa en el municipio.

El total de las personas encuestadas fue de 382, ante una población DANE (2020), de personas entre los 16 y 65 años de edad.

En este orden de ideas, y de acuerdo a las respuestas obtenidas, el 86% de los encuestados ratifican su interés por la creación de una empresa que produzca y comercialice muñecas de trapo, en la ciudad de Ocaña, un porcentaje bastante llamativo para poder continuar con el estudio de mercados y de esta forma conocer si la empresa es factible en el municipio, toda vez que son, de acuerdo a la muestra tomada, 66.476 personas de edades entre los 16 a los 65 años, a las que les gustaría el montaje de este. Así mismo, esta empresa por objetividad, el primer año estipula que el 5% de la población (3.124 personas), estará dispuesta a adquirir el producto, el cual de acuerdo a la información recolectada, lo harán de manera semestral, lo que indica que anualmente la demanda adquiriría dos veces el producto. Siendo conocedores que las muñecas no son un producto de primera necesidad, se continuará con la misma proyección del 5% para los cinco años consecutivos.

Tabla 13 *Proyección de la demanda*

Años Ítems	1	2	3	4	5
Personas dispuestas a solicitar el producto	3124	3280	3444	3616	3797

4.1.5 Análisis de la oferta

Competencia. Muñecas de trapo Lau, es una empresa de creación y comercialización de muñecas representativas de las diferentes regiones de Colombia, elaboradas en tela reciclada, lo cual no es un producto que sea fabricado por las empresas que actualmente existen en la ciudad de Ocaña y la región, teniendo en cuenta el gran factor que tiene y la importancia del mismo, lo cual no se le da la relevancia por parte de otras empresas.

El Precio. Al momento de consolidar el precio, para el presente estudio se tendrá en cuenta el estudio de mercados realizado con los habitantes de la ciudad de Ocaña, en edades entre los 16 y 65 años, a quienes se les hizo un sondeo sobre su capacidad de pago del producto, los cuales en su mayoría comentaron que podrían pagar por una muñeca de trapo entre $30.000 a $50.000.

Así pues, teniendo en cuenta la escogencia de los encuestados, se toma el valor promedio del producto de acuerdo a la disponibilidad de los futuros clientes, la cual estaría en $40.000, precio que se tendrá en cuenta para la continuidad del estudio, siendo objetivos en la posibilidad económica de la población ocañera. Sin embargo, la empresa al momento de ejecutar el proyecto deberá determinar el precio justo de acuerdo al mercado objetivo y los costos del mismo, los cuales llevará a un portafolio de servicios que será detallado para mostrar al cliente lo correspondiente, lo que se ofrece y el valor total de éste.

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

Materiales directos (MD)

Tabla 14 *Materiales directos.*

Materia Prima	Cant.	Vr. Unit.	Vr. Total
Tela algodón y poliéster	25cm	12.000	3.000
Hilo	1 und	2.700	2.700
Lana	125gr	8.000	2.000
Encaje	1m	1.500	1.500
Relleno	1lb	4.000	4.000
Broches/botones	5 und	300	1.500
Accesorios	Gl	5.000	5.000
Total			$19.700

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

Tabla 15 *Costos de mano de obra directa.*

Labor	Cant. Empleados	Cant. muñecas/día	Vr. Día
Operario de corte y máquina	1		$20.000
Decoración y control	1	5	20.000
Total	2	5	$40.000

40.000 / 5 = $8.000 costo de mano de obra/muñeca.

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.

Tabla 16 *Determinación de los CIF*

Detalle	Valor por Unidad
Bolsa	$100
Etiqueta	$300
Luz eléctrica	$200
Total	$600

Para obtener el costo total de una muñeca, se toma la siguiente fórmula:

Costo total = MD + MOD + CIF

Costo total = 19.700 + 8.000 + 600

Costo total = $ 28.300

Para determinar el precio del producto utilizaremos la siguiente fórmula:

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

$$PV = \frac{\$28.300}{1 - 25\%} = 28.300 / 0{,}75\%$$

PV = $37.733 = $38.000

El precio de venta de una muñeca de trapo, determinado según los costos materiales, directos e indirectos, sería de $38.000.

Costo de la demanda = costo und. x demanda

= 28.300 x 3124

= 88.409.200

4.1.6 Canales de distribución

Muñecas de trapo Lau, será una empresa de venta de producto, la cual comercializará el mismo mediante una relación directa o indirecta con los clientes. Por lo tanto, el canal de distribución elegido para tal empresa será el indirecto, así:

Figura 15 *Canal directo de distribución*



Este canal indirecto de distribución elegido para la empresa, será el adecuado para las distintas estrategias de marketingmix,

4.1.7 Publicidad

De acuerdo al estudio de mercado realizado por medio de la encuesta, se propone tener en cuenta principalmente, los medios de difusión como son: redes sociales y páginas web, siendo éstas las preferidas por los habitantes de la ciudad de Ocaña.

Se planea ofrecer nuestro producto por medio de Facebook, Instagram, tik tok, entre otras por medio de publicidad pactada con las paginas para así poder tener un mayor alcance a nuestro público objetivo y de esta forma llegar a las demás partes del país de manera digital.

La empresa creara una página web donde los clientes potenciales podrán ver los distintos diseños, y características físicas del producto y así, a solo un clic podrán acceder a la compra remota, donde se les enviara el producto en menos de una semana.

También se espera hacer convenios comerciales con distintos almacenes que ofrezcan productos artesanales colombianos para que así estos sean distribuidores, dejándoles un porcentaje de ganancia, crear stands en los distintos aeropuertos y terminales del país donde se ofrezca la gran variedad de muñecas.

Al ver la gran aceptación que tendría nuestro producto, nos motiva a pensar en forma nacional en cuanto a la distribución del mismo, es por ello que la venta objetiva no se centrara solo en la ciudad de Ocaña, sino que se espera llegar a todo el país en el primer año, con ayuda de las herramientas tecnológicas que hoy en día tenemos.

4.2 Realizar el estudio técnico, determinando el tamaño del proyecto, localización y los requerimientos humanos y materiales

4.2.1 Localización

Macro localización. En cuanto a la localización macro, la fábrica de muñecas de trapo, se ubicará en la ciudad de Ocaña, departamento Norte de Santander, en la zona nororiental del país.

Figura 16 *Macro localización de la ciudad de Ocaña*



Fuente: (Milenioscuro, 2017, pág. 3)

Micro localización. Luego de indagado y estudiada la ubicación de la futura empresa, de acuerdo a los gustos de los futuros clientes, el producto será vendido en los distintos lugares comerciales como lo son, principalmente, las jugueterías y tiendas artesanales.

Aunque se espera llegar a toda Colombia de forma virtual, pactando ventas remotas y enviándoles el producto en un tiempo prudente.

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 17 *Equipos de oficina, muebles y enseres.*

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
1	mesón de corte	130.000	130.000
1	vitrinas	500.000	500.000
1	mesa para computador	150.000	150.000
2	escritorios	450.000	900.000
1	archivador	100.000	100.000
5	sillas	50.000	250.000
3	Tijeras	30.000	90.000
3	Metros	2.000	6.000
	TOTAL		$2.126.000

Tabla 18 *Equipo de computación, comunicación y otros*

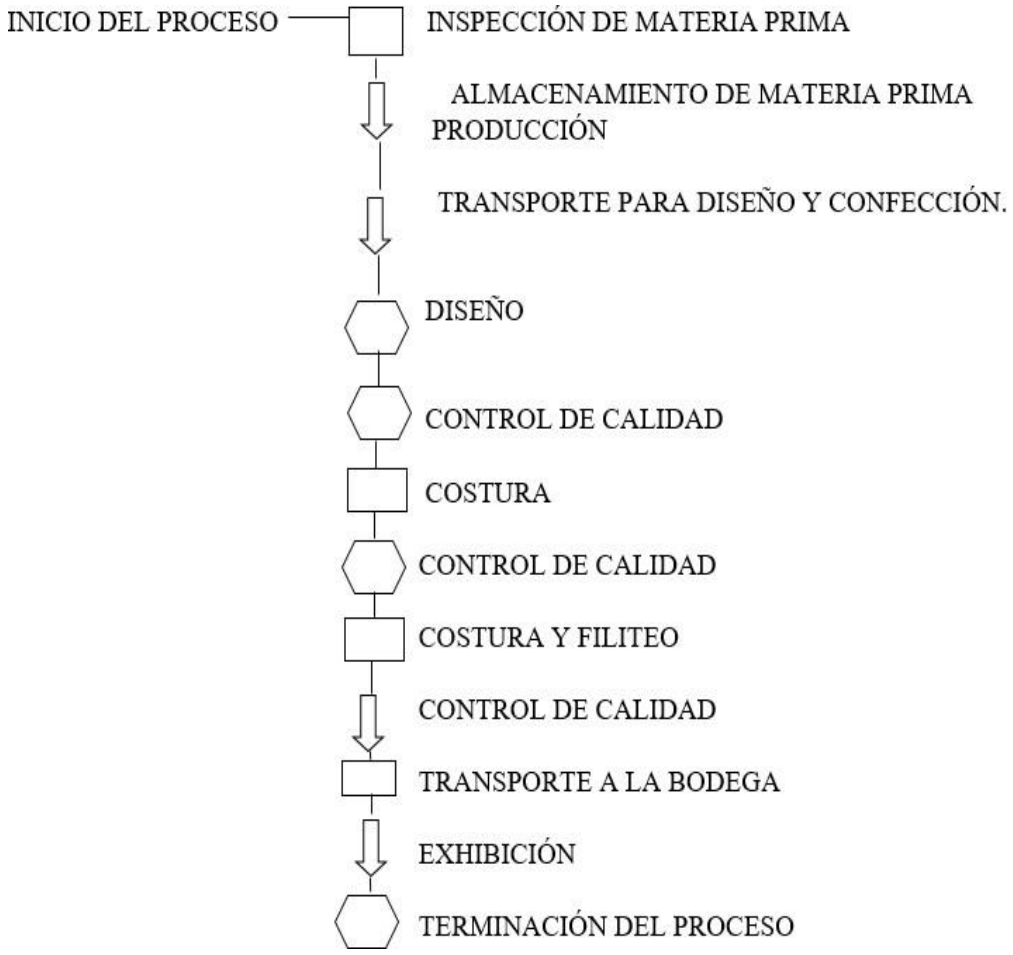
Concepto	Cantidad	Valor u	Valor total
Computador	1	2.000.000	2.000.000
Impresora	1	420.000	420.000
Teléfono	1	40.000	40.000
TOTAL			$2.460.000

Tabla 19 *Maquinaria y equipo*

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	máquina plana industrial	2.700.000	5.400.000
1	cerradora industrial	1.600.000	1.600.000
	SUBTOTAL		$7.000.000

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.

Figura 17 *Diagrama de flujo*

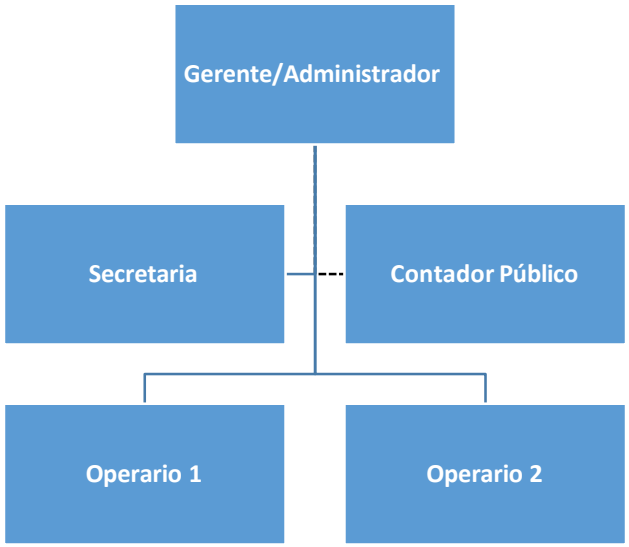


4.3 Plantear un estudio administrativo, a través del cual se muestre el organigrama y el manual de funciones y procedimientos que desarrollará la fábrica de muñecas de trapo

4.3.1 Organigrama

El organigrama de la empresa productora y comercializadora de muñecas de trapo, en la ciudad de Ocaña, 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 18 *Organigrama*



4.3.2 Valores

Compromiso. La empresa, se compromete primero con los clientes, a ofrecer un servicio de calidad, segundo, con los colaboradores, a brindar excelente ambiente de trabajo,

remuneración justa, estabilidad laboral y buen trato a todos los miembros y tercero, a aportar bienestar y salud, a los clientes, y con el medio ambiente, se compromete a cumplir con las normas ambientales establecidas para su debido cuidado.

Principios corporativos. La empresa siempre estará al pendiente de la capacitación y adaptación del personal, a través de auditorías y actividades pedagógicas.

Trabajo en equipo. En la empresa de fabricación y comercialización de muñecas de trapo, se reconoce que el trabajo en equipo es clave para alcanzar sus objetivos. El objetivo es compartido por todos, fomentando la colaboración y el apoyo mutuo, trabajando juntos para superar desafíos y lograr un crecimiento sostenible.

Respeto por la dignidad de la persona. La empresa, se compromete a fomentar e incentivar el valor del respecto a todos los miembros que hagan parte de la organización y mantener un excelente clima laboral, que valore, respete, comprenda e integre la diversidad de género, capacidades y habilidades de cada persona.

4.3.3 Manual de funciones

El manual de funciones corresponde a los oficios o actividades que cada uno de los cargos deberán cumplir en el cumplimiento de su contrato.

Tabla 20 *Manual de funciones, cargo: Gerente*

Manual específico de funciones **Muñecas de trapo "Lau"**	
Nombre del cargo	Gerente/Administrador
Área a la que pertenece	Gerencia
Requisitos de formación y experiencia	
Experiencia	3 años
Formación	Administrador de Empresas ó Economista. Se sugiere contar con especialización o magíster en Administración o carreras afines.
Funciones del cargo	
✓ Planear, organizar, dirigir y controlar cada una de las actividades que se presenten dentro de la empresa para el cumplimiento de metas u objetivos. ✓ Autorizar las compras y las ventas. ✓ Fijar objetivos y analizar los problemas de la empresa y darles solución ✓ Organizar la estructura organizacional de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. ✓ Encargado de revisar y aprobar los manuales de funciones y procedimientos internos y externos de la Organización. ✓ Representar jurídicamente a la empresa ante terceros. Autorizar y ordenar los respectivos pagos. ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de esta. ✓ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.	

Tabla 21 *Manual de funciones, cargo: Contador Público*

Manual específico de funciones **Muñecas de trapo "Lau"**	
Nombre del cargo	Contador Público
Área a la que pertenece	Financiera
Requisitos de formación y experiencia	
Experiencia	2 años
Formación	Contador profesional, y otros títulos complementarios al área operativa, comercial y financiera.

Funciones del cargo
✓ Realizar la clasificación, registro, análisis e interpretación de toda la información financiera, análisis financiero e interpretación del plan de cuentas. ✓ Ordenar los libros mayores ✓ Preparar y presentar el tributo al orden nacional, departamental y municipal, además de la situación financiera de la institución ✓ Estar disponible para otras tareas relacionadas con el ejercicio.

Tabla 22 *Manual de funciones, cargo: Secretaria*

Manual específico de funciones Muñecas de trapo "Lau"	
Nombre del cargo	Secretaria
Área a la que pertenece	Talento Humano
Requisitos de formación y experiencia	
Experiencia	1 año
Formación	Tecnólogo en gestión contable y financiera o carreras afines
Funciones del cargo	
✓ Redactar todo tipo de correspondencia que sea requerida. ✓ Actualizar la agenda diaria del gerente. ✓ Brindar apoyo en todas las actividades que se realicen. ✓ Actividades de archivo. ✓ Realizar movimientos de caja donde se consigna el detalle de los ingresos y egresos del día. ✓ Realizar la nómina mensual de los trabajadores, con sus diferentes liquidaciones y pago de aporte parafiscales correspondiente ✓ Atender al público en el horario establecido	

Tabla 23 *Manual de funciones, cargo: Instructor*

Manual específico de funciones Muñecas de trapo "Lau"	
Nombre del cargo	Operario
Área a la que pertenece	Talento Humano
Requisitos de formación y experiencia	

Experiencia	1 año
Formación	Mínimo: Bachiller académico Cursos de modistería, muñequería, decoración.
Funciones del cargo	
✓ Desarrollar las actividades relacionadas con el corte y confección de las muñecas de trapo. ✓ Recibe órdenes de las muñecas representativas a fabricar, de acuerdo a la región escogida. ✓ Llevar control de inventario de la materia prima ✓ Mantener limpio y organizado el lugar de trabajo ✓ Las demás que se le asignen.	

4.3.4 Manual de procedimientos

Operación:  Refiere a la actividad realizada.

Trasporte:  Movimientos de un objeto dado de un lugar a otro.

Inspección:  Verificación el objeto respecto a un estándar de calidad o cantidad.

Espera:  Tiempo o retraso dado al terminar una operación, transportación, inspección o un almacenamiento, el elemento siguiente no se inicia de inmediato.

Almacenamiento:  Al terminar el producto se ubica en un lugar, donde para moverlo se debe ser a través de una autorización.

Tabla 24. *Procedimiento de control administrativo y contable*

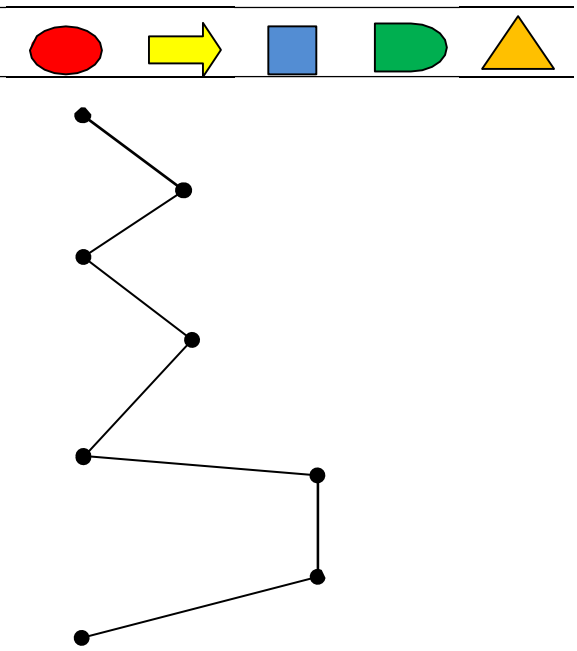
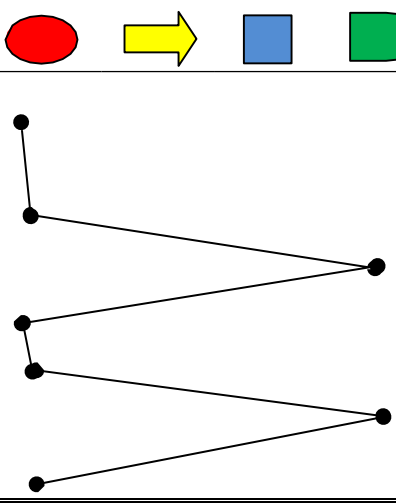
Nº Act	Actividades	
1	Desarrollo de los soportes contables de transacciones comerciales.	
2	Contabilización de los soportes contables de las de transacciones comerciales.	
3	Registro en los libros contables de las transacciones comerciales.	
4	Elaboración del estado de resultados de la empresa	
5	Evaluación del rendimiento financiero	

Tabla 25. *Procedimiento de compras*

Nº Act	Actividades	
1	Verificación de necesidades de compra de productos	
2	Realización de cotización	
3	Presentación de cotización	
4	Estudio y aprobación de cotización	
5	Compra del producto	

Aspectos legales

En Colombia, toda empresa, entidad u organización que desee ofrecer servicios o productos debe estar debidamente constituida legalmente ante el estado. Una vez constituida, la entidad debe cumplir con las normas y requisitos establecidos por la ley en aspectos legales, tributarios, comerciales y operativos, ya sea que se trate de una entidad individual o colectiva.

En este contexto, la empresa dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo se establecerá bajo la figura de Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S.), la cual es una forma de sociedad comercial de capital que se destaca por su innovación en el marco del derecho societario colombiano. Esta elección se justifica por las facilidades y flexibilidades que ofrece para su constitución y funcionamiento, lo que fomenta el espíritu emprendedor.

De acuerdo con esta perspectiva, la creación legal de la empresa en la ciudad de Ocaña se clasificará como una empresa privada, específicamente como una compañía limitada, dado que los participantes deben aportar capital para su operación, con el objetivo de desarrollar una actividad económica en cumplimiento con la normativa correspondiente.

Además de la inscripción en la Cámara de Comercio, Muñecas de Trapo Lau deberá cumplir con otros requisitos necesarios para la apertura de la organización, tales como obtener el certificado de uso de suelo, el permiso sanitario de funcionamiento y la aprobación por parte del Cuerpo de Bomberos.

4.4 Calcular el estudio financiero y económico, determinando los ingresos, costos y egresos, además de la tasa interna de retorno con la que contará la empresa para su puesta en funcionamiento

La realización de un estudio financiero para la creación de una fábrica de muñecas de trapo implica analizar diversos aspectos económicos y financieros para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

4.4.1 Gastos de funcionamiento

Para el cumplimiento de su actividad, toda empresa tiene gastos de funcionamiento. Es así que la empresa, a continuación, refiere los correspondientes activos fijos y diferidos, que harán parte de esta organización.

Tabla 26 *Equipos de oficina, muebles y enseres.*

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
1	mesón de corte	130.000	130.000
1	vitrinas	500.000	500.000
1	mesa para computador	150.000	150.000
2	escritorios	450.000	900.000
1	archivador	100.000	100.000
5	sillas	50.000	250.000
3	Tijeras	30.000	90.000
3	Metros	2.000	6.000
	TOTAL		$2.126.000

Tabla 27 *Equipo de computación, comunicación y otros*

Concepto	Cantidad	Valor u	Valor total
Computador	1	2.000.000	2.000.000
Impresora	1	420.000	420.000
Teléfono	1	40.000	40.000
TOTAL			$2.460.000

Tabla 28 *Maquinaria y equipo*

Cant.	Descripcion	Valor Unitario	Valor Total
2	máquina plana industrial	2.700.000	5.400.000
1	cerradora industrial	1.600.000	1.600.000
	SUBTOTAL		$7.000.000

Tabla 29 *Gastos servicios públicos*

Artículo	Vr. mensual.	Vr. anual
Energía eléctrica	250.000	3.000.000
Agua	100.000	1.200.000
Línea telefónica-internet	100.000	1.200.000
TOTAL		$5.400.000

Tabla 30 *Gastos de personal*

Cargo	Valor anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	18.000.000	20160000	22176000	24393600	26832960
Secretaria	13.920.000	15590400	17149440	18864384	20750822,4
Operario 1	13.920.000	15590400	17149440	18864384	20750822,4
Operario 2	13.920.000	15590400	17149440	18864384	20750822,4
TOTAL	$ 41.778.000	46.791.360	51.470.496	56.617.545	62.279.300

La presente proyección se realizó con un aumento anual del 10%, esperando que este sea el incremento anual del salario en Colombia.

Tabla 31 *Gastos de personal*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	18.000.000	20.160.000	22.579.200	25.288.704	28.323.348
Auxilio de Transporte	1.687.272	1.889.745	2.116.514	2.370.496	2.654.955
Salud	1.530.000	1.713.600	1.919.232	2.149.540	2.407.485
Pensión	2.160.000	2.419.200	2.709.504	3.034.644	3.398.802
R.L.	93.960	105.235	117.863	132.007	147.848
Aportes Parafiscales	1.620.000	1.814.400	2.032.128	2.275.983	2.549.101
Vacaciones	750.600	840.672	941.553	1.054.539	1.181.084
Cesantías	1.639.950	1.836.744	2.057.153	2.304.011	2.580.493
Int. a las Cesantías	196.794	220.409	246.858	276.481	309.659
Prima de Servicios	1.639.950	1.836.744	2.057.153	2.304.011	2.580.493
Dotación	900.000	1.008.000	1.128.960	1.264.435	1.416.167
Total costo mensual	30.218.525	33.844.749	37.906.118	42.454.853	47.549.435

Tabla 32 *Gastos de constitución*

Artículo	Valor total
Gastos de constitución	5.000.000
Permisos sanitarios y licencias de funcionamiento	2.000.000
TOTAL	7.000.000

4.4.2 Gastos de inversión

Con el fin de conocer la inversión inicial que para la creación y montaje del proyecto se consideran los gastos de constitución, gastos de muebles y enseres, y de oficina, anteriormente mencionados en el requerimiento físico

Tabla 33 *Gastos iniciales*

Artículo	Vr. Total
Gastos de constitución	7.000.000
Muebles, equipos y enseres	2.126.000
Equipo de cómputo y comunicación	2.460.000
Maquinaria y equipo	7.000.000
TOTAL	$18.586.000

4.4.3 Depreciaciones

En cuanto a la depreciación se tomará el valor del bien y su vida útil, conocido como línea recta, aplicado a muebles, equipos y enseres con diez años, y para equipos de cómputo cinco años.

Tabla 34 *Depreciación*

Activo fijo	Costo	Vida útil (años)	1	2	3	4	5
Muebles, equipo y enseres	2.126.000	10	212.600	212.600	212.600	212.600	212.600
Equipo de cómp. y com.	2.460.000	5	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000
Maquinaria y equipo	7.000.000	10	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Total	11.586.000		1.404.600	1.404.600	1.404.600	1.404.600	1.404.600

4.4.4 Activos diferidos

Al hablar de activos diferidos se refiere a los gastos anticipados (intangibles), que son necesarios para poner en marcha el proyecto.

Tabla 35 *Activos diferidos*

Descripción	Valor total
Gastos de constitución	5.000.000
Permisos sanitarios y licencias de funcionamiento	2.000.000
TOTAL	7.000.000

Tabla 36 *Amortización activos diferidos*

Descripción	Tiempo	Costo (%)	Amortización (%)	Costo anual
Gastos de constitución	5 años	7.000.000	20%	1.400.000
Total		$7.000.000		$1.400.000

4.4.5 Ingresos

Los ingresos se hallan de acuerdo a la venta del producto ofrecido por Muñecas de Trapo Lau. Es así que, de acuerdo al estudio de mercados realizado, las personas encuestadas en su mayoría han estado de acuerdo con cancelar un valor por cada muñeca de trapo entre los $30.000 y los $50.000, igualmente, al hallar el valor del producto de acuerdo a su costo, se da un total de $38.000 como precio de venta, el cual se aproxima a la capacidad económica de la población. Por lo tanto, el valor dado al producto es de $40.000, el cual se tomará como referencia para la realización del estudio económico; aun así, la tarifa propia la determinará la empresa en el momento de su ejecución y puesta en marcha del proyecto.

Cabe mencionar que la venta del producto, según lo dado en la recolección de información, el posible cliente en su mayoría comprará la muñeca de trapo de forma semestral.

Tabla 37 *Ingresos*

Descripción	Cant.	Anual	Vr./unit.	Vr/anual
Venta del producto	3124	2	40.000	$249.920.000

Tabla 38 *Proyección de ingresos*

Años Ítems	1	2	3	4	5
Ingresos	249.920.000	274.912.000	302.403.200	332.643.520	365.907.872

Tabla 39 *Proyección de costos*

Años Ítems	1	2	3	4	5
Costos anuales	176.818.400	194.500.240	213.950.264	235.345.290	258.879.819

Tabla 40 *Resumen de gastos año 1*

Gastos	Valor anual
Arriendo	6.200.000
Gastos de constitución	7.000.000
Aseo y elementos	840.000
Mantenimiento y reparaciones	1.200.000
Servicios públicos	4.400.000
Publicidad y propaganda	1.200.000
Gastos de personal	76.241.226
Impuestos, contribuciones y tasas	500.000
TOTAL	$92.581.226

Proyección anual de los gastos operacionales. Realizando sumatoria de los diferentes gastos relacionados, se tiene un total de $99.581.226 para el año 1, los cuales son proyectados

con un incremento anual del 10%, cifra promedio de la inflación colombiana de los últimos años, proyectada a 5 años más.

Tabla 41 *Proyección anual de los gastos operacionales.*

Años	1	2	3	4	5
Gastos totales anuales	92.581.226	101.839.349	112.023.283	123.225.612	135.548.173

4.4.6 Capital de trabajo

El capital de trabajo se calcula con base al valor de cuatro (4) meses de gastos de funcionamiento y gastos de la empresa, buscando dar respuesta a las diferentes necesidades durante los primeros 4 meses de funcionamiento de la misma.

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

$$\text{C.T.} = \frac{92.581.226}{12 \text{ meses}} \times 4 \text{ meses}$$

C.T. = $30.860.409

De esta manera, se requiere tener en Bancos como garantía para el montaje de la empresa de muñecas de trapo, en la ciudad de Ocaña, la suma de $30.860.409

4.4.7 Balance inicial

Balance General Inicial

Activo		**Pasivo**	
Activo Corriente		Pasivo a corto plazo	-
		Obligaciones a corto plazo	-
Caja Bancos	-	**Total pasivo a corto plazo**	-
Capital de trabajo	30.860.409		
Total activo corriente	30.860.409		
Activos fijos		**Pasivo a largo plazo**	
Muebles y enseres	2.126.000	Obligaciones financieras	
Equipo de comp. y com.	2.460.000	Bancos Nacionales	
Maquinaria y equipo	7.000.000	**Total pasivo a largo plazo**	
Total Activo fijo	11.586.000		
Activos Diferidos		**Patrimonio**	49.446.409
Gastos de constitución	7.000.000	Capital social	49.446.409
		Total patrimonio	
Total Activo Diferido	7.000.000		
Total Activos	49.446.409	**Total Pasivo+Patrimonio**	49.446.409

4.4.8 Estado de resultados

Tabla 42 *Estado de resultados*

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	249.920.000	274.912.000	302.403.200	332.643.520	365.907.872
- Gastos	92.581.226	101.839.349	112.023.283	123.225.612	135.548.173
- Costos	176.818.400	194.500.240	213.950.264	235.345.290	258.879.819
Utilidad bruta	-19.479.626	-21.427.589	-23.570.347	-25.927.382	-28.520.120
-Depreciación	1.404.600	1.404.600	1.404.600	1.404.600	1.404.600
-Diferidos	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000

=utilidad AI	-22.284.226	24.232.489	-26.374.947	-28.731.982	-31.324.720
Imptos. 35%	0	0	0	0	0
Util D. Imptos	0	0	0	0	0
Reserv L 10%	0	0	0	0	0
Util. Neta	-22.284.226	24.232.489	-26.374.947	-28.731.982	-31.324.720

Tabla 43. *Flujo de caja*

Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	-22.284.226	24.232.489	-26.374.947	-28.731.982	-31.324.720
+Diferidos	1.404.600	1.404.600	1.404.600	1.404.600	1.404.600
+Diferidos	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
Flujo de caja	-19.479.626	-21.427.589	-23.570.347	-25.927.382	-28.520.120

Según los totales arrojados en el estado de resultados y su proyección a cinco años, y teniendo en cuenta el aumento de ingresos anuales, se muestra una utilidad neta negativa.

Valor presente neto (VPN). Acá se define el valor del proyecto pasados los primeros cinco años de funcionamiento del cementerio, de acuerdo a una tasa de oportunidad y algunos flujos de caja con recursos propios.

Tasa= 12%

$$VPN= \frac{(-19.479.626)}{(1+0.12)^1} + \frac{(-21.427.589)}{(1+0.12)^2} + \frac{(-23.570.347)}{(1+0.12)^3} + \frac{(-25.927.382)}{(1+0.12)^4} + \frac{(-28.520.120)}{(1+0.12)^5}$$

VPN = (-17.392.523) + (-17.142.071) + (-16.835.962) + (-16.514.256) + (-16.204.614)

VPN = (-84.089.426)

El Valor presente neto que muestra el proyecto es de $-84.089.426, lo que significa que la empresa, a pesar de incrementar su utilidad, sigue siendo negativo para la viabilidad del mismo.

Tasa interna de retorno (TIR). La TIR establece el porcentaje con el cual la inversión inicial se restablece a la empresa en los cinco primeros años de actividad.

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

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN= \frac{(-19.479.626)}{(1+0.10)^1} + \frac{(-21.427.589)}{(1+0.10)^2} + \frac{(-23.570.347)}{(1+0.10)^3} + \frac{(-25.927.382)}{(1+0.10)^4} + \frac{(-28.520.120)}{(1+0.10)^5}$$

VPN = (-17.708.751) + (-17.708.751) + (-17.722.065) + (-17.758.481) + (-17.714.360)

VPN = $-88.612.408

Tasa 2: 15%

$$VPN= \frac{(-19.479.626)}{(1+0,15)^1} + \frac{(-21.427.589)}{(1+0,15)^2} + \frac{(-23.570.347)}{(1+0,15)^3} + \frac{(-25.927.382)}{(1+0,15)^4} + \frac{(-28.520.120)}{(1+0,15)^5}$$

VPN = (-16.938.805) + (-16.233.022) + (-15.506.807) + (-14.900.794) + (-14.189.114)

VPN = $ -77.768.542

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\begin{bmatrix} -88.612.408 & ---- & 10\% \\ \begin{bmatrix} 49.446.409 & ---- & X \end{bmatrix} & & \\ -77.768.542 & ---- & 15\% \end{bmatrix}$$

(-88.612.408) – 66.050.409 = (-154.662.817)

(-88.612.408)-(-77.768.542) = (-166.380.950)

$$\frac{X}{5} = \frac{(-154.662.817)}{(-166.380.950)}$$

(-154.662.817) X = (-166.380.950) (5)

X = (-831.904.750)/(-154.662.817)

X = -5.37%

TIR = -15.37%

El resultado que se muestra, es el porcentaje con el cual ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Las tasas utilizadas para hallar la tasa interna de retorno fueron tentativas, estableciéndose una tasa inferior de la base (12%), la cual es del 10% y una superior a la misma que fue la tasa del 15%, la cual luego de realizado el ejercicio muestra que la empresa no cuenta con una buena tasa de recuperación de su inversión, dando como resultado (-15.37%). Es así que, de acuerdo con este porcentaje mostrado, esta empresa fabricante de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas, no es un proyecto factible para invertir en la ciudad de Ocaña.

4.5 Identificar el impacto ambiental y social que puede causar la creación de la fábrica y comercializadora de muñecas de trapo en la ciudad de Ocaña

4.5.1 Impacto social

La implementación del proyecto para establecer una empresa que produzca y comercialice muñecas de trapo representativas de las diversas regiones del país tendría un

impacto social positivo. Esto se debe a que crearía oportunidades de empleo, con la generación inicial de dos puestos de trabajo directos, que incluyen el gerente y la secretaria, así como empleos indirectos o por honorarios para un profesional en Contaduría Pública y dos operarios. Además, la apertura de esta nueva empresa innovadora en la región haría que la ciudad de Ocaña se vuelva más atractiva para la inversión, especialmente porque este tipo de empresa no existe en la zona hasta ahora.

Sin embargo, la investigación arrojó un resultado negativo para su creación, no siendo factible, lo que indica que el impacto social positivo no aporta a la misma.

4.5.2 Impacto ambiental

La empresa productora de muñecas de trapo, tiene como objetivo principal ofrecer al público un producto representativo de las diversas regiones del país.

El impacto ambiental de una empresa productora de muñecas de trapo depende de una variedad de factores, desde los materiales utilizados hasta los procesos de fabricación y la gestión de residuos. Al adoptar prácticas sostenibles en todas las etapas de su operación, la empresa puede reducir su impacto ambiental y contribuir a la conservación del medio ambiente.

Sin embargo, como se registró en el estudio financiero, esta empresa no es factible para su creación, lo que hace que no cree un impacto ambiental para su formación.

Capítulo 5. Conclusiones

En relación con el primer objetivo, que consistía en llevar a cabo un estudio de mercado para evaluar la demanda potencial del nuevo servicio, su aceptación entre la población objetivo, así como para comprender la demanda y oferta del mercado, se encontró un alto interés por parte de la población de Ocaña hacia la propuesta. Se procedió a analizar la demanda, asignar un nombre y logotipo para la identificación del servicio, establecer el precio y los canales de difusión.

Respecto al segundo objetivo, que implicaba desarrollar un estudio técnico para determinar el alcance del proyecto, su ubicación y los requisitos técnicos, materiales y de personal, se identificaron los elementos esenciales y herramientas necesarias para iniciar la operación de la empresa. Se establecieron equipos de comunicación y se planteó el mobiliario, equipos y personal adecuado para garantizar el funcionamiento óptimo y el crecimiento de la institución.

Para el tercer objetivo, que consistía en diseñar un estudio administrativo que incluyera la propuesta de organigrama y el manual de funciones correspondiente, se crearon herramientas para asegurar que la empresa operara de manera legal y acorde a la normativa vigente. Se estableció una estructura organizativa interna con misión, visión, organigrama y manual de funciones, además de los requisitos para la constitución legal como una sociedad por acciones simplificada (S.A.S).

En cuanto al cuarto objetivo, que era realizar un estudio financiero y económico para determinar la inversión necesaria y construir presupuestos de costos, gastos e ingresos, se llevaron a cabo proyecciones financieras para evaluar la rentabilidad del proyecto. Se realizaron cálculos detallados para identificar la inversión inicial, así como los ingresos y gastos esperados durante los primeros cinco años de operación. Sin embargo, los resultados arrojaron una falta de viabilidad del proyecto, ya que indicadores como el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) mostraron que la empresa no sería rentable en los primeros cinco años de operación, lo que lo hace poco atractivo para la inversión.

De otro modo, el proyecto tiene el potencial de generar empleo para dos personas, lo que contribuirá indirectamente a mejorar la estabilidad económica de sus familias. En cuanto al medio ambiente, el proyecto no presenta riesgos evidentes; no obstante, como se mostró, la empresa no es factible para su creación, lo que no hace reverente los impactos presentados.

Capítulo 6. Recomendaciones

El estudio de mercados realizó una evaluación desde todas las connotaciones posibles en cuanto a los distintos riesgos y ventajas que se asumen al llevar a cabo su desarrollo, de ahí que se recomiende darle una visión de carácter interdisciplinario, en el momento de su ejecución y posterior ampliación

Se recomienda dar a conocer los atractivos del producto de forma artesanal por medio de estrategias publicitarias, con el objetivo de que los habitantes que aún están reacios, además de posibles clientes en la región, adquieran la cultura y además la compra del producto.

Al ser un proyecto negativo financieramente, se recomienda abrir mercados, con el fin de incrementar la demanda y de esta manera aumentar los ingresos para que su inversión inicial sea alcanzada al corto tiempo y pueda la empresa generar el rubro necesario para su creación.

Finalmente, se recomienda iniciar el proyecto con un PGHIRS, con el fin de demostrar la importancia de la recolección de residuos sólidos en sitios como éste.

Referencias

ActiBva. (2008). *Teoría de la orfeta y la demanda*. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AEL/M/AM/06/Teoria.pdf

Aguado, I. (2018). *Viabilidad de la creación de una EPS animal.* Medellìn.

Alamilla, M. (2015). *Economía Unam*. Obtenido de http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

Bianchi, C. (2017). *Desarrollo de la Medicina Veterinaria*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2022, de Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires: https://www.unicen.edu.ar/content/desarrollo-de-la-medicina-veterinaria#:~:text=La%20Medicina%20Veterinaria%20tienes%20sus,y%20aquellos%20destinados%20al%20trabajo.

Caballero, A., & Pérez, J. (2018). *Factibilidad financiera para la creacion de una Ips Canina Y Felina Del Area Urbana En Los Municipios De San Gil Y Socorro*. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/14636/2016_Articulo_Andres_Felipe_Caballero_Silva.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Centro de investigaciones para el desarrollo –CID. (2015). *Estudio del mercado de medicamentos veterinarios y biológicos de uso pecuario en el primer nivel de la cadena de distribución (productor-importador) (Informe final).* Obtenido de Bogotá, Colombia: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia: https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcc iones/Documents /CID %20-%20INFORME%20FINAL%20%20ESTUDIO%20V ETERINARIOS_ VP.PD

Congreso de la República. (2006). *Ley 1014.* Bogotá: Secretaria de Senado.

Consulting. (2017). *Latin Link US Media Consulting*. Obtenido de http://latinlink.usmediaconsulting.com

Cuervo, J. (2017). *Historia del juguete en Medellín 1910 – 1940: El juguete como mediador en la transformación de los conceptos de infancia. (Maestría)*. Obtenido de Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11740/CuervoCalle_Juliana_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y

DANE. (2020). *Población por área de residencia departamento Norte de Santander*. Obtenido de Ocaña: https://ids.gov.co/web/2021/DIMENSIONES_SP/POBLACION%202020.pdf

Dorado, J., & Fajardo, E. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una clínica veterinaria bajo la modalidad de medicina prepagada en la ciudad de Popayán.* Popayán: Corporación Universitaria Autonóma del Cauca.

Función Pública. (2000). *Ley 590 de 2000.* Bogotá: Congreso de la República.

Gómez, L. (2016). *Teoría del emprendimiento*. Obtenido de https://es.slideshare.net/marthajaya/teorias-de-emprendimiento

Guevara, M. (01 de junio de 2023). *Origen de la muñeca de trapo*. Obtenido de https://www.drimydolls.com/blogs/blog/la-muneca-de-trapo-un-viaje-a-lo-largo-de-la-historia

Gutiérrez, Y. M. (2021). *Representaciones y significaciones en la elaboración de muñecas de trapo en la niñez.* Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO.

Ibarra, E. (2000). *Propuesta de un modelo de gestion por calidad total para la administracion municipal de el zulia.* Cúcuta: Escuela Superior de Administración Pública.

Luque, G. (2015). *Historia de la medicina veterinaria en Colombia.* Bogotá: Universidad Nacional.

McGregor, D. (1994). *El lado humano de las organizaciones.* Bogotá: McGraw Hill.

Ministerio de Salud y Protección Social. (2021). *Decreto 162 de 2021*. Obtenido de Por medio del cual se modifica el decreto 1686 de 2012: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%20No.162%20de%202021.pdf

Museo Pedagógico Colombiano. (7 de Diciembre de 2021). *Muñeca de trapo*. Obtenido de Universidad Pedagógica Nacional: http://museopedagogico.pedagogica.edu.co/tag/muneca-de-trapo/

Museo Pedagógico Colombiano. (7 de Diciembre de 2021). *Muñeca de trapo*. Obtenido de Universidad Pedagógica Nacional: http://museopedagogico.pedagogica.edu.co/tag/muneca-de-trapo/

Orjuela, S. (2012). *Guía del estudio de mercados para la elaboración de proyectos.* Chile: Universidad de Chile.

Ossa, M., & Ossa, M. (2017). *Plan de negocio para la creación de un sistema de salud prepagado para mascotas.* Envigado: Escuela Ingenierìa de Antioquia.

Pérez, J., & Merino, M. (2015). *Definición de evaluación financiera*. Obtenido de https://definicion.de/analisis-financiero/

Rivera, O. (2019). *Historia de la Medicina Veterinaria [Monográfico 13º aniversario]*. Obtenido de Revista electrónica de Veterinaria. REDVET: http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n050509B/050 917B.pdf

Schumpeter, J. (1935). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico.* México: Fondo de Cultura Económica.

Van Dalen, D. B., & Meyer, W. (2011). *Manual de técnica de la investigación educacional*. Obtenido de http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion.descriptiva.php

Vidal, J. (2020). *Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Prestadora De Servicios Médicos Veterinarios Prepagados En La Ciudad De Popayán.* Popayán: Fundación Universitaria De Popayán.

Apéndice A. ***Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Ocaña.***

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigilada Mineducación	**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA** **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS** **PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**
	Formato de encuesta dirigida a los habitantes de las ciudad de Ocaña, en edades entre los 16 a 65 años.
	Objetivo: Estudiar la factibilidad para la creación de una empresa en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, dedicada a la fabricación y comercialización de muñecas de trapo representativas de las regiones colombianas

CUESTIONARIO

1. Edad en la que se encuentra

16 a 25 años____26 a 35 años ____36 a 50 años ____50 a 65 años____

2. Género
Masculino _____Femenino ____

3. Estado civil:
Soltero ____Casado____Viudo____Separado____Unión Libre____

4. Nivel social
1 ___2___3___4____

6. Tiene hijos

a) Si _____cuántos? _____Niña _____niño _____
b) No _____

5. ¿Tiene conocimiento acerca de las diversas culturas del país?

a) Si _____
b) No _____

6. ¿Ha obsequiado o recibido un detalle alusivo a las culturas del país?

a) Si _____tipo de detalle? _____
b) No _____

7. ¿Adquiriría usted una muñeca en tela que represente las regiones del país?

a) Si _____
b) No _____

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una muñeca?

a) 30.000 a 50.000
b) 50.000 a 100.000
c) Más de 100.000

9. ¿En qué lugares le gustaría que se ofreciera dicho producto?

a) Almacenes de cadena
b) Almacenes de juguetería
c) Tiendas artesanales
d) Aeropuertos y terminales

10. ¿Cuál sería la frecuencia de compra de una muñeca representativa de las regiones colombianas?

a) Semanal – quincenal
b) Mensual
c) Semestral
d) Anual

11. ¿Cuál sería el medio de comunicación por el cual le gustaría recibir más detalles del producto?

a) Página web
b) Redes sociales
c) Televisión
d) Radio
e) Otro _____cuál? _____

Gracias por su colaboración!!