

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

21.1

FECHA	martes, 6 de junio de 2023
--------------	----------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Bonilla Millán	Ingri Tatiana	1006025838

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

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Martínez Jiménez.	Geovanny Andrés

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

TÍTULO DEL DOCUMENTO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa de diversión nocturna en el municipio de Fusagasugá.

SUBTÍTULO

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

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
02/06/2023	84

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)


ESPAÑOL	INGLÉS
1. Centro de diversión nocturna	Nightlife Center
2. Viabilidad	Feasibility
3. Rentabilidad	Profitability
4. Estructura administrativa	Administrative structure
5. Estudio técnico	Technical study
6. Estudio de mercado	Market study

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

Alcaldía de Fusagasugá. Economía. Recuperado de: <https://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

Amanda Vargas (2017). Investigación de mercados. Obtenido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

DANE. Indicadores municipio de Fusagasugá. Obtenido de: <https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores/>

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

Datos abiertos. (15 de abril de 2022). Establecimientos inscritos en industria y comercio de Fusagasugá. Obtenido de <https://www.datos.gov.co/Comercio-Industria-y-Turismo/Establecimientos-inscritos-en-Industria-y-Comercio/2g3f-x7rc>.

Gómez, Liyis; Martínez, Joselín; Arzuza B., María. Normas y leyes generales. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602101.pdf>

Indicadores Dane. (2022) Datos poblacionales Dane. Obtenido de: <https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores-dane/>

José Gabriel Castillo y Donald Zhangallimbay. (2021). La tasa social de descuento en la evaluación de proyectos de inversión. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47285/1/RVE134_Castillo.pdf

Ley 812 del 2003. Artículo 8, "Descripción de los principales programas de inversión", literal B "Construir equidad social", numeral 6 "Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8795>

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Obtenido de: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Ley 29 de 1990. Ley de ciencia y tecnología. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=254>


Ley 232 de 1995. Normas generales para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

Revista semana. (12 de octubre del 2022). ¿Cuánto dinero mueve la economía de la noche? Obtenido de <https://www.semana.com/empresas/articulo/cuanto-dinero-mueve-la-economia-de-la-noche/277627/>.

Roy Thomasson. Emprendimiento. Obtenido de: <https://acortar.link/42Hr6f>

Servantie (2004). Teoría de las incubadoras en las empresas. Obtenido de: https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12990/1294/Tesis_Estudio_Creacion_Discoteca.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Velásquez Caballero, Camila Andrea. ¿Se puede emprender en Colombia? Obtenido de: <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11847#:~:text=%E2%80%9CLa>

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

%20actividad%20emprededora%20es%20la,%E2%80%9D%20(Kundel%2C%201991).

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS (Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Resumen:

El presente proyecto pretende identificar la viabilidad de crear una empresa de diversión nocturna en el municipio de Fusagasugá por medio de distintos estudios los cuales demostrarían las oportunidades que se tendrían.

Un centro de vida nocturna es un lugar de entretenimiento y socialización durante las horas de la tarde y la noche, estos centros están diseñados específicamente para brindar un ambiente vibrante y animado para las personas que buscan entretenimiento, interacción social y un descanso de su rutina diaria.

El siguiente proyecto identifica ciertos estudios los cuales dan un mayor análisis, donde el campo investigación de mercado ayuda a comprender las preferencias de los clientes por medio de un instrumento de recolección de información que en ese caso es una encuesta, el estudio técnico describe el proceso de desarrollo del proyecto y los costos, gastos e ingresos asociados con la producción, comercialización e inversión, en la estructura administrativa establece lineamientos estratégicos y responsabilidades dentro de la organización y por último, las proyecciones financieras son cruciales para evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Summary:

This project aims to identify the feasibility of creating a nightlife company in the municipality of Fusagasugá through different studies which would demonstrate the opportunities that would be available.

A nightlife center is a place for entertainment and socializing during the evening and evening hours, these centers are specifically designed to provide a vibrant and lively environment for people seeking entertainment, social interaction, and a break from their daily routine.

The following project identifies certain studies which give further analysis, where the market research field helps to understand customer preferences through an information collection instrument that in this case is a survey, the technical study describes the process development of the project and the costs, expenses and income associated with the production, commercialization and investment, in the administrative structure it establishes strategic guidelines and responsibilities within the organization and finally, the financial projections are crucial to evaluate the feasibility and profitability of the project.

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

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

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


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

Marque con una "X":

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

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

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación

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

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

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

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

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

Información Confidencial:


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

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

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

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

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

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

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo (amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.
- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia

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

Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



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



Nota:

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


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

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Estudio de viabilidad para la creación de una empresa de diversión nocturna en el municipio de Fusagasugá.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

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

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Ingri Tatiana Bonilla Millán	

21.1- 51- 20.

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

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

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

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DIVERSIÓN NOCTURNA EN EL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ.**

PRESENTADO POR:

Ingri Tatiana Bonilla Millán.

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES.

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

FUSAGASUGÁ.

2023.

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DIVERSIÓN NOCTURNA EN EL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ.**

PRESENTADO POR:

Ingri Tatiana Bonilla Millán.

ASESOR:

GEOVANNY ANDRÉS MARTINEZ JIMÉNEZ.

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES.

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

FUSAGASUGÁ.

2023.

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Fusagasugá- Cundinamarca. Junio 2023

TABLA DE CONTENIDO	
1. TÍTULO, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	17

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	18
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
3. OBJETIVOS.....	20
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	20
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
4. JUSTIFICACIÓN.....	21
5. GLOSARIO.....	22
6. MARCO DE REFERENCIA.....	23
6.1. MARCO TEÓRICO.....	23
6.2. MARCO GEOGRÁFICO.....	24
6.3. MARCO LEGAL.....	25
7. DISEÑO METODOLÓGICO.....	28
6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	28
8. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	29
7.1. POBLACIÓN.....	29
7.2. MUESTRA.....	29
9. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	31
8.1. INSTRUMENTOS PARA ANALIZAR Y VALIDAR DATOS.....	31
10. RECURSOS.....	32
9.1. RECURSOS HUMANOS.....	32
9.2. RECURSOS MATERIALES.....	32
11. CRONOGRAMA.....	33
12. ESTUDIO DE MERCADO.....	34
12.1. DEFINICIÓN DE LA DEMANDA.....	34
12.1.1. RESULTADOS DEL INSTRUMENTO.....	35
12.1.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	50
12.1.3. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL.....	52
12.1.4. DETERMINACIÓN DE LA OFERTA POTENCIAL.....	55
13. ESTUDIO TÉCNICO.....	58
13.1. PLAN DE INVERSIÓN.....	58
13.2. INVENTARIO INICIAL.....	59
13.3. PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	60
13.4. PROYECCIÓN DE COSTOS.....	61

13.4.1. COSTOS VARIABLES.....	61
13.4.2. COSTOS FIJOS.....	61
13.4.3. PROYECCIÓN DE COSTO MENSUAL.....	63
13.4.4. PROYECCIÓN DE COSTO ANUAL.....	65
13.5. PROYECCIÓN DE GASTOS.....	66
13.5.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	66
13.5.2. GASTOS DE MERCADEO Y VENTA.....	67
13.5.3. PROYECCIÓN DE GASTO MENSUAL.....	68
13.5.4. PROYECCIÓN DE GASTO ANUAL.....	70
13.1. FLUJO DE PROCESOS.....	71
13.2. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESTABLECIMIENTO.....	72
14. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y NATURALEZA JURÍDICA.....	75
14.1. DIRECTRIZ ESTRATÉGICA.....	75
14.1.1. MISIÓN.....	75
14.1.2. VISIÓN.....	76
14.1.3. VALORES ORGANIZACIONALES.....	76
14.1.4. PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES.....	78
14.2. LOGO.....	79
14.3. ORGANIGRAMA.....	80
14.4. DESCRIPCIÓN DE PERFILES.....	81
14.5. NATURALEZA JURÍDICA.....	83
15. PROYECCIONES FINANCIERAS Y RENTABILIDAD.....	84
15.2. FLUJO NETO DE CAJA.....	85
15.3. ANÁLISIS DE ESTUDIO FINANCIERO.....	86
15.4. RENTABILIDAD.....	87
15.5. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	88
16. CONCLUSIONES.....	89
17. RECOMENDACIONES.....	90
BIBLIOGRAFÍA.....	91

TABLA DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1: Mapa de Fusagasugá.....	24
Ilustración 2: Normas generales.....	26
Ilustración 3: Flujo de procesos.....	71
Ilustración 4: Primer piso de la discoteca.....	72
Ilustración 5: Segundo piso de la discoteca.....	73
Ilustración 6: Tercer piso de la discoteca.....	74
Ilustración 7: Misión.....	75
Ilustración 8: Visión.....	76
Ilustración 9: Valores organizacionales.....	76
Ilustración 10: Principios organizacionales.....	78
Ilustración 11: Logo.....	79
Ilustración 12: Organigrama.....	80
Ilustración 13: Descripción de perfiles.....	81
Ilustración 14: Requisitos de S.A.S.....	83

TABLA DE TABLAS

Tabla 1: Población.....	29
Tabla 2: Recursos humanos.....	32
Tabla 3: Recursos materiales.....	32
Tabla 4: Cronograma.....	33
Tabla 5: Variables demográficas.....	34
Tabla 6: Variables geográficas.....	34
Tabla 7: Variable piscográfica.....	35
Tabla 8: Número de Personas que Asistirían a la Discoteca.....	52
Tabla 9: Consumo.....	53
Tabla 10: Concurrencia al establecimiento.....	54
Tabla 11: Estrategia de producto.....	55
Tabla 12: Estrategia de precio.....	56
Tabla 13: Estrategia de promoción.....	56
Tabla 14: Estrategia de plaza.....	57
Tabla 15: Plan de inversión.....	58
Tabla 16: Inventario.....	59
Tabla 17: Inflación histórica.....	60
Tabla 18: Demanda futura.....	60
Tabla 19: Costos capital de trabajo.....	61
Tabla 20: Salario del administrador.....	62
Tabla 21: Salario del asistente administrativo.....	62
Tabla 22: Salario mano de obra.....	63
Tabla 23: Costo de servicios y mantenimiento.....	63
Tabla 24: Proyección mensual de costos.....	64
Tabla 25: Proyección anual de costos.....	65
Tabla 26: Gastos de administración.....	66
Tabla 27: Gastos de constitución.....	66
Tabla 28: Gastos de papelería.....	67
Tabla 29: Gastos de venta.....	67
Tabla 30: Gastos de aseo.....	68
Tabla 31: Proyección mensual de gastos.....	69
Tabla 32: Proyección anual de gastos.....	70
Tabla 33: Valores organizacionales.....	77
Tabla 34: Principios organizacionales.....	78
Tabla 35: Estado de resultados.....	84
Tabla 36: Estado neto de caja.....	85

TABLA DE GRAFICAS

Gráfica 1: Género.....	35
------------------------	----

Gráfica 2: Edad.....	36
Gráfica 3: Lugar de residencia.....	37
Gráfica 4: Percepción de discotecas.....	38
Gráfica 5: Concurrencia a establecimientos de diversión nocturna.....	39
Gráfica 6: Preferencia de compañía.....	40
Gráfica 7: Aspectos importantes de la discoteca.....	41
Gráfica 8: Música de interés.....	42
Gráfica 9: Bebidas alcohólicas.....	43
Gráfica 10: Días que prefiere ir a discotecas.....	44
Gráfica 11: Aprobación de discoteca moderna en Fusagasugá.....	45
Gráfica 12: Ubicación del proyecto.....	46
Gráfica 13: Frecuencia de asistencia.....	47
Gráfica 14: Nuevo servicio del establecimiento.....	48
Gráfica 15: Consumo en la discoteca en una noche.....	49

TABLA DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta de estudio de viabilidad para la creación de una empresa de diversión nocturna.

Anexo 2: Proyección de ingresos y egresos.

1.TÍTULO, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.

TÍTULO.

Estudio de Viabilidad para la Creación de una Empresa de Diversión Nocturna en el Municipio de Fusagasugá.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN.

Gestión de las Organizaciones y Sociedad

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.

Desarrollo Organizacional.

PROGRAMA ACADÉMICO.

Administración de Empresas.

2.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

2.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Los centros de diversión nocturno fueron creados para la experimentación artística donde se pueden encontrar múltiples escenarios musicales y juntar así mismo a los ciudadanos para crear nuevas relaciones sociales y salir de la rutina, esto ha pasado de generación en generación siendo una costumbre tanto en jóvenes como en adultos con la diferencia que se ha estado cambiando este mercado, con el fin de ofrecer todo lo necesario para que el público se sienta atraído hacia estos sitios.

Según la revista Semana en Colombia la industria del ocio nocturno genera más de 34000 empleos fijos, sin contar aquellos que son contratados por tiempos siendo una fuente generadora de trabajo para las personas sin discriminación de género o estudios profesionales. Por otro lado, también se llegó a la conclusión de que estos establecimientos generan turismo en las distintas ciudades ya que en el año 2021 fue registrado 4,2 millones de visitantes logrando que otros sectores como el hotelero y de alimentos se vean beneficiados.¹

En Fusagasugá actualmente hay un total de 207 establecimientos de diversión nocturna registrados en la cámara de comercio los cuales se encuentran localizados por todo el municipio siempre evolucionando con el mercado proponiendo nuevas instalaciones más modernas y a su vez nuevos licores y cocteles los cuales llamen la atención de los consumidores y así se logre posicionar a pesar de tener gran variedad de competencia, por ello es necesario que al realizar un proyecto para crear o mejorar las empresas se tenga en cuenta un estudio de mercado para cumplir con las expectativas.²

La incorporación de tecnología en este mercado ha logrado que muchos establecimientos tengan mejores productos e infraestructura para que haya comodidad al momento de asistir, entre estas innovaciones las más conocidas son las cartas digitales juntos con los pedidos y pagos por medio

¹ Revista semana. (12 de octubre del 2022). ¿Cuánto dinero mueve la economía de la noche? Obtenido de <https://www.semana.com/empresas/articulo/cuanto-dinero-mueve-la-economia-de-la-noche/277627/>.

² Datos abiertos. (15 de abril de 2022). Establecimientos inscritos en industria y comercio de Fusagasugá. Obtenido de <https://www.datos.gov.co/Comercio-Industria-y-Turismo/Establecimientos-inscritos-en-Industria-y-Comercio/2g3f-x7rc>.

de las distintas plataformas, dando eficacia al realizar estos procesos.

Otro de los cambios que se han logrado analizar en estas empresas son la fusión de servicios, separando los servicios bien sea la discoteca y el bar para que así se encuentre comodidad y a su vez logren encontrar todo lo que quieren sin necesidad de desplazarse a otros sitios, este es un auge que ha estado generando hace años.

Todos estos cambios y mejoras se han realizado con un panorama claro que son las exigencias de los ciudadanos debido a que constantemente se cambian los gustos y no es solo en el servicio o productos que ofrecen, abarca la atención al cliente, los estudios realizados y el establecimiento como tal por lo tanto las empresas necesitan ir en constante evolución.

Fusagasugá es el eje central de la región del Sumapaz siendo concurrido constantemente tanto por jóvenes como por adultos los cuales buscan en las noches encontrar un establecimiento para divertirse y pasar tiempo con amigos o familiares, beneficiando de tal manera al crecimiento del municipio debido a que generan entradas económicas las cuales tienen múltiples destinos. A pesar de los avances que ha tenido este sector de la economía no se ha logrado tener un establecimiento que tenga todo lo esperado para lograr satisfacer las necesidades que presenta la población, por consiguiente, los ciudadanos residentes tienden a irse a municipios cercanos.

Las discotecas en Fusagasugá suelen ser en espacios reducidos los cuales no cuentan con la comodidad necesaria para que puedan beber o bailar sin contar otras carencias que se pueden encontrar en estos establecimientos, siendo barreras para muchas empresas su expansión. Por ello se ve la necesidad de crear un sitio de diversión nocturna el cual pueda tener todo lo que los ciudadanos esperan sin tener que desplazarse a sitios cercanos para satisfacer sus necesidades, teniendo como principal objetivo que sea un establecimiento con espacios adecuados para realizar las actividades que el público desee como beber y bailar.

2.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cuál es la viabilidad para crear una empresa de diversión nocturna en el municipio de Fusagasugá?

3.OBJETIVOS.

3.1.OBJETIVO GENERAL.

Determinar la viabilidad para la creación de una empresa de diversión nocturna en el municipio de Fusagasugá.

3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Establecer la oferta y la demanda potencial por medio de un estudio de mercado.
- Elaborar un estudio técnico que refleje los costos y gastos de la empresa de diversión nocturna.
- Determinar la estructura administrativa y naturaleza jurídica del negocio.
- Identificar la rentabilidad del proyecto a partir de proyecciones financieras.

4.JUSTIFICACIÓN.

Con la llegada de nuevas tecnologías, productos, música y otros factores los cuales han generado innovación y exigencia por parte del público es fundamental cumplir las necesidades que se presentan al momento de buscar un sitio de diversión nocturno, para que así se pueda tener un lugar de esparcimiento junto con amigos, familia y conocidos el cual sea cerca a su lugar de residencia y no teniendo que desplazarse a otras ciudades del país.

En el municipio de Fusagasugá los ciudadanos están acostumbrados a salir a ingerir licores y bailar los fines de semana, donde estos buscan sitios únicos y donde se puedan sentir cómodos estando en el establecimiento, pero actualmente no se cuentan con estos requerimientos debido a que son carentes de espacio y productos innovadores.

Por otra parte también pretende aumentar la actividad económica del municipio por medio de empleos a los ciudadanos, ya que según estudios realizados por el DANE³ en el primer trimestre del año 2022 (enero-marzo) fue del 13,2% siendo una cifra que refleja la necesidad que se está presentando en Fusagasugá y sobre todo en los jóvenes los cuales no tienen aún experiencia y por esto mismo no son aceptados en ciertas ocupaciones contrario a como se va a realizar en este centro de diversión nocturno el cual buscará ofrecerles oportunidad de laborar.

Al realizar este estudio de viabilidad para la creación de un sitio de diversión nocturno, se podrá cumplir con las expectativas de los ciudadanos ya que se establecerá el estudio de mercado pertinente para evaluar las discotecas y los bares que hay actualmente en el municipio, basándose en sus principales características para así lograr mejorarlas según lo analizado por medio de instrumentos de recolección de datos.

³ DANE. Indicadores municipio de Fusagasugá. Obtenido de: <https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores/>

5.GLOSARIO.

- Centro de diversión nocturna: Estas áreas suelen tener una concentración de bares, clubes y otros lugares de entretenimiento que atienden a las personas que buscan entretenimiento nocturno y socialización.
- Estudio técnico: un estudio técnico puede referirse a un estudio de viabilidad que evalúa la viabilidad técnica de un proyecto o empresa propuesta.
- Estudio de mercado: Es el proceso de recopilar, analizar e interpretar información sobre un mercado, público objetivo, clientes, competidores y otros factores relevantes
- Oferta y demanda: La oferta se refiere a la cantidad de un producto o servicio que los productores o proveedores están dispuestos y pueden ofrecer a la venta en el mercado a diferentes precios durante un período específico, la demanda representa la cantidad de un producto o servicio que los consumidores o compradores están dispuestos y pueden comprar a diferentes precios durante un período específico.
- Rentabilidad: La rentabilidad se refiere a la capacidad de una empresa o inversión para generar ganancias o ganancias financieras durante un período específico.
- Viabilidad: La viabilidad se refiere a la capacidad de algo para ser exitoso, sostenible o capaz de funcionar de manera efectiva.
- Flujograma: Un diagrama de flujo es una representación visual o diagrama que ilustra la secuencia de pasos o acciones en un proceso o sistema.
- Organigrama: Es una representación visual que describe la estructura jerárquica, las relaciones y las líneas de informes dentro de una organización.

6.MARCO DE REFERENCIA.

6.1.MARCO TEÓRICO.

En la actualidad se están presentando múltiples problemáticas en la sociedad, entre ellas se encuentra el desempleo y la economía de los ciudadanos, por ello emprender ha sido fundamental para combatir las crisis que se tienen. El emprendimiento es el desarrollo de un proyecto con distintos fines como lo serían el económico y social entre otros, el autor Kundel⁴ habla sobre que esta actividad es el cambio o renovación que se realiza adentro o afuera de las organizaciones sean existentes o no con el fin de crear una nueva entidad.

Las pequeñas y medianas empresas son fundamentales en la región, ya que permiten que se generen empleos moviendo la economía atendiendo las necesidades de los ciudadanos, por ello entre más emprendimientos mejor es para las zonas y para la sociedad en general. Es necesario destacar que el autor Roy Thomasson⁵ comenta que el emprendimiento no solo ayuda para el desempleo también fortalece el ánimo de los individuos ya que no buscan ser empleados si no empleadores. Complementando esto, los agentes del desarrollo tienen un rol fundamental al ser capaces de analizar las condiciones del territorio buscando necesidades junto con sus debilidades y fortalezas para dar un desarrollo en la mejora de la calidad de vida.

Al tener claro sobre el concepto del emprendimiento se puede establecer la importancia de estudiar la viabilidad para la creación de una empresa de diversión nocturna innovadora en el municipio de Fusagasugá, teniendo como pilar satisfacer las necesidades de los ciudadanos al hacer este estudio para conocer que desean, se pueden destacar los siguientes puntos para llevar a cabo el proyecto:

- Innovación de los sitios de diversión nocturna en el municipio de Fusagasugá al contar con una infraestructura única y servicios de calidad.

⁴ Velásquez Caballero, Camila Andrea. ¿Se puede emprender en Colombia? Obtenido de: [https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11847#:~:text=%E2%80%9CLa%20actividad%20emprededora%20es%20la,%E2%80%9D%20\(Kundel%2C%201991\).](https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11847#:~:text=%E2%80%9CLa%20actividad%20emprededora%20es%20la,%E2%80%9D%20(Kundel%2C%201991).)

⁵ Roy Thomasson. Emprendimiento. Obtenido de: <https://acortar.link/42Hr6f>

Fuente: Alcaldía de Fusagasugá.

6.3.MARCO LEGAL.

Al momento de estudiar la viabilidad de crear una empresa en Colombia, se debe tener en cuenta ciertos aspectos legales para un funcionamiento eficiente y dentro del marco de la ley que rige el país, las cuales también ayudan a impulsar micro y macroempresas ya que al contar con su constitución se da credibilidad de la empresa.

1. Créditos bancarios se manera sencilla.
2. Expansión nacional e internacional sin inconvenientes.
3. Mejora la imagen de la empresa.
4. Los servicios o productos estarán avalados generando confianza al público.

Para lograr crear un establecimiento comercial como lo son las discotecas y bares, es necesario seguir la ley 232 de 1995, ya que aquí se dictan las normas generales para un funcionamiento dentro de la ley. Entre los artículos se pueden encontrar:

Artículo 2°: Para el ejercicio del comercio los establecimientos deben contar con los siguientes requisitos:

- a) Tener al día las normas referentes al suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destino que se podrá expedir en la jurisdicción del municipio donde se establecerá la empresa.
- b) Cumplir con las normas sanitarias que están establecidas en la ley 9 de 1979.
- c) Contar con la matrícula mercantil vigente en la Cámara de Comercio de cada jurisdicción.
- d) Informar a las oficinas de planeación la apertura del establecimiento comercial.⁷

⁷ Ley 232 de 1995. Normas generales para el funcionamiento de los establecimientos

Un estudio realizado por Gómez Liyis en su artículo de pensamiento y gestión, revela las normas y leyes fundamentales que ayudan a la constitución de una empresa en Colombia por medio del siguiente gráfico:

Ilustración 2: Normas generales



Fuente: Adaptado de pensamiento y gestión.⁸

Ley MIPYME: La ley que promulga la creación de entidades en Colombia es la 590 del 10 de julio del 2000 más conocida como la ley MIPYME, la cual tiene el objetivo que las micro, pequeñas y medianas empresas estén en las mejores condiciones de su entorno. Por medio de esta se establecen también políticas y distintos programas contando con objetivos claros como lo son eliminar las barreras de financiamientos a costos reducidos.⁹

comerciales. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

⁸ Gómez, Liyis; Martínez, Joselín; Arzuza B., María. Normas y leyes generales. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602101.pdf>

⁹ Ley 812 de 2003. Artículo 8, "Descripción de los principales programas de inversión", literal B "Construir equidad social", numeral 6 "Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8795>

Ley de Fomento a la cultura del emprendimiento: Por medio de la ley 1014 de 2006 se tiene como objetivo “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país”¹⁰. Esta ley crea vínculos entre el sector educativo y el productivo ya que por medio de discursos se puede ayudar a que los ciudadanos tengan el espíritu de emprender teniendo como resultado y crecimiento en la economía del país

Ley de ciencia y tecnología: La ley 29 de 1990 o mejor conocida como Ley de ciencia y tecnología, fomenta la innovación y desarrollo tecnológico de las empresas para que así tengan grandes mejoras en los distintos procedimientos que se realicen en esta. “Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.”¹¹

Ley de racionalización del gasto público: Esta ley es la 344 de 1996 donde se tiene por objetivo tener un equilibrio financiero garantizando un mejor financiamiento y así mismo reasignar cierta cantidad de recursos a otros sectores que no estén en buen estado económico, por ello esta ley es fundamental como mecanismo de promoción al momento de crear alguna organización.

¹⁰ Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Obtenido de: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

¹¹ Ley 29 de 1990. Ley de ciencia y tecnología. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=254>

7.DISEÑO METODOLÓGICO.

Por medio del diseño metodológico se hará un estudio a fondo sobre distintas fases que darán respuesta del cómo se realizará el estudio teniendo en cuenta las técnicas de observación y recolección de datos, por ello es necesario tener en cuenta lo siguiente:

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Investigación descriptiva con enfoque mixto: De acuerdo con las características que se han establecido en el proyecto se ha seleccionado este tipo de investigación descriptiva ya que tiene por objetivo definir, clasificar, catalogar y caracterizar el estudio. Se tendrá un enfoque mixto con el método cuantitativo ya que se presente realizar encuestas y observación, las cuales ayuden a tener un mejor análisis de la experiencia que tienen los ciudadanos frente a este tema.

Este tipo de investigación según el autor Bernal¹² analiza de múltiples maneras las situaciones y las características del campo de estudio que se va a estudiar guiándose de las preguntas que le dará el investigador por medio de encuestas, entrevistas, observación y revisión documental.

Al contar con este tipo de investigación en el proyecto se logrará crear instrumentos de recolección de información que sería la encuesta seguida por la fase de análisis donde se identificarán las distintas características de los ciudadanos frente a este tema llevando a un resultado que mostrará si es viable o no la creación de la empresa.

¹² Bernal. (2006). Investigación descriptiva. Obtenido de: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0088963/cap03.pdf>

8. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.

7.1. POBLACIÓN.

Por medio de un ejercicio de observación directa se pudo determinar como en el municipio de Fusagasugá se encuentra un número considerable de discotecas los cuales presentan distintos servicios de baile y bebidas alcohólicas cumpliendo con las normas que exige la ley destacando 30 que son las que más frecuentadas.

En esta investigación se analiza a los ciudadanos de 18 a 60 años que frecuentan estos sitios, resultando un total de 90350¹³ que se interesan y les gusta acudir a las discotecas en busca de diversión y esparcimiento.

Tabla 1: Población

MUNICIPIO	POBLACIÓN TOTAL	SEGMENTO: 18 A 60 AÑOS.
Fusagasugá	165340	90350

Fuente: Elaboración propia

7.2. MUESTRA.

Para determinar la muestra se realizará la ecuación finita donde se podrá calcular de manera efectiva este ítem teniendo en cuenta que en el censo del Dane se obtuvo un margen de error del 9% y nivel de confianza del 95%¹⁴

¹³ Indicadores Dane. (2022) Datos poblacionales Dane. Obtenido de: <https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores-dane/>

¹⁴ Indicadores Dane. (2022) Datos poblacionales Dane. Obtenido de: <https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores-dane>

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n: Tamaño maestral.

N: Tamaño de la población que fue determinada con anterioridad: 90350.

z: Si la seguridad es del 95%= 1.96

p: Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse (p=0.5), que hace mayor el tamaño maestral.

q: 1-p (Solo sí p=50%, q=50%)

i: Error que prevé cometer es 5%

Desarrollo:

N= 90350

z= 1.96

i= 5%

p= 0.5

q= 0.5

n= 383

Como se pudo evidenciar por medio del desarrollo de la formula finita, es que el tamaño que se va a manejar para analizar la población y aplicar algún instrumento de recolección de información serán 383 personas del municipio de Fusagasugá.

9. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.

La elaboración y aplicación de encuestas se realizará por medio de la plataforma virtual Microsoft Forms. La encuesta se caracterizará por ser sencilla y práctica de contestar, con preguntas concisas y precisas para lograr la tabulación y análisis de manera efectiva. Para exponer la encuesta a los individuos se realizó un reconocimiento de campo por el cual se identificó las condiciones en las que se encuentran estos sitios de diversión nocturna siendo complementado con apoyos de entrevistas e información recolectada con los ciudadanos.

8.1. INSTRUMENTOS PARA ANALIZAR Y VALIDAR DATOS.

Para validar y analizar los datos que serán recolectados en la encuesta se manejará Excel, plataforma que permite realizar cruces y gráficos fáciles de interpretar.

10.RECURSOS.

Para el desarrollo del proyecto se requieren diferentes recursos que se resumen a continuación:

9.1. RECURSOS HUMANOS

Tabla 2: Recursos humanos

NOMBRE	RESPONSABILIDAD
Ingri Tatiana Bonilla Millán.	Autora.

Fuente: Elaboración propia.

9.2. RECURSOS MATERIALES.

Tabla 3: Recursos materiales

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR
Computador	1	0
Memoria USB	1	\$20.000
Transporte	40	\$80.000
Programas Office	1	0
Varios papelería	1	\$50.000
TOTAL		\$150.000

Fuente: Elaboración propia.

11. CRONOGRAMA.

Para el desarrollo de las actividades es necesario establecer un cronograma con el propósito de ejecutar las actividades que hacen parte de cada uno de los objetivos de la presente investigación, para ello se crea un diagrama de Gantt.

Tabla 4: Cronograma

ID.	Actividad	SEMANAS															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Planeación y elaboración del anteproyecto																
1.1.	Asignación de asesor	■															
1.2.	Reunión con el asesor.	■															
1.3.	Elaboración del anteproyecto		■	■													
1.4.	Radicación a comité opciones de grado				■												
2	Establecer oferta y demanda																
2.1.	Diseñar el instrumento de recolección				■												
2.2.	Aplicar el instrumento de recolección					■											
2.3.	Tabular y analizar los resultados						■										
3	Elaborar el estudio técnico																
3.1.	Determinar costos y gastos.							■	■								
4	Determinar la estructura administrativa																
4.1.	Definir roles, funciones y naturaleza jurídica.									■	■						
5	Evaluar la rentabilidad																
5.1.	Consolidar estados financieros y aplicar indicadores de evaluación											■	■	■			
6	Consolidar documento final																
6.1.	Presentación de documento a jurados															■	
6.2.	Sustentación.																■

Fuente: Elaboración propia.

12. ESTUDIO DE MERCADO.

Por medio del estudio de mercado se permite identificar las características y especificaciones que tiene el servicio que son guiadas por lo que el cliente desea, proporcionando la información desde la oferta y la demanda dado que se conocerán los gustos, preferencias y los posibles clientes futuros hallando así la rentabilidad del proyecto.

12.1.DEFINICIÓN DE LA DEMANDA.

Se pretende ofrecer el servicio de entretenimiento a jóvenes y adultos del municipio de Fusagasugá por medio de una discoteca innovadora con infraestructura única, expendiendo novedosos cocteles y bebidas sin alcohol trayendo consigo un ambiente seguro y agradable.

La demanda se puede definir por la cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita para lograr satisfacer las necesidades que los consumidores requieren especificando el precio.¹⁵ La discoteca tendrá productos y servicios dirigidos a personas mayores de 18 años del municipio de Fusagasugá teniendo en cuenta las siguientes variables:

Tabla 5: Variables demográficas

Segmentación Demográfica.	
Sexo	Femenino – Masculino
Edad	18 años – 60 años

Fuente: Elaboración propia.

¹⁵ Bermeo Martínez. (2018). Análisis de la demanda. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1805/1/08145.pdf>

Tabla 6: Variables geográficas

Segmentación Geográfica	
Lugar de residencia	Fusagasugá – Cundinamarca.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Variable psicográfica

Segmentación Psicográfica.	
Aspectos comportamentales.	Preferencias al momento de acudir a establecimientos de diversión nocturna

Fuente: Elaboración propia.

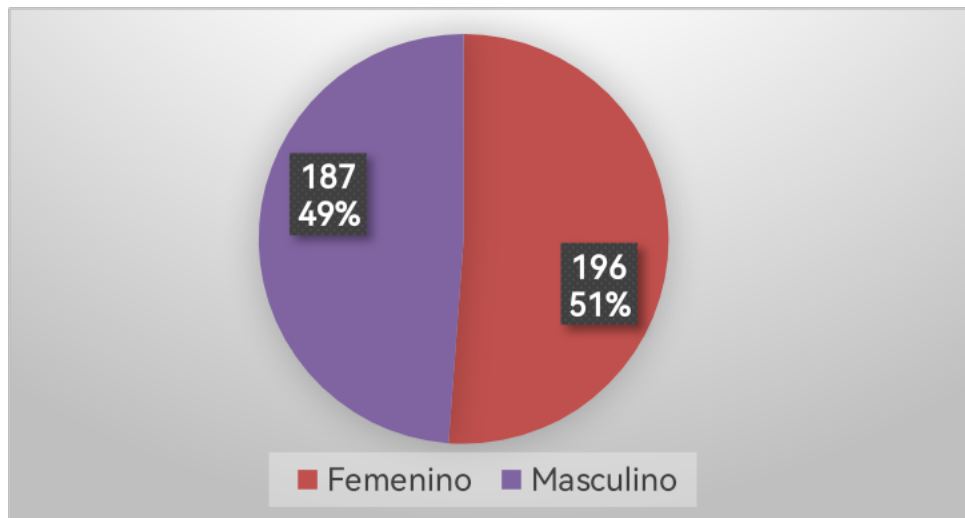
12.1.1.RESULTADOS DEL INSTRUMENTO.

Se aplicó encuesta empleando la plataforma Microsoft Office, instrumento que está compuesto por 15 preguntas que permiten recolectar todos los datos necesarios para el cumplimiento del presente objetivo, determinando gustos, preferencias y necesidades que tienen los consumidores del municipio de Fusagasugá (Anexo 1). En consecuencia, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta:

12.1.1.1.GÉNERO.

Como se indicó, el instrumento se aplicó a 383 personas de las cuales el 51% pertenecen al género masculino y el 49% del femenino, tal y como se puede observar en la Gráfica 1.

Gráfica 1: Género

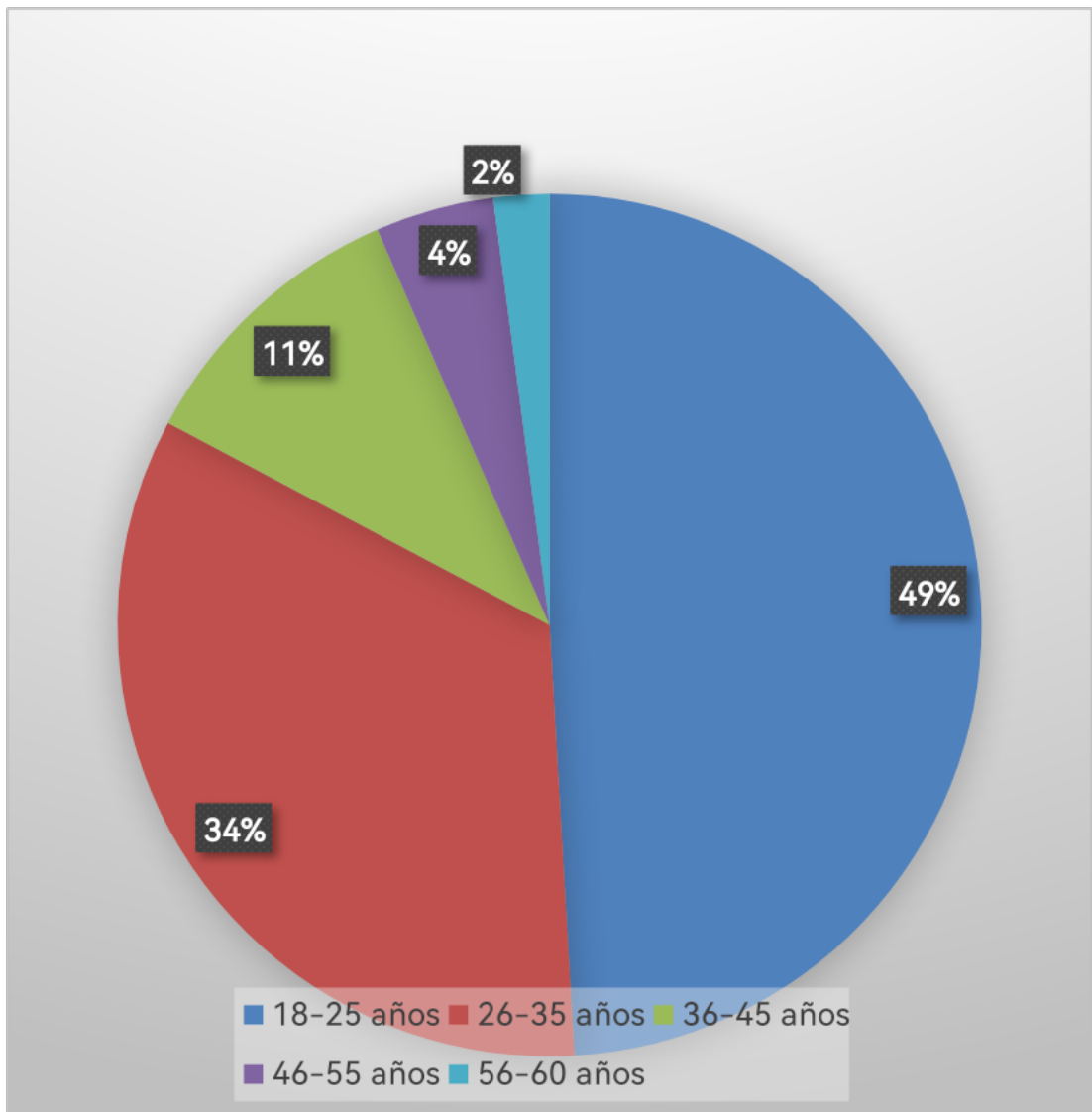


Fuente: Elaboración propia

12.1.1.2.EDAD.

Conforme a los resultados se puede evidenciar que se tuvo una participación en los jóvenes de 18 a 25 años reflejando 188 del total de los encuestados, seguido por los de 26 a 35 años con 129. También se tuvo participación de personas de 36 a 45 años con 41 participantes, continuando con 46 a 55 años con 17 y por último 55 a 60 años con 8 (Ver Gráfica 2).

Gráfica 2: Edad

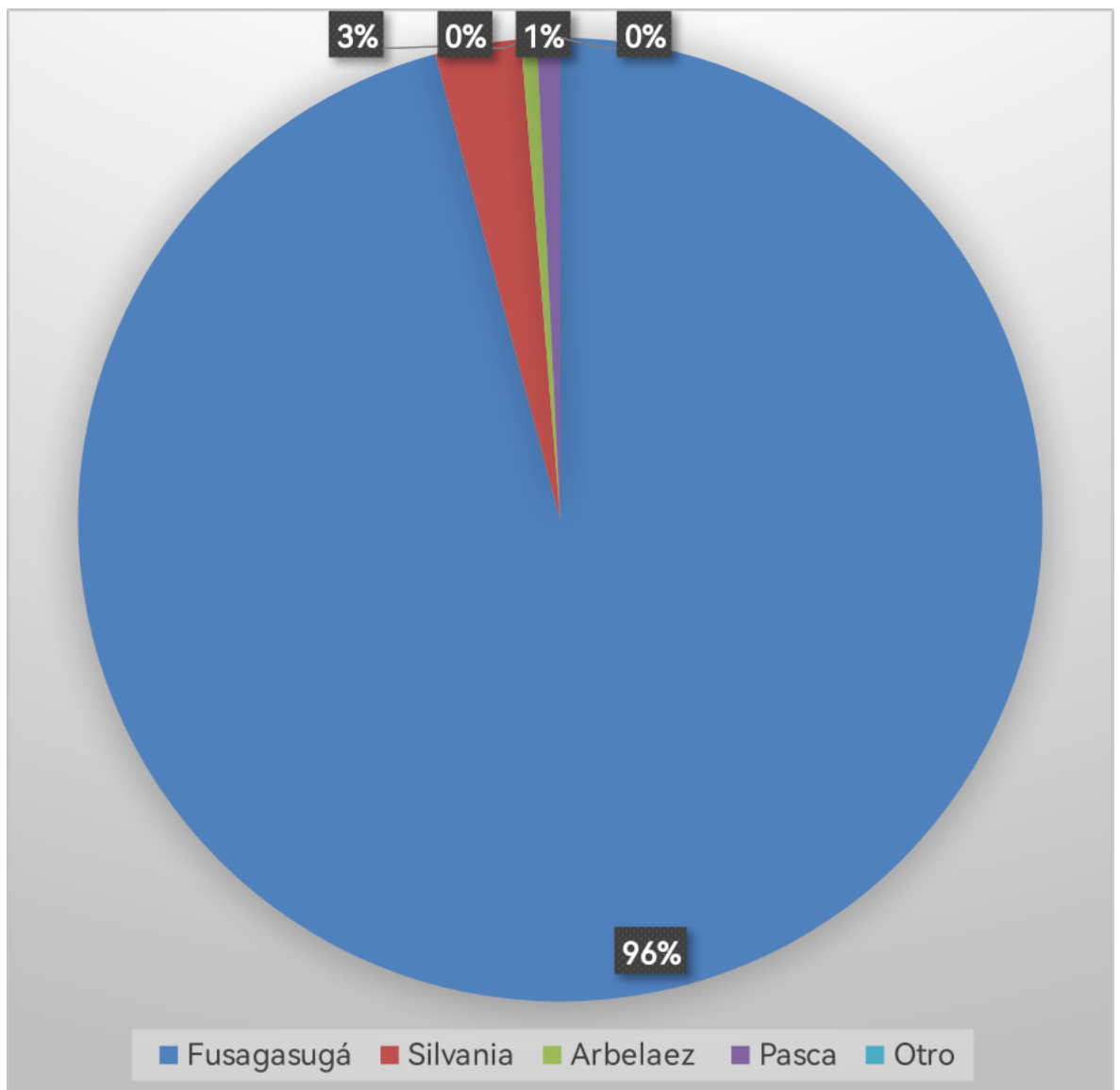


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.3.LUGAR DE RESIDENCIA

De acuerdo con la Gráfica 3 se demuestra que el lugar de residencia más representativo es el municipio de Fusagasugá con el 96,8% es decir 367 personas seguido de Silvania 2,1%, Pasca 0,8% y Arbeláez 0,3%.

Gráfica 3: Lugar de residencia

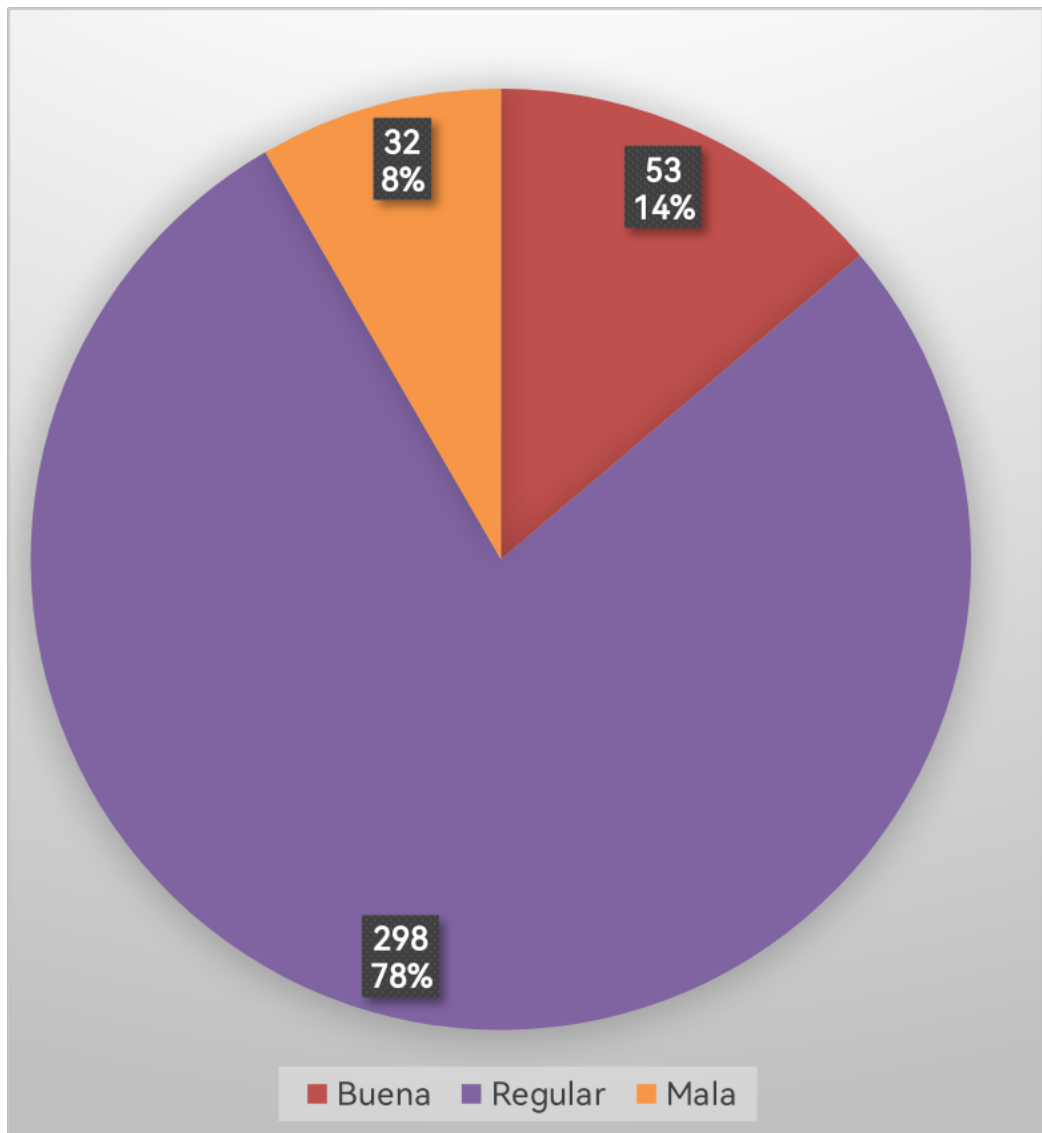


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.4.PERCEPCIÓN

Se registra que los usuarios tienen una percepción hacia las discotecas del municipio de Fusagasugá en un nivel regular con 77,8%, pero también el 13,8% de los encuestados opina que es buena y el 8,4% mala (Gráfica 4).

Gráfica 4: Percepción de discotecas

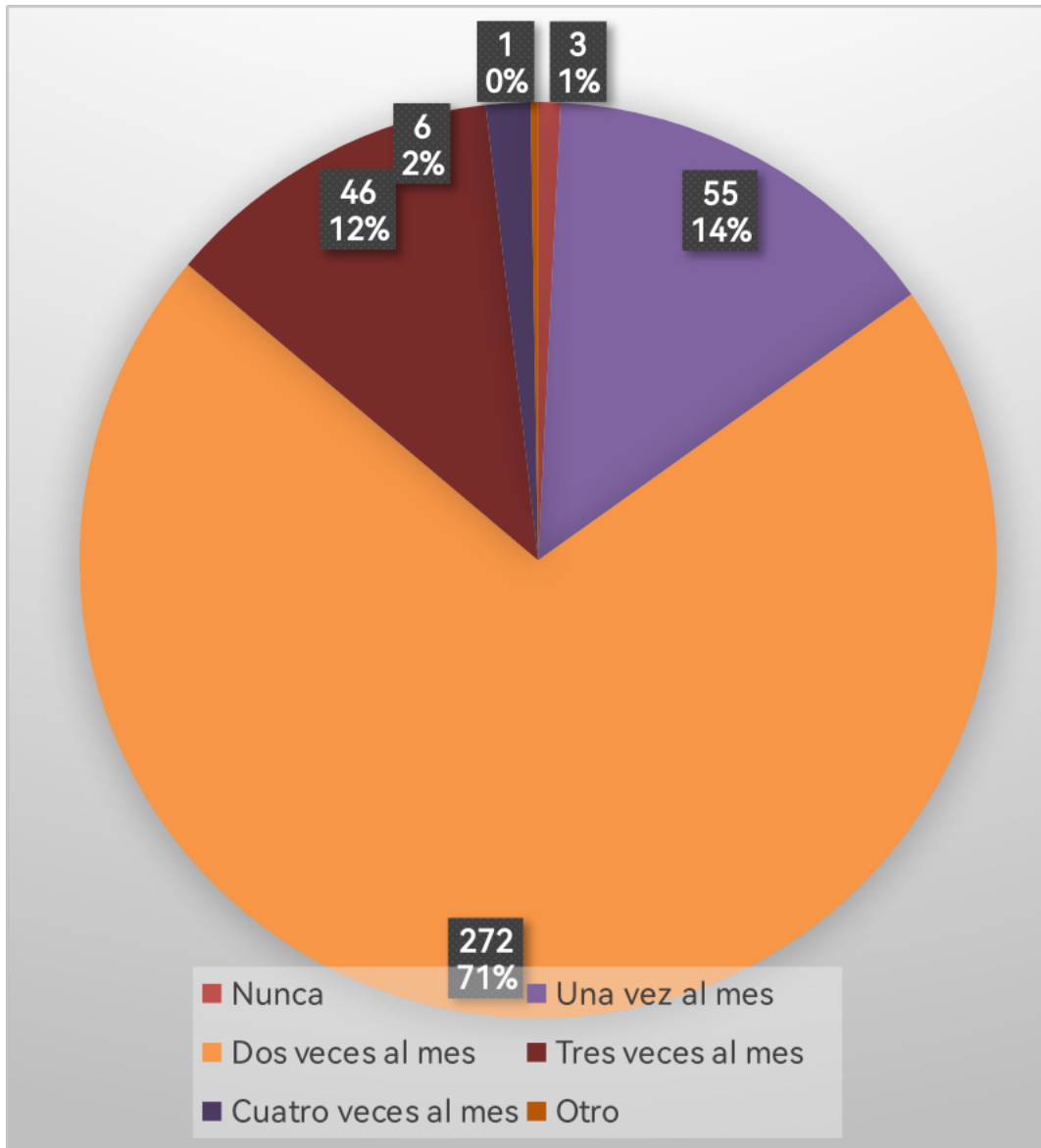


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.5.ASISTENCIA A ESTABLECIMIENTOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA

El 71% de los encuestados frecuentan las discotecas dos veces al mes, 14,4% una vez al mes y el 12% los frecuentan tres veces al mes (Gráfica 5).

Gráfica 5: Concurrencia a establecimientos de diversión nocturna

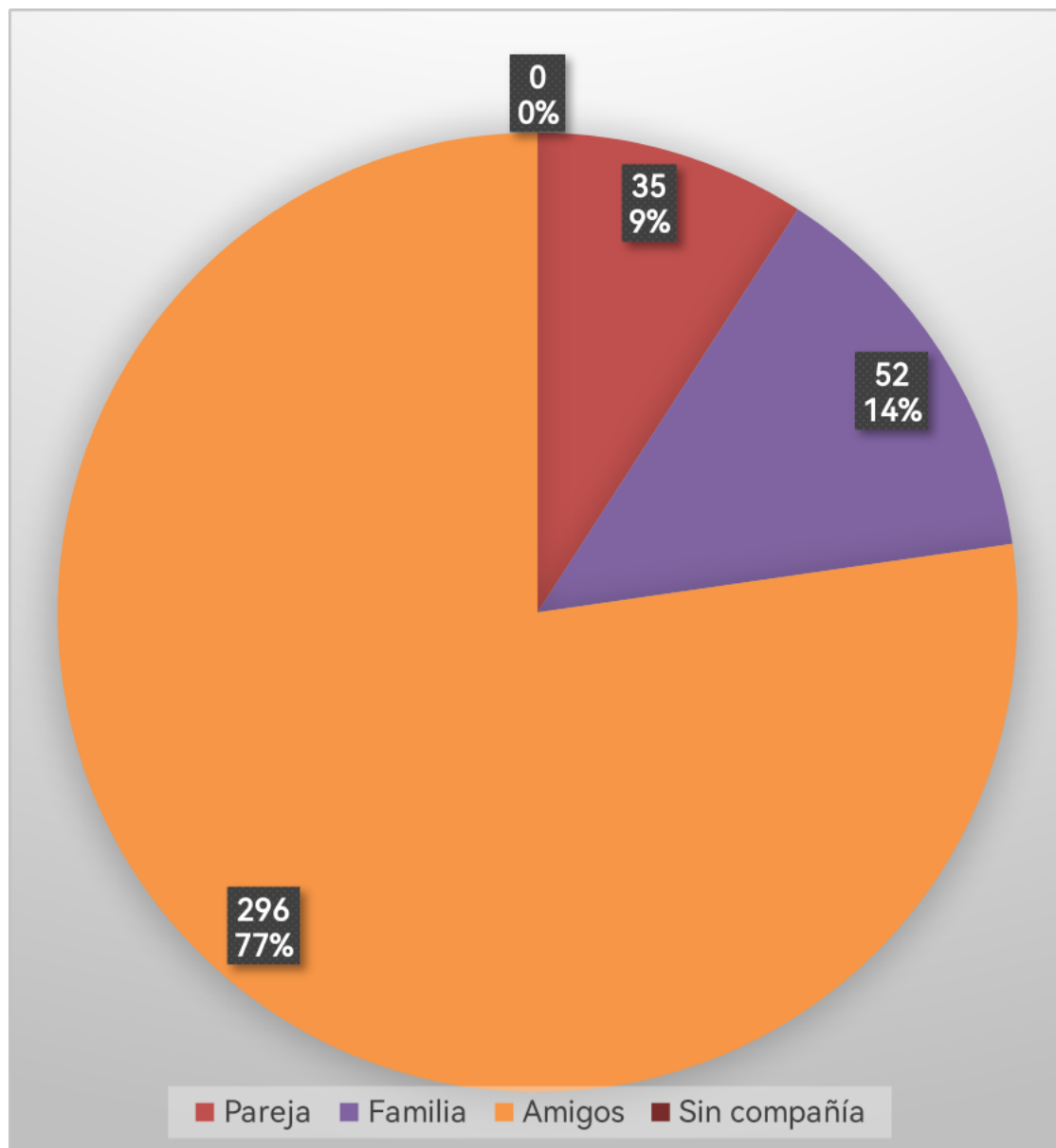


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.6.COMPAÑÍA EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE DIVERSIÓN NOCTURNA.

En la Gráfica 6 se visualiza que los usuarios asisten a establecimientos de diversión nocturna con amigos en un alto porcentaje (77,5%), seguido por familia (13,6%) y con su pareja (8,9%)

Gráfica 6: Preferencia de compañía

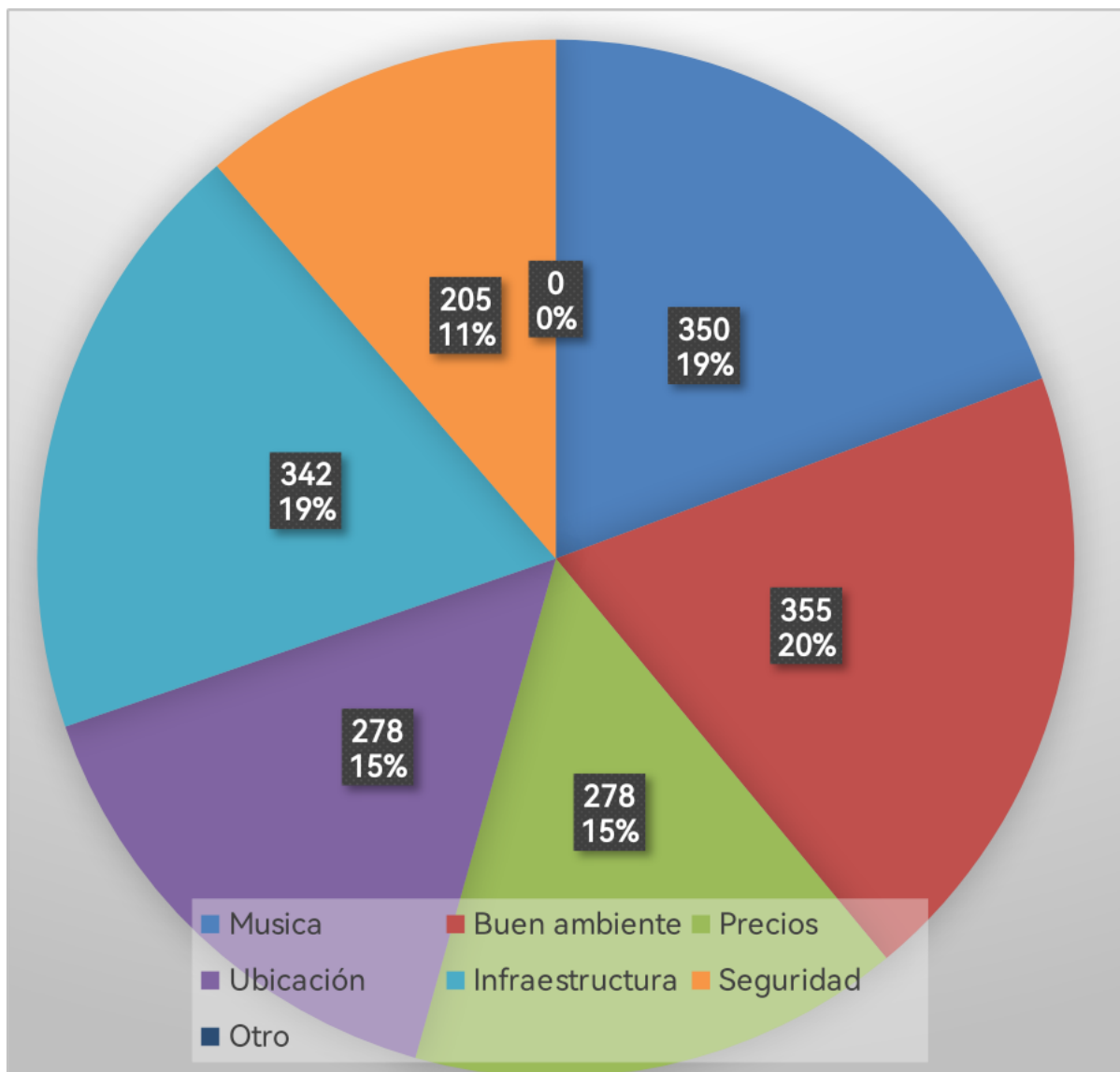


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.7. ASPECTOS POR CONSIDERAR DE UN ESTABLECIMIENTO DE DIVERSIÓN NOCTURNA.

Al consultar acerca de los aspectos que se consideran al momento de elegir una discoteca, según la Gráfica 7 se destacan: buen ambiente con el 92,7%; música con un 91,4%; infraestructura con 89,3%; precios y ubicación los cuales tuvieron el 72,6%; seguridad con 53,5%.

Gráfica 7: Aspectos importantes de la discoteca

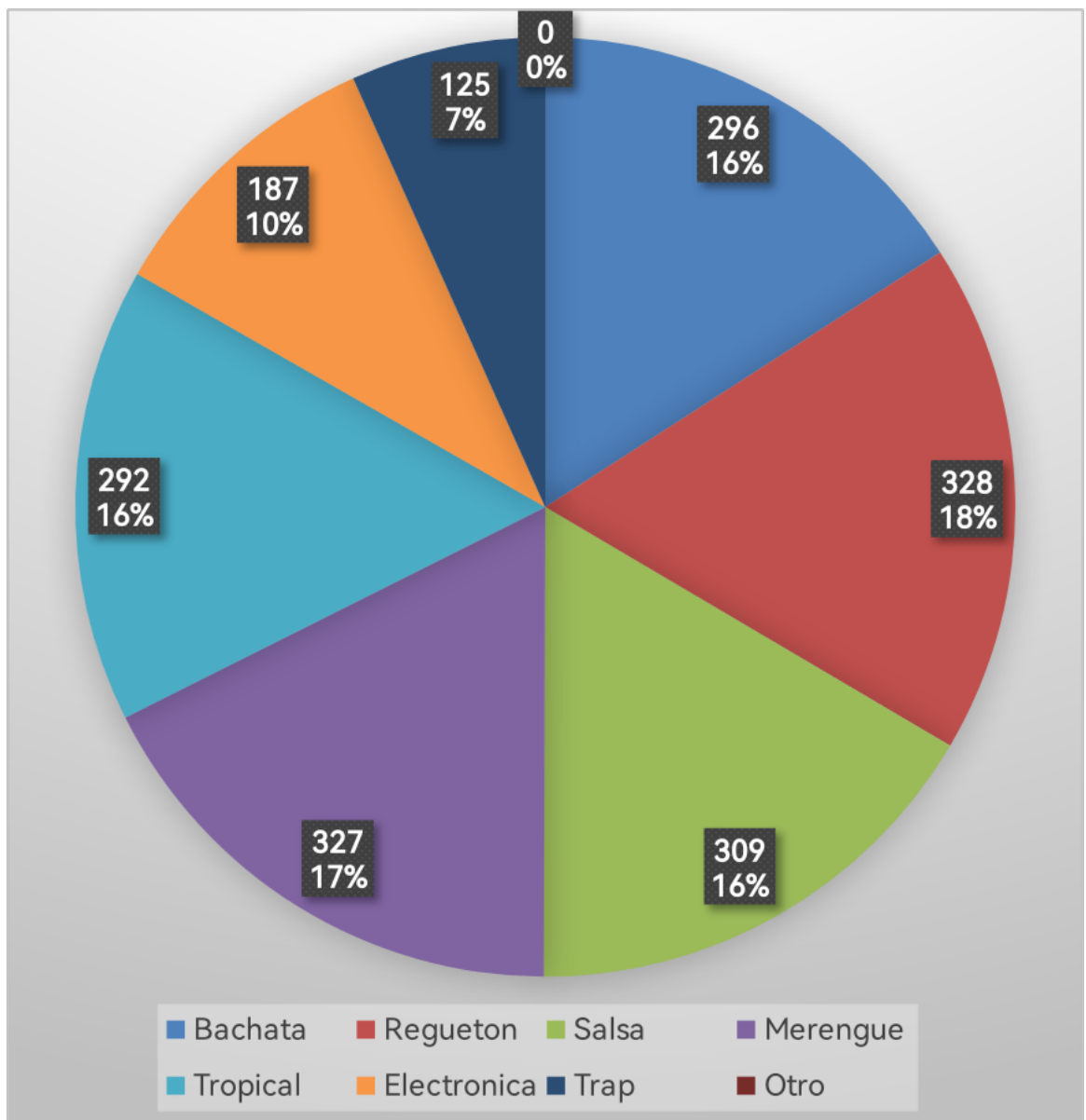


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.8.MÚSICA DE PREFERENCIA.

Al preguntar el tipo de música que los ciudadanos prefieren escuchar (Gráfica 8), se obtuvo que el reguetón es el preferido con 85,6%, seguido por merengue con 85,4% y salsa 80,7%, bachata con 77,3%, tropical 76,2% y trap con 32,6% de los encuestados.

Gráfica 8: Música de interés

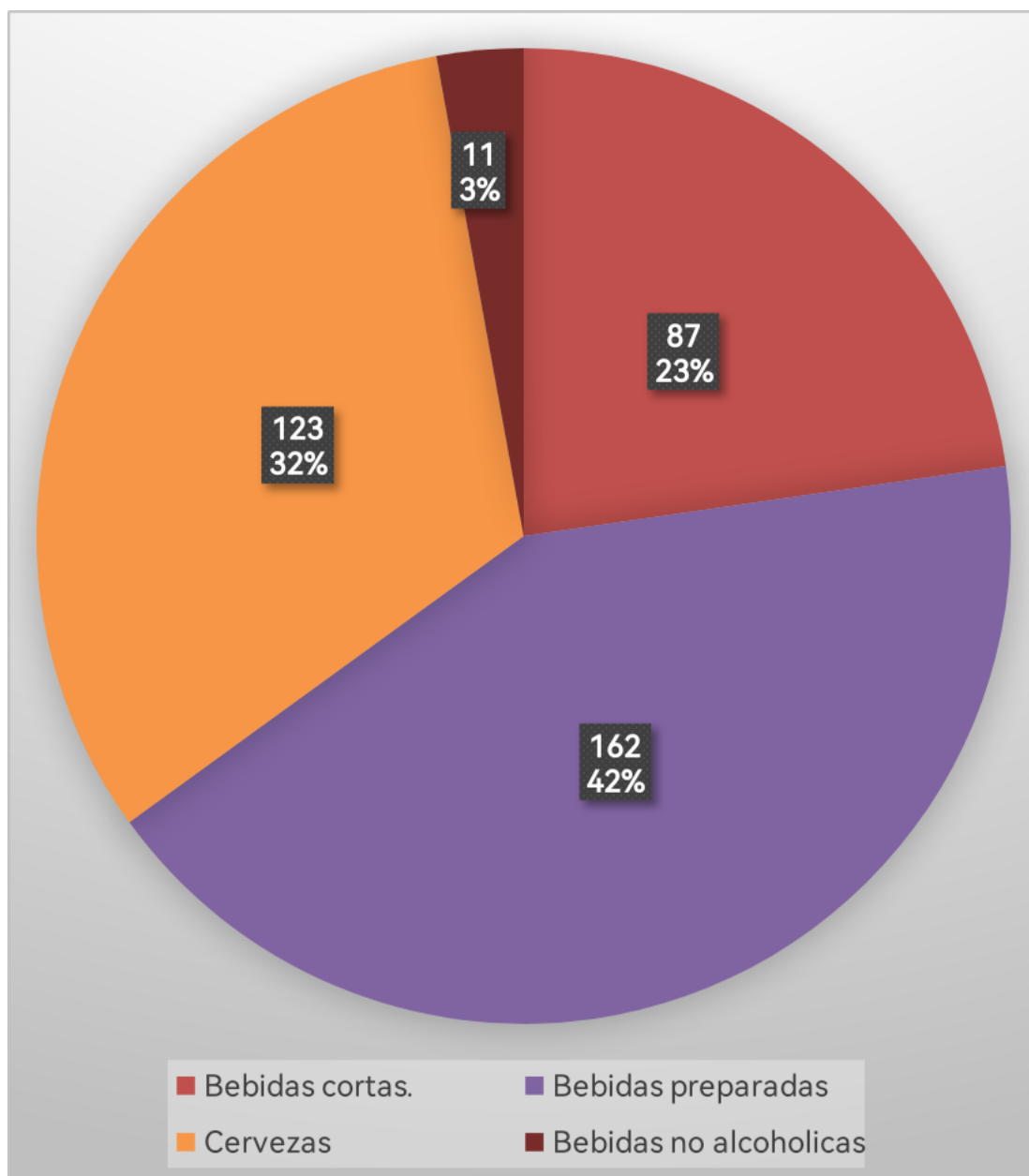


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.9.PREFERENCIA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

La tendencia del consumo de bebidas está encabezada por las bebidas preparadas que son cocteles en general con el 42,3%, seguido por la cerveza con 32,1% y las bebidas cortas con el 22,7%, también se logró evidenciar que el 3% de los usuarios no consumen bebidas alcohólicas (Gráfica 9).

Gráfica 9: Bebidas alcohólicas

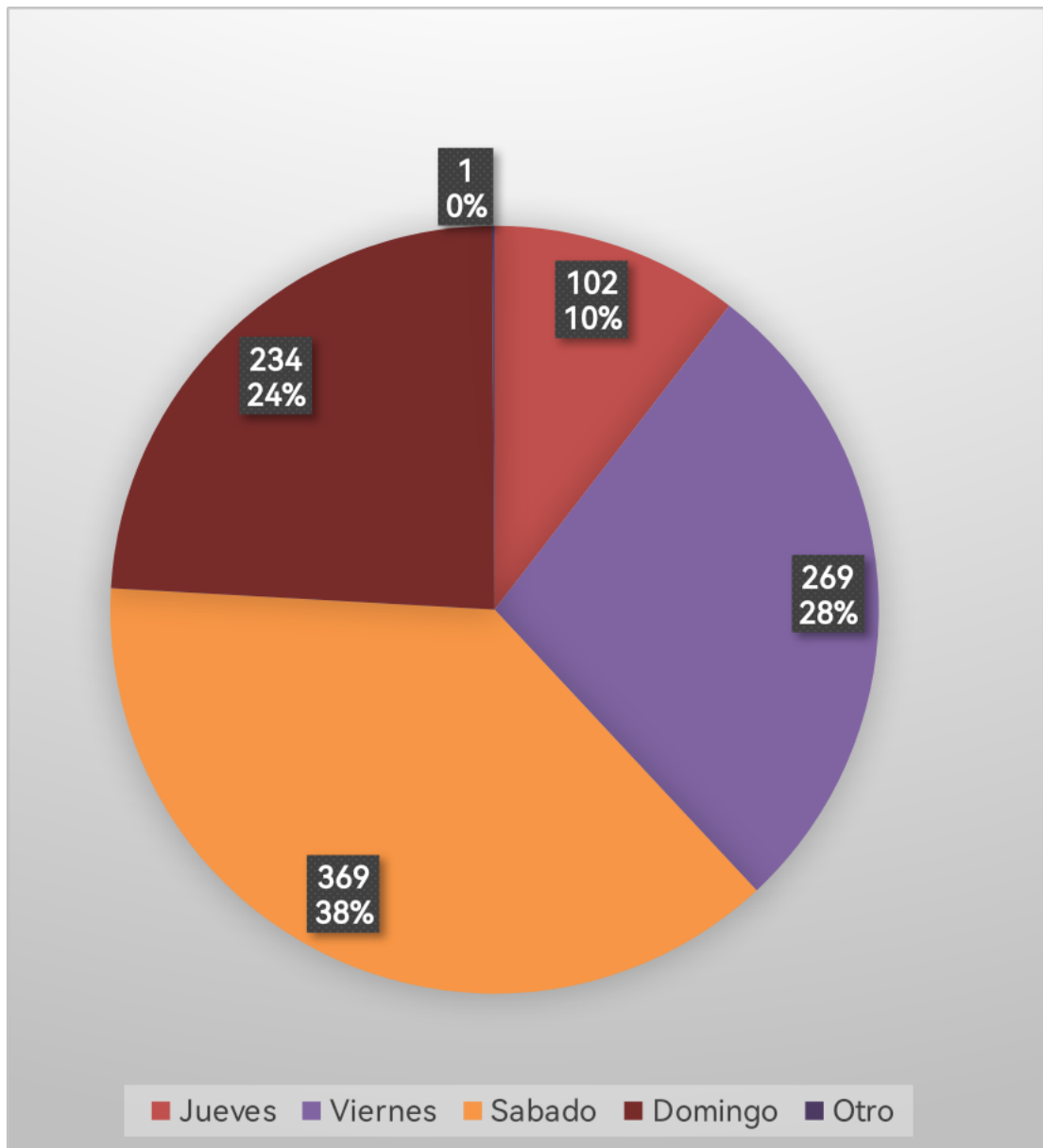


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.10. DÍAS PREFERIDOS PARA ASISTIR A DISCOTECAS.

Se logró determinar que los usuarios asisten a las discotecas sábados en un 96,3%, viernes con el 70,2%, domingo con 61,1% y jueves en un 26,6% (Gráfica 10).

Gráfica 10: Días que prefiere ir a discotecas

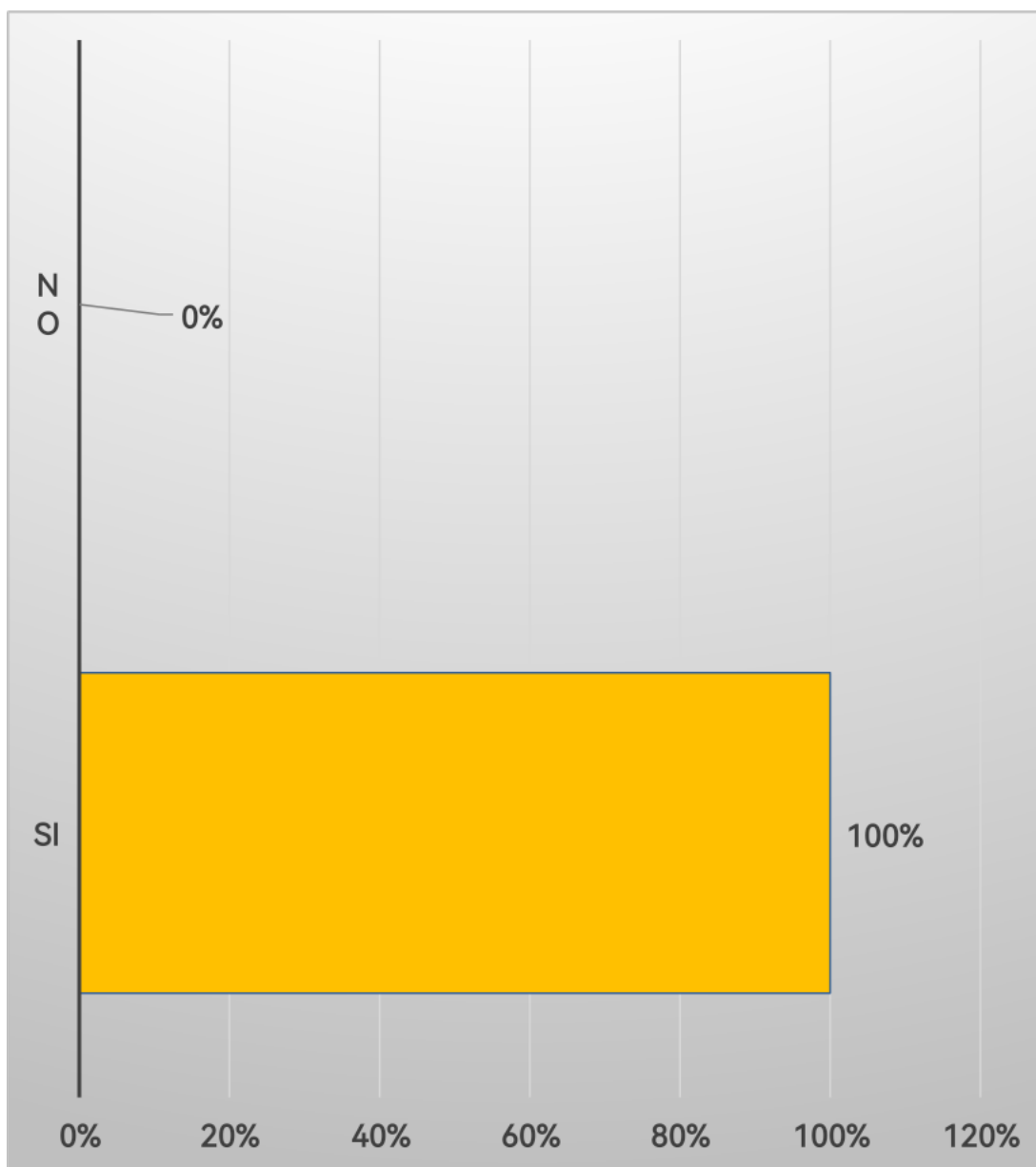


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.11. ACEPTACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DE DIVERSIÓN NOCTURNA.

Por medio de esta pregunta se pudo demostrar que el 100% de los usuarios probablemente asistirán a una discoteca moderna en el municipio de Fusagasugá (Gráfica 11).

Gráfica 11: Aprobación de discoteca moderna en Fusagasugá

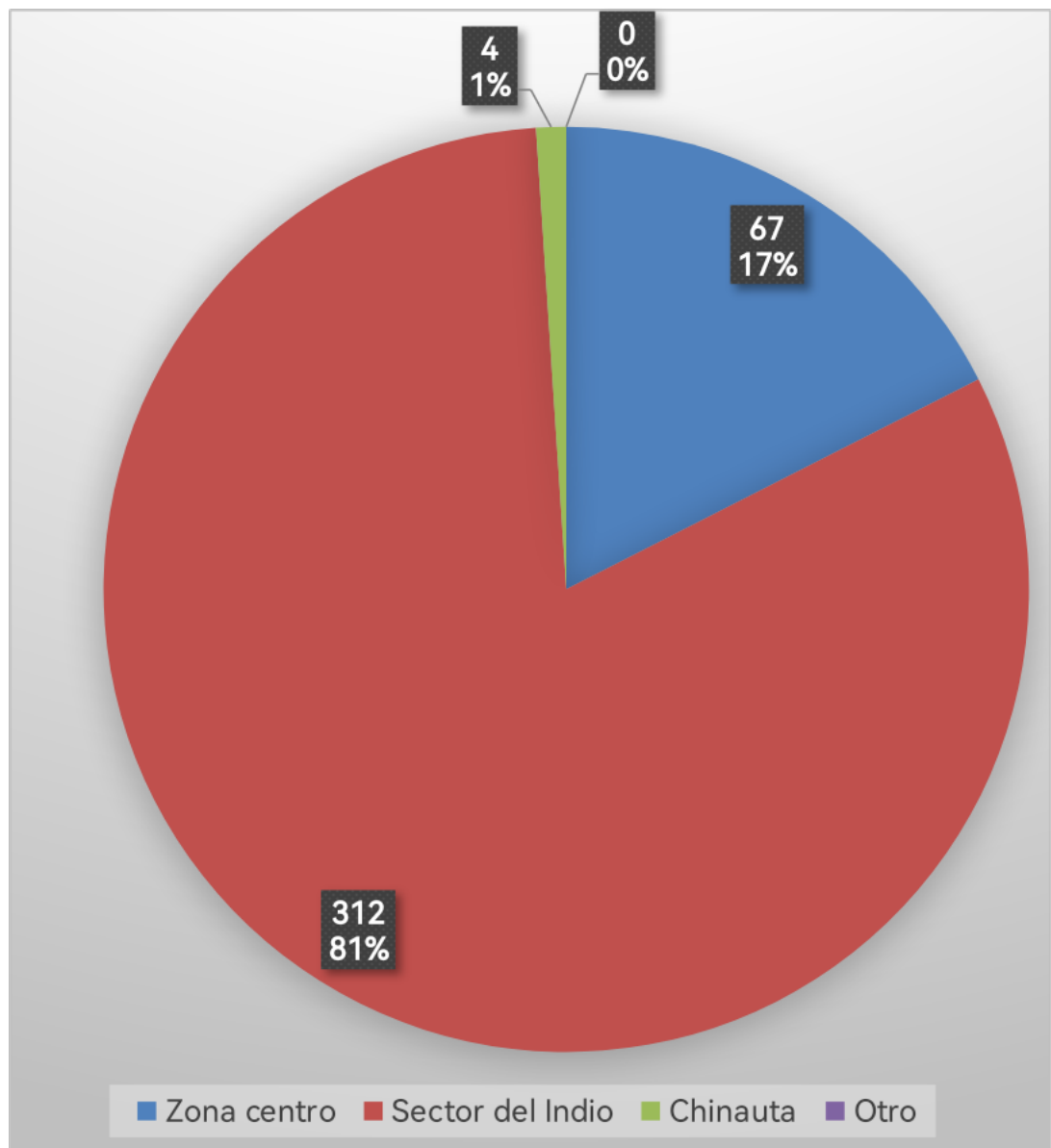


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.12. UBICACIÓN DE PREFERENCIA DEL ESTABLECIMIENTO

En el presente estudio también se tuvo en cuenta la posible ubicación del establecimiento, siendo la opción del sector del Indio la preferida con un 81% seguido de la Zona Centro con el 18% y Chinauta 1% (Gráfica 12).

Gráfica 12: Ubicación del proyecto

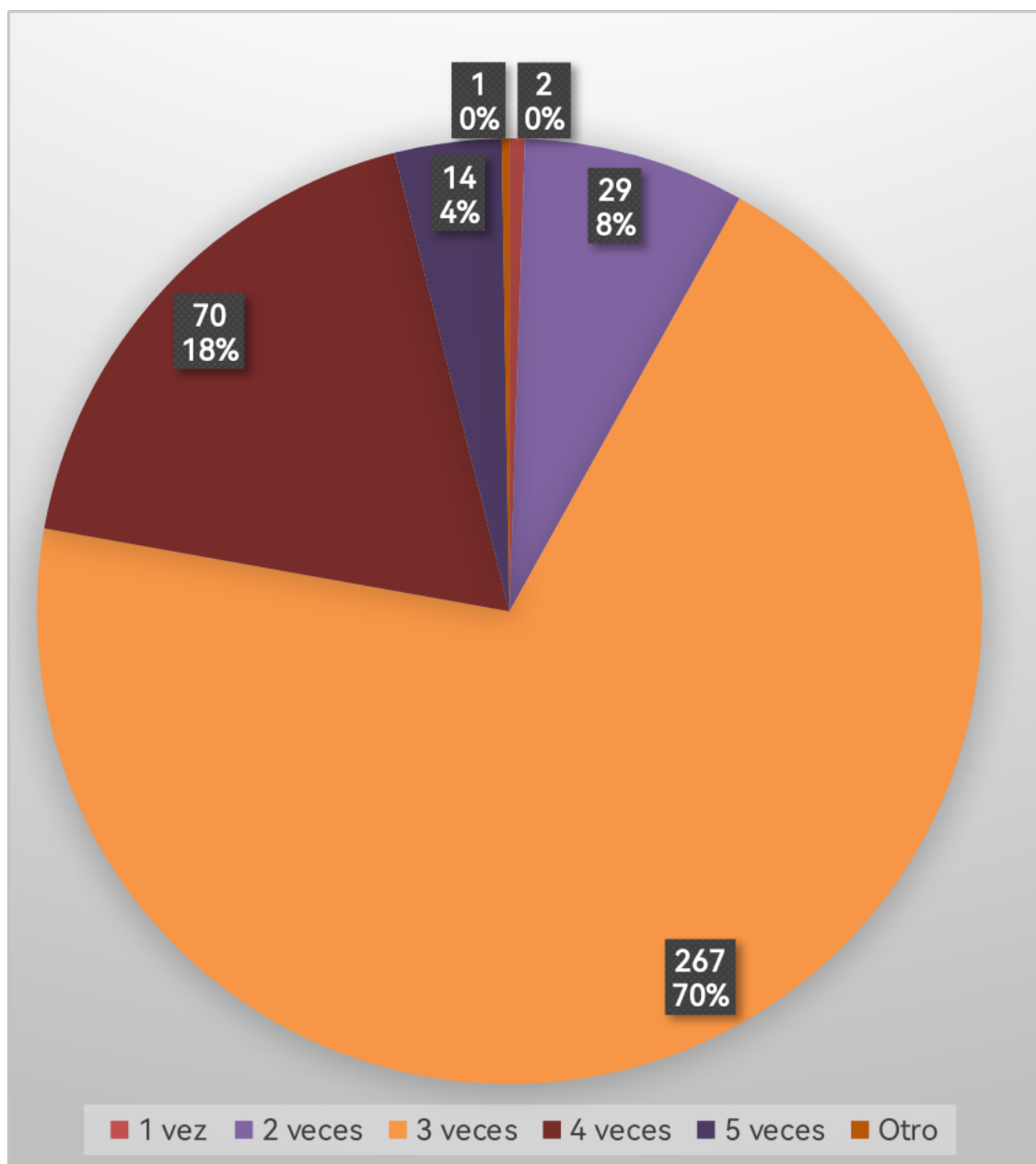


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.13. DISPOSICIÓN DE ASISTENCIA A LA DISCOTECA.

Como se observa en la Gráfica 13 los usuarios estarían dispuestos a asistir tres veces al mes con un porcentaje del 69,9%, seguido por cuatro veces con el 18,3% y el 7,3% que solo asistirían dos veces al mes.

Gráfica 13: Frecuencia de asistencia

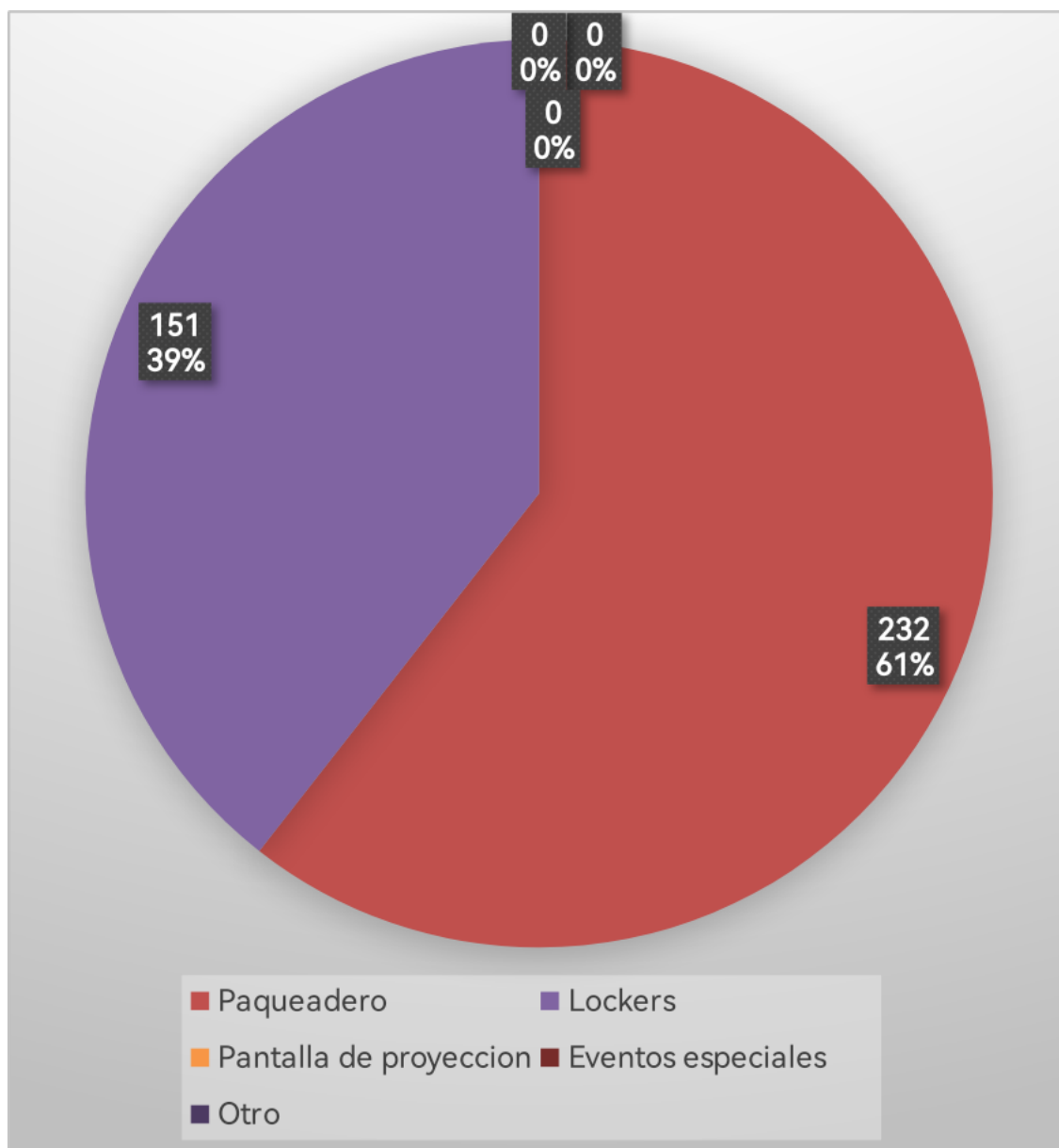


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.14. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LA DISCOTECA.

Para complementar los servicios que ofrecería la discoteca los encuestados eligieron el parqueadero con el 60,6%, seguido de los lockers, con el 39,4%. (Gráfica 14)

Gráfica 14: Nuevo servicio del establecimiento

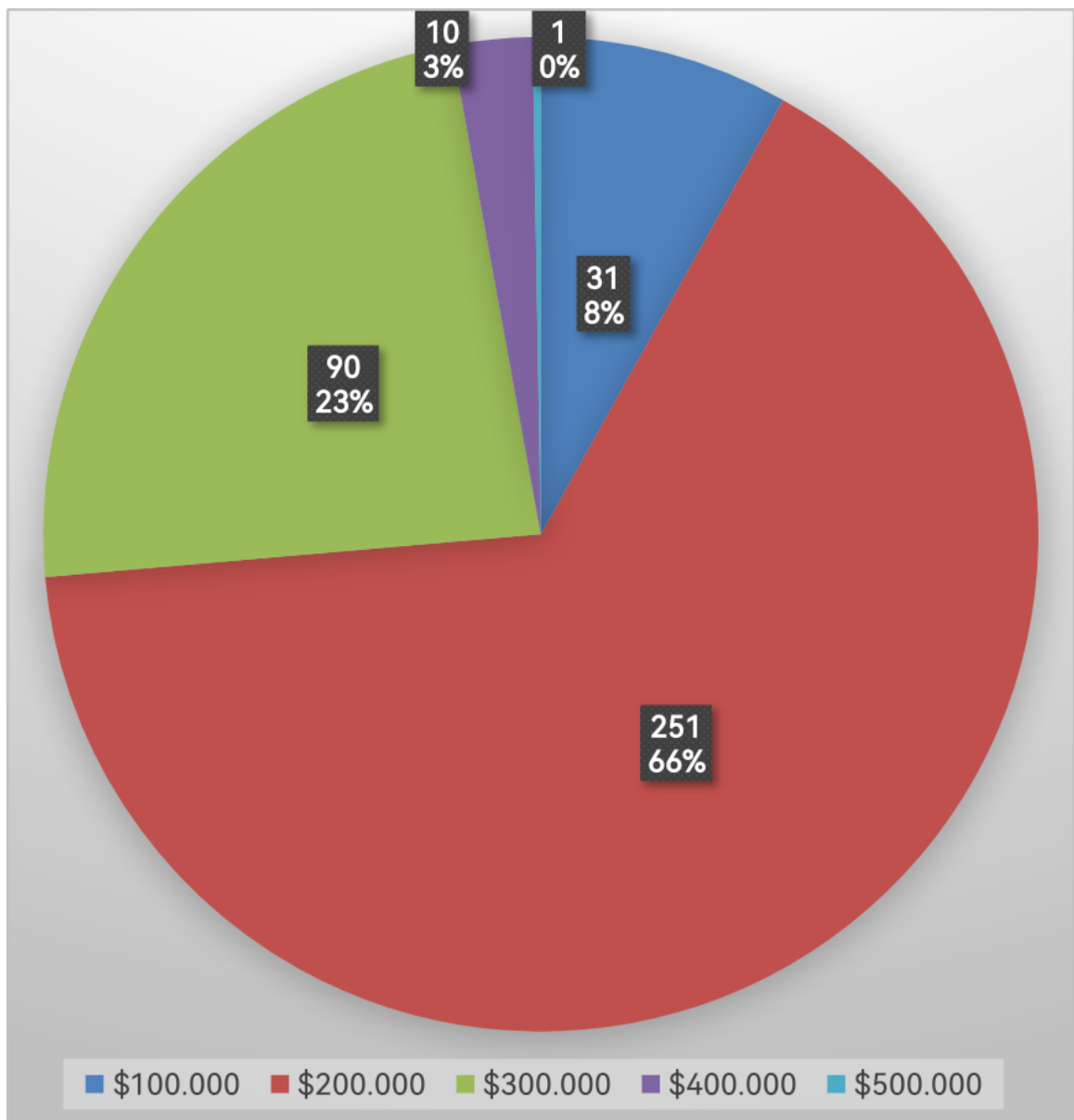


Fuente: Elaboración propia.

12.1.1.15. CONSUMO MONETARIO EN UNA NOCHE EN EL ESTABLECIMIENTO.

Al consultar el consumo durante una noche en el establecimiento de diversión predominó \$200.000 con el 65,5%, seguido de \$300.000 con 23,5% y \$100.000 en un 8,1% (Gráfica 15)

Gráfica 15: Consumo en la discoteca en una noche



Fuente: Elaboración propia.

12.1.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

El estudio desarrollado para la creación de un establecimiento de diversión nocturna en el municipio de Fusagasugá evidencia que hubo mayor participación del género masculino de 18 a 25 años del municipio de Fusagasugá, seguido de las mujeres de 26 a 35 años del mismo sector.

Asimismo, los participantes del municipio tienen percepciones similares hacia las discotecas que actualmente operan en el municipio, en ese sentido, se destaca que los servicios que ofrecen dichos establecimientos son regulares sin lograr satisfacer las necesidades ni perspectivas deseadas, lo que hace visible que la asistencia a estas sea escasa, frecuentándolas en su gran mayoría dos veces al mes o una vez dado que no se tienen nuevas opciones de diversión nocturna para poder asistir.

Al momento de considerar los aspectos que los usuarios tienen en cuenta para asistir a las discotecas se obtuvo altos resultados en el buen ambiente y la música del establecimiento, por lo que se identificó la necesidad de contar con diversos géneros musicales como reguetón, merengue, salsa, bachata, tropical entre otras, donde se pueda llegar a todo tipo de clientes asegurando su comodidad en el lugar. Otros de los aspectos considerados son la infraestructura y ubicación ya que el proyecto debe situarse en un sector accesible para los ciudadanos y que este sea amplio para poder disfrutar de los distintos servicios que se ofrecerán, pero brindando seguridad en su estancia.

Las bebidas alcohólicas son un factor importante para el establecimiento, ya que es el producto principal para ofrecer identificando que los usuarios prefieren las bebidas preparadas como lo son los cocteles, siendo considerados los más atractivos y únicos en el sector, seguido de bebidas tradicionales como las cortas (whisky, tequila, etc.) y las cervezas que son de consumo habitual en este mercado.

Contar con la aprobación de la discoteca por parte de los consumidores es fundamental para el proyecto y al contar con esta se debe ofrecer todos los servicios de jueves a domingo para acomodarse a los tiempos de los consumidores. Otro aspecto para considerar es la ubicación del proyecto dado que debe ser en un sector con fácil acceso como en el sector del Indio y la zona centro de Fusagasugá, ya que de esta manera la asistencia de los consumidores puede aumentar, donde tuvo un alto resultado en la opción de tres veces al mes.

Para complementar los servicios que ofrece la discoteca, se pretende tomar en consideración los resultados encontrados hallando similitud entre tener parqueadero y lockers, todo con el fin de que los usuarios tengan comodidad y seguridad dentro y fuera de la discoteca. Si se logra cumplir con las expectativas de los consumidores se podrían obtener un alto consumo dado que según los resultados obtenidos se tendrían entradas monetarias entre

\$100.000 a \$500.000 en una noche.

El estudio de mercado ha proporcionado información valiosa sobre el objetivo de mercado y ha ayudado a comprender mejor las necesidades y preferencias de los consumidores. Los resultados indican que hay una demanda significativa para los productos y servicios ofrecidos, y se identifican varias oportunidades para mejorar y diferenciar la oferta. Además, el análisis de la competencia ha permitido evaluar las fortalezas y debilidades de los competidores clave en el mercado y desarrollar una estrategia efectiva para competir y capturar una parte significativa del mercado.

12.1.3.DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

La determinación de la demanda potencial permite identificar el número máximo de consumidores que estarían interesados en adquirir los servicios de la discoteca. Este estudio es fundamental para el proyecto ya que así se

identifica el mercado en el que se puede operar y crear posicionamiento generando una mayor rentabilidad.

La demanda potencial se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$\underline{DP = N * C * Q}$$

- N: Número de personas que estarían dispuestas a asistir al establecimiento de diversión nocturna propuesto en el proyecto
- C: Consumo promedio por cada persona en una noche de diversión nocturna
- Q= Cuantas noches de diversión nocturna están dispuestos a asistir en un año

Desarrollo:

- **N= 383.**

Por medio de la encuesta realizada, se realizó la pregunta sobre la asistencia a un nuevo establecimiento de diversión nocturna donde se obtuvieron las siguientes respuestas:

Tabla 8: Número de Personas que Asistirían a la Discoteca

¿Estaría dispuesto(a) a asistir a una discoteca moderna en el municipio de Fusagasugá?	
RESPUESTA	N.º PERSONAS
Si	383
No	0
TOTAL	383

Fuente: Elaboración propia.

C= \$221,410 consumo per cápita.

El consumo per cápita es el promedio de los productos y servicios que los

usuarios van a adquirir de manera mensual en el establecimiento de diversión nocturna. Esto se identificó en una pregunta de la encuesta la cual reflejaba el consumo de los ciudadanos en una noche donde se registró lo siguiente:

Tabla 9: Consumo

Respuesta	No Personas	Peso Porcentual	Ponderación
\$100,000	31	8.10%	\$8,094
\$200,000	251	65.50%	\$131,070
\$300,000	90	23.50%	\$70,496
\$400,000	10	2.60%	\$10,444
\$500,000	1	0.30%	\$1,305
	383	100%	\$221,410

Fuente: Elaboración propia.

Por consiguiente, se determinó el promedio de consumo en un mes:

\$221.410

- **Q= 3 promedio mensual.**

En la encuesta ya mencionada se introdujo la pregunta del número de veces que estaría dispuesto a asistir a una discoteca la cual cumpla con las expectativas, teniendo:

Tabla 10: Concurrencia al establecimiento

¿Cuántas veces al mes estaría dispuesto a asistir al nuevo establecimiento?	
RESPUESTA	N.º PERSONAS
1 vez	2
2 veces	29
3 veces	267
4 veces	70
5 veces	14
Otro	1
TOTAL	383

Fuente: Elaboración propia.

Para un mejor resultado se determinó el promedio en un mes sumando el número de veces y de opciones:

$$\underline{\underline{15/5= 3 veces al mes.}}$$

Al calcular esto de manera mensual se siguió con el promedio anual, multiplicando el resultado mensual por 12 meses:

$$\underline{\underline{3*12= 36 promedio anual}}$$

Al tener claro los factores de la fórmula se puede desarrollar de la siguiente manera:

$$\underline{\underline{383*221.410*36= \$3.052.801.080}}$$

$$\underline{\underline{Demanda potencial= \$3.052.801.080}}$$

12.1.4.DETERMINACIÓN DE LA OFERTA POTENCIAL.

La determinación de la oferta permite evaluar la capacidad de comercialización de los servicios y productos de la discoteca, estimando la máxima capacidad para ofrecer al mercado siendo un punto para considerar para continuar con el proyecto y su rentabilidad, dado que así se evalúa la inversión y planificación de estrategias para posibles problemas de su capacidad teniendo como resultado la satisfacción de la demanda.

Para la creación de estrategias donde se pueda cumplir con la demanda se analiza el marketing mix: producto, precio, promoción y plaza.

12.1.4.1.PRODUCTO.

Para la creación de la estrategia del producto es necesario tener claro las bebidas con y sin alcohol que se van a ofrecer, teniendo la posibilidad de tener mayor variedad llegando a todo tipo de consumidor satisfaciendo sus necesidades.

Tabla 11: Estrategia de producto

Estrategia de Producto	Táctica	Actividad a Realizar
Llevar inventario de todas las bebidas alcohólicas y ampliar la variedad de dichos productos	<ul style="list-style-type: none"> - Crear listado por los distintos tipos de bebidas alcohólicas que se encuentren en el establecimiento. - Aumentar la variedad de alcohol y crear nuevas bebidas que sean atractivas para el público. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer presentación y disposición de las bebidas del establecimiento por medio de listados online. - Ofrecer variedad de cocteles los cuales sean innovadores y llamativos.

Fuente: Elaboración propia.

12.1.4.2.PRECIO.

En esta estrategia se pretende manejar precios similares a la competencia, donde el consumidor perciba que tiene mejores servicios e instalaciones por precios cotidianos.

Tabla 12: Estrategia de precio

Estrategia de Precio	Táctica	Actividad a Realizar
Mantener los precios equilibrados con la competencia, donde el público tenga mejores instalaciones y servicios sin tener altos costos	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar contabilidad de los costos y gastos del establecimiento. - Realizar un sondeo de los precios de la competencia. - Llevar procesos internos para disminuir los costos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener clara la rentabilidad por producto ofrecido. - Evaluar los proveedores y opciones de costos más bajos. - Fijar precios considerando los de la competencia.

Fuente: Elaboración Óropia.

12.1.4.3.PROMOCIÓN.

Para una estrategia efectiva en promoción es necesario crear una imagen corporativa la cual cree un posicionamiento en la mente de los consumidores.

Tabla 13: Estrategia de promoción

Estrategia de Promoción	Táctica	Actividad a Realizar
Implementar un posicionamiento de la imagen corporativa del establecimiento o de diversión nocturna.	<ul style="list-style-type: none"> - Crear la imagen corporativa que representará al establecimiento. - Desarrollar presupuestos sobre la financiación de las actividades de promoción. - Definir relaciones públicas para la promoción de la discoteca. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar la imagen corporativa de la empresa teniendo en cuenta el logo, eslogan y colores corporativos. - Contactar con distintas empresas (páginas, redes sociales como Instagram, Facebook y tik tok etc.) para promocionar la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

12.1.4.4.PLAZA.

Para una correcta distribución de los servicios de la discoteca es necesario tener intermediarios los cuales logren vender de manera efectiva los eventos que se desarrollen en el establecimiento de diversión nocturna.

Tabla 14: Estrategia de plaza

Estrategia de Plaza.	Táctica	Actividad a Realizar
Contactar intermediarios para desarrollar eventos y temáticas en la discoteca.	<ul style="list-style-type: none">- Definir las fechas en las que se desarrollan eventos de manera mensual- Establecer los intermediarios para la creación de los eventos.	<ul style="list-style-type: none">- Desarrollar un listado con las fechas específicas de los eventos.- Identificar empresas que ofrezcan decoración para los eventos.

Fuente: Elaboración propia.

La oferta potencial en el proyecto estará guiada por la demanda analizada con anterioridad implementando también las estrategias descritas en las 4P, ofreciendo lo que los consumidores necesitan y esperan del establecimiento, esperando una rentabilidad entre un 30% y 40% donde se tendría un crecimiento en el mercado haciéndola sostenible y atractiva para el público.

13. ESTUDIO TÉCNICO.

En el estudio técnico se muestra la manera en la que se va a desarrollar el proyecto obteniendo el total de costos y gastos que se requieren para el funcionamiento del establecimiento, de igual manera el proceso que se va a realizar dentro de la organización.

13.1.PLAN DE INVERSIÓN.

El plan de inversión plantea todas las compras iniciales que se deben realizar para un buen funcionamiento del establecimiento de diversión nocturna, teniendo en cuenta maquinaria y equipo, muebles y enseres entre otras para que se puedan realizar los distintos procesos que ejecutará la empresa.

Tabla 15: Plan de inversión

Plan de inversión			
Concepto	Unidad	Costo Unitario	Total
Silla butaco	500	\$80,000	\$40,000,000
Sillas puff	30	\$90,000	\$2,700,000
Mesas vinilo redondas	100	\$150,000	\$15,000,000
Barra	2	\$2,300,000	\$4,600,000
Equipo de aire acondicionado	20	\$5,120,000	\$102,400,000
Barra mixer para bartender	2	\$1,200,000	\$2,400,000
Extintores 10 lbs + Primeros auxilios	40	\$150,000	\$6,000,000
Estanteria	10	\$1,200,000	\$12,000,000
Espejos 60x100 cm	30	\$299,900	\$8,997,000
Congelador horizontal	5	\$2,732,301	\$13,661,505
Refrigerador	5	\$3,502,400	\$17,512,000
Licuadaora	5	\$359,900	\$1,799,500
Aspiradora	5	\$541,239	\$2,706,195
Computadores	2	\$3,500,000	\$7,000,000
Proyector	10	\$2,000,000	\$20,000,000
Maquina de humo	8	\$465,000	\$3,720,000
Maquina de fuego	5	\$497,000	\$2,485,000
Montaje de escenario	5	\$5,650,000	\$28,250,000
Cámaras internas y externas	40	\$350,000	\$14,000,000
Caja registradora	3	\$1,400,000	\$4,200,000
Radios motorola	30	\$95,700	\$2,871,000
Bola de espejos	10	\$350,000	\$3,500,000
Luces roboticas	10	\$365,000	\$3,650,000
Controlador DJ pioneer	2	\$4,670,000	\$9,340,000
Parlantes	30	\$980,000	\$29,400,000
Micrófonos inalámbricos	10	\$160,000	\$1,600,000
Kit cocteleria	100	\$120,000	\$12,000,000
Bandejas antideslizantes	200	\$32,000	\$6,400,000
TOTAL INVERSIÓN			\$378,192,200

Fuente: Elaboración propia.

13.2.INVENTARIO INICIAL.

En este apartado se visualiza el inventario inicial de la entidad, donde se encuentra la materia prima desde bebidas alcohólicas tradicionales hasta los productos necesarios para realizar los cocteles con sus respectivos saldos unitarios y el total.

Tabla 16: Inventario

INVENTARIO MENSUAL			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
200	Paca de agua	\$10,500	\$2,100,000
200	Paca de agua con gas	\$15,400	\$3,080,000
200	Paca de gaseosa	\$35,000	\$7,000,000
200	Caja de cerveza sin alcohol	\$60,000	\$12,000,000
200	Caja de cerveza	\$45,000	\$9,000,000
20	Caja de granadina	\$70,000	\$1,400,000
20	Caja de pulpa de fruta	\$32,100	\$642,000
50	Caja de ron	\$430,000	\$21,500,000
50	Caja de aguardiente	\$210,000	\$10,500,000
40	Caja de tequila	\$480,000	\$19,200,000
40	Caja de Vodka	\$400,000	\$16,000,000
40	Caja de whisky	\$530,000	\$21,200,000
30	Caja de ron blanco	\$400,000	\$12,000,000
40	Caja de ginebra	\$300,000	\$12,000,000
40	Vermú rojo	\$480,000	\$19,200,000
40	Vino blanco	\$425,000	\$17,000,000
50	Crema de whisky	\$550,000	\$27,500,000
40	Caja de brandy	\$450,000	\$18,000,000
15	Hielo	\$10,000	\$150,000
10	Bolsa de naranjas	\$15,000	\$150,000
10	Bolsas de limón	\$13,000	\$130,000
10	Maní	\$20,000	\$200,000
15	Café	\$20,000	\$300,000
TOTAL			\$230,252,000

Fuente: Elaboración propia.

13.3.PROYECCIÓN DE INGRESOS

La proyección de ingresos analiza el desempeño que tendrá la empresa, logrando determinar si pueden solventar el establecimiento y generar la rentabilidad esperada.

Para el cálculo de la demanda futura en el establecimiento de diversión nocturna, se tendrá en cuenta la inflación que se ha generado en los últimos cinco años en Colombia según el DANE¹⁶ (Tabla 17):

Tabla 17: Inflación histórica

Año	Tasa de inflación
2018	3.18%
2019	3.80%
2020	1.61%
2021	3.85%
2022	3.00%

Fuente: Elaboración propia.

Según los datos históricos, el promedio inflacionario es de 3,09% que a su vez será empleado como crecimiento de la demanda para los próximos cuatro años. Por tanto, la demanda futura es presentada en la Tabla 18:

Tabla 18: Demanda futura

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda futura	\$3,052,801,080	\$ 3,147,132,633	\$ 3,244,379,032	\$ 3,344,630,344	\$ 3,447,979,421

Fuente: Elaboración propia.

¹⁶ DANE. Índice de precios al consumidor. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

13.4.PROYECCIÓN DE COSTOS.

En la proyección de los costos se puede identificar lo que se requiere para los procesos de producción, por medio de costos variables y fijos.

13.4.1.COSTOS VARIABLES.

Los costos variables son aquellos que pueden cambiar en los distintos periodos dado que depende de la producción que se realice estos pueden variar. En el caso del presente proyecto se trata de la materia prima que se requiere para su establecimiento.

13.4.2.COSTOS FIJOS

Al momento de establecer los costos fijos se debe tener en cuenta lo que la empresa debe pagar de manera constante y los cuales deben tratarse de mantener estables sin importar la producción que se realice, en el establecimiento de diversión nocturna se tendrían los siguientes:

- Mano de obra.
- Administrador.
- Luz.
- Teléfono.
- Agua.
- Internet.
- Gas.
- Mantenimientos.
- Imprevistos.

Tabla 19: Costos capital de trabajo

Costos de salarios y mano de obra			
Concepto	Sueldo mensual	Cantidad	Total
Capital de trabajo	\$1,000,000	15	\$15,000,000
Administrador	\$3,000,000	1	\$3,000,000
Asistente administrativo	\$1,800,000	1	\$1,800,000
TOTAL			\$18,000,000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20: Salario del administrador

AÑO		2023			
SALARIO	\$ 3,000,000	SUBSIDIO	2 SMLV		
		TRANSPORTE	\$ 140,606		
			\$ 2,320,000		
BASE PARA PRESTACIONES	\$ 3,140,606				
BASE PARA VACACIONES	\$ 3,000,000				
CALCULO DE PRESTACIONES POR					
DETALLE	%	V/LR MES	V/LR AÑO	V/LR DIA	V/R HORA
SALARIO		\$ 3,000,000	\$ 36,000,000	\$ 100,000	\$ 12,500
AUXILIO DE TRANSPORTE		\$ 140,606	\$ 1,687,272	\$ 4,687	\$ 0
CESANTIAS	8.33%	\$ 261,717	\$ 3,140,609	\$ 8,724	\$ 1,090
INTERESES CES.	1%	\$ 31,406	\$ 376,873	\$ 1,047	\$ 131
VACACIONES ANUAL	4.17%	\$ 125,000	\$ 1,499,998	\$ 4,167	\$ 521
PRIMA ANUAL	8.33%	\$ 261,717	\$ 3,140,609	\$ 8,724	\$ 1,090
SALUD		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PENSION	12%	\$ 360,000	\$ 4,320,000	\$ 12,000	\$ 1,500
RIESGOS PROF	1.044%	\$ 31,320	\$ 375,840	\$ 1,044	\$ 131
CAJA DE COOMPEN. FAM.	4%	\$ 120,000	\$ 1,440,000	\$ 4,000	\$ 500
I.C.B.F.	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SENA	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL EMPRESA	38.9%	\$ 4,331,767	\$ 51,981,199	\$ 144,392	\$ 17,463

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21: Salario del asistente administrativo

AÑO		2023			
SALARIO	\$ 1,800,000	SUBSIDIO	2 SMLV		
		TRANSPORTE	\$ 140,606		
			\$ 2,320,000		
BASE PARA PRESTACIONES	\$ 1,940,606				
BASE PARA VACACIONES	\$ 1,800,000				
CALCULO DE PRESTACIONES POR					
DETALLE	%	V/LR MES	V/LR AÑO	V/LR DIA	V/R HORA
SALARIO		\$ 1,800,000	\$ 21,600,000	\$ 60,000	\$ 7,500
AUXILIO DE TRANSPORTE		\$ 140,606	\$ 1,687,272	\$ 4,687	\$ 0
CESANTIAS	8.33%	\$ 161,717	\$ 1,940,608	\$ 5,391	\$ 674
INTERESES CES.	1%	\$ 19,406	\$ 232,873	\$ 647	\$ 81
VACACIONES ANUAL	4.17%	\$ 75,000	\$ 899,999	\$ 2,500	\$ 312
PRIMA ANUAL	8.33%	\$ 161,717	\$ 1,940,608	\$ 5,391	\$ 674
SALUD		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PENSION	12%	\$ 216,000	\$ 2,592,000	\$ 7,200	\$ 900
RIESGOS PROF	1.044%	\$ 18,792	\$ 225,504	\$ 626	\$ 78
CAJA DE COOMPEN. FAM.	4%	\$ 72,000	\$ 864,000	\$ 2,400	\$ 300
I.C.B.F.	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SENA	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL EMPRESA	38.9%	\$ 2,665,239	\$ 31,982,862	\$ 88,841	\$ 10,519

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22: Salario mano de obra

AÑO		2023			
SALARIO	\$ 1,000,000	SUBSIDIO	2 SMLV		
		TRANSPORTE	\$ 140,606		
			\$ 2,320,000		
BASE PARA PRESTACIONES	\$ 1,140,606				
BASE PARA VACACIONES	\$ 1,000,000				
CALCULO DE PRESTACIONES POR					
DETALLE	%	V/LR MES	V/LR AÑO	V/LR DIA	V/R HORA
SALARIO		\$ 1,000,000	\$ 12,000,000	\$ 33,333	\$ 4,167
AUXILIO DE TRANSPORTE		\$ 140,606	\$ 1,687,272	\$ 4,687	\$ 0
CESANTIAS	8.33%	\$ 95,051	\$ 1,140,607	\$ 3,168	\$ 396
INTERESES CES.	1%	\$ 11,406	\$ 136,873	\$ 380	\$ 48
VACACIONES ANUAL	4.17%	\$ 41,667	\$ 499,999	\$ 1,389	\$ 174
PRIMA ANUAL	8.33%	\$ 95,051	\$ 1,140,607	\$ 3,168	\$ 396
SALUD		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PENSION	12%	\$ 120,000	\$ 1,440,000	\$ 4,000	\$ 500
RIESGOS PROF	1.044%	\$ 10,440	\$ 125,280	\$ 348	\$ 44
CAJA DE COOMPEN. FAM.	4%	\$ 40,000	\$ 480,000	\$ 1,333	\$ 167
I.C.B.F.	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SENA	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL EMPRESA	38.9%	\$ 1,554,220	\$ 18,650,638	\$ 51,807	\$ 5,890

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23: Costo de servicios y mantenimiento

Pago de servicios y costos de mantenimiento	
Concepto	Pago mensual
Luz	\$3,500,000
Teléfono	\$1,300,000
Agua	\$2,700,000
Internet	\$850,000
Gas	\$500,000
Mantenimientos	\$1,000,000
Imprevistos	\$1,000,000
TOTAL	\$10,850,000

Fuente: Elaboración propia

13.4.3.PROYECCIÓN DE COSTO MENSUAL.

A continuación, se reflejan los costos mensuales del establecimiento de diversión nocturna identificando los cambios y así analizar las áreas de oportunidad y para la mejora de estas mismas.

Tabla 24: Proyección mensual de costos

PROYECCIÓN COSTOS MENSUALES													
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Costos variables													
Materia prima		\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$2,532,772,000
Total costos variables	\$0	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$230,252,000	\$2,532,772,000
Costos fijos													
Mano de obra	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$15,000,000	\$180,000,000
Administrador	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$3,000,000	\$36,000,000
Asistente administrativo	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$21,600,000
Luz	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$2,500,000	\$30,000,000
Teléfono	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$1,300,000	\$15,600,000
Agua	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$1,800,000	\$21,600,000
Internet	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$850,000	\$10,200,000
Gas	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$6,000,000
Mantenimientos	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$12,000,000
Imprevistos	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$12,000,000
Total costos fijos	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$28,750,000	\$345,000,000
Costos totales	\$28,750,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$259,002,000	\$2,877,772,000

Fuente: Elaboración propia.

13.4.4.PROYECCIÓN DE COSTO ANUAL.

Por medio de la proyección anual de los costos se logra entender la rentabilidad de la empresa en los años posteriores dando la oportunidad de crear estrategias las cuales ayuden a generar más beneficios. A continuación, se reflejan los costos anuales del establecimiento de diversión nocturna teniendo en cuenta un incremento igual al promedio de la inflación de los últimos años, más dos puntos porcentuales.

Tabla 25: Proyección anual de costos

Proyección anual	Año	Año	Año	Año	Año
Concepto	1	2	3	4	5
Costos variables					
Materia prima	\$2,532,772,000	\$2,608,755,160	\$2,687,017,815	\$2,767,628,349	\$2,850,657,200
Total costos variables	\$2,532,772,000	\$2,608,755,160	\$2,687,017,815	\$2,767,628,349	\$2,850,657,200
Costos fijos					
Mano de obra	\$180,000,000	\$185,400,000	\$190,962,000	\$196,690,860	\$202,591,586
Administrador	\$36,000,000	\$37,080,000	\$38,192,400	\$39,338,172	\$40,518,317
Asistente administrativo	\$21,600,000	\$22,248,000	\$22,915,440	\$23,602,903	\$24,310,990
Luz	\$30,000,000	\$30,900,000	\$31,827,000	\$32,781,810	\$33,765,264
Teléfono	\$15,600,000	\$16,068,000	\$16,550,040	\$17,046,541	\$17,557,937
Agua	\$21,600,000	\$22,248,000	\$22,915,440	\$23,602,903	\$24,310,990
Internet	\$10,200,000	\$10,506,000	\$10,821,180	\$11,145,815	\$11,480,190
Gas	\$6,000,000	\$6,180,000	\$6,365,400	\$6,556,362	\$6,753,053
Mantenimientos	\$12,000,000	\$12,360,000	\$12,730,800	\$13,112,724	\$13,506,106
Imprevistos	\$12,000,000	\$12,360,000	\$12,730,800	\$13,112,724	\$13,506,106
Total costos fijos	\$345,000,000	\$355,350,000	\$366,010,500	\$376,990,815	\$388,300,539
COSTOS TOTALES	\$2,877,772,000	\$2,964,105,160	\$3,053,028,315	\$3,144,619,164	\$3,238,957,739

Fuente: Elaboración propia.

13.5.PROYECCIÓN DE GASTOS

Los gastos son aquellas salidas de dinero que tiene la empresa para poder realizar sus procesos, clasificándose en gastos administrativos, mercadeo y ventas, los cuales permiten identificar la rentabilidad que tiene el proyecto.

13.5.1.GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Los gastos administrativos son aquellos que están relacionados con la organización, gestión y dirección de la discoteca, es decir no están asociados a la comercialización de los productos y servicios.

Tabla 26: Gastos de administración

Gastos de administración			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor
Acueducto	1	\$600,000	\$600,000
Arrendamiento	1	\$2,000,000	\$2,000,000
Mantenimiento de gastos	1	\$650,000	\$650,000
Asesorías	1	\$450,000	\$450,000
TOTAL			\$3,700,000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27: Gastos de constitución

Gastos de constitución			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor
Cámara de comercio	1	\$500,000	\$500,000
Uso de suelo	1	\$800,000	\$800,000
Sayco y acinpro	1	\$450,000	\$450,000
Bomberos	1	\$300,000	\$300,000
TOTAL			\$2,050,000

Fuente: Elaboración propia.

13.5.2.GASTOS DE MERCADEO Y VENTA.

Los gastos de mercadeo y venta son las salidas de dinero que tiene la empresa para dar a conocer y distribuir los productos y servicios del establecimiento de diversión nocturna como lo serían el marketing y la publicidad.

Tabla 28: Gastos de papelería

Gastos insumos papeleria			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Resmas carta y oficio	10	\$6,500	\$65,000
Ganchos cocedora	10	\$7,200	\$72,000
Marcadores	5	\$4,300	\$21,500
Portaminas	5	\$1,800	\$9,000
E sferos	5	\$1,000	\$5,000
Tintas de sello	5	\$1,200	\$6,000
TOTAL			\$178,500

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 29: Gastos de venta

Gastos de venta			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Volantes	2000	\$200	\$400,000
Carro publicitario	2	\$250,000	\$500,000
Pendones	10	\$55,000	\$550,000
TOTAL			\$1,450,000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30: Gastos de aseo

Gastos insumos aseo			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Detergente	10	\$4,000	\$40,000
Desinfectante	10	\$5,000	\$50,000
Blanqueador	10	\$4,500	\$45,000
Escoba	10	\$3,000	\$30,000
Trapeador	10	\$3,500	\$35,000
Guantes de caucho	10	\$4,500	\$45,000
Paños de tela	10	\$1,000	\$10,000
Caja de tapabocas	10	\$17,000	\$170,000
TOTAL			\$245,000

Fuente: Elaboración propia.

13.5.3.PROYECCIÓN DE GASTO MENSUAL.

A continuación, se reflejarán los gastos mensuales que tendrá el establecimiento de diversión nocturna con sus respectivas variaciones teniendo en cuenta los gastos fijos y variables:

Tabla 31: Proyección mensual de gastos

PROYECCIÓN DE GASTOS MENSUALES													
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Gastos administrativos													
Gastos de constitución	\$2,050,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$2,050,000
Gastos de administración	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$44,400,000
Total gastos fijos	\$5,750,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$3,700,000	\$46,450,000
Gastos mercadeo y venta													
Gastos de venta	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$560,000	\$6,720,000
Gastos de papelería	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$178,500	\$2,142,000
Gastos de aseo	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$245,000	\$2,940,000
Total gastos variables	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$983,500	\$11,802,000
TOTAL GASTOS	\$6,733,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$4,683,500	\$58,252,000

Fuente: Elaboración propia.

13.5.4.PROYECCIÓN DE GASTO ANUAL.

Por medio de la proyección de gastos anual se logrará identificar las variaciones que tendrá la empresa en los próximos 5 años, aumentando de la misma manera un 2% al promedio generado en la inflación donde en los siguientes años tendrá un 5% de aumento:

Tabla 32: Proyección anual de gastos

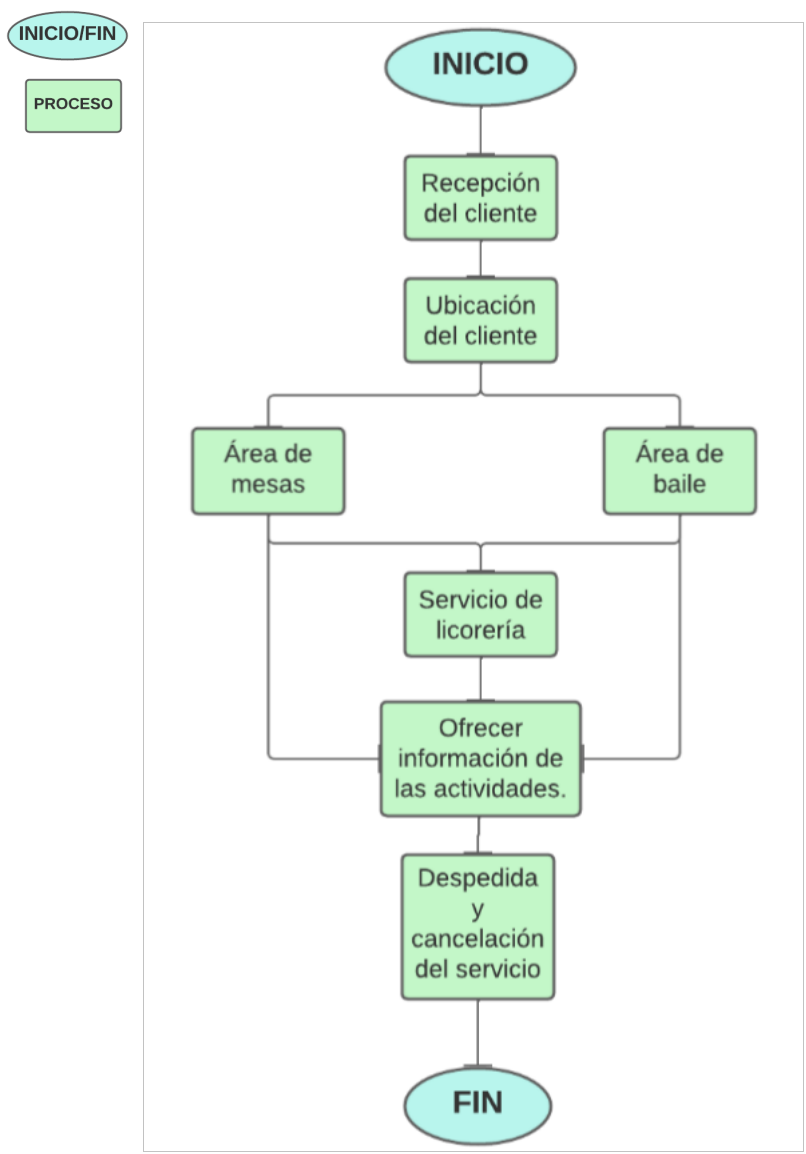
Proyección anual	Año	Año	Año	Año	Año
Concepto	1	2	3	4	5
Gastos fijos					
Gastos de constitución	\$2,050,000	\$2,152,500	\$2,260,125	\$2,373,131	\$2,491,788
Gastos de administración	\$44,400,000	\$46,620,000	\$48,951,000	\$51,398,550	\$53,968,478
Total gastos fijos	\$46,450,000	\$48,772,500	\$51,211,125	\$53,771,681	\$56,460,265
Gastos variables					
Gastos de venta	\$6,720,000	\$7,056,000	\$7,408,800	\$7,779,240	\$8,168,202
Gastos de papelería	\$2,142,000	\$2,249,100	\$2,361,555	\$2,479,633	\$2,603,614
Gastos de aseo	\$2,940,000	\$3,087,000	\$3,241,350	\$3,403,418	\$3,573,588
Total gastos variables	\$11,802,000	\$12,392,100	\$13,011,705	\$13,662,290	\$14,345,405
Total gastos	\$58,252,000	\$61,164,600	\$64,222,830	\$67,433,972	\$70,805,670

Fuente: Elaboración propia.

13.1.FLUJO DE PROCESOS.

Al establecer el flujo de procesos de la empresa en una ilustración, estarán los pasos que se van a realizar para poder tener un correcto desarrollo de los servicios y productos que ofrece la entidad iniciando con la recepción del cliente hasta que este deja el establecimiento.

Ilustración 3: Flujo de procesos



Fuente: Elaboración propia.

13.2.DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESTABLECIMIENTO.

A continuación, se visualizará la distribución física del establecimiento de diversión nocturna, donde se pretende tener un sitio cómodo y con un espacio grande para la seguridad de todos los consumidores constando de 3 pisos.

- Piso 1: En la primera parte estará ubicado un parqueadero el cual fue un servicio extra a petición de los usuarios evidenciado en la encuesta realizada con anterioridad, logrando tener mayor comodidad y seguridad para los consumidores que deseen llevar sus vehículos a la discoteca.

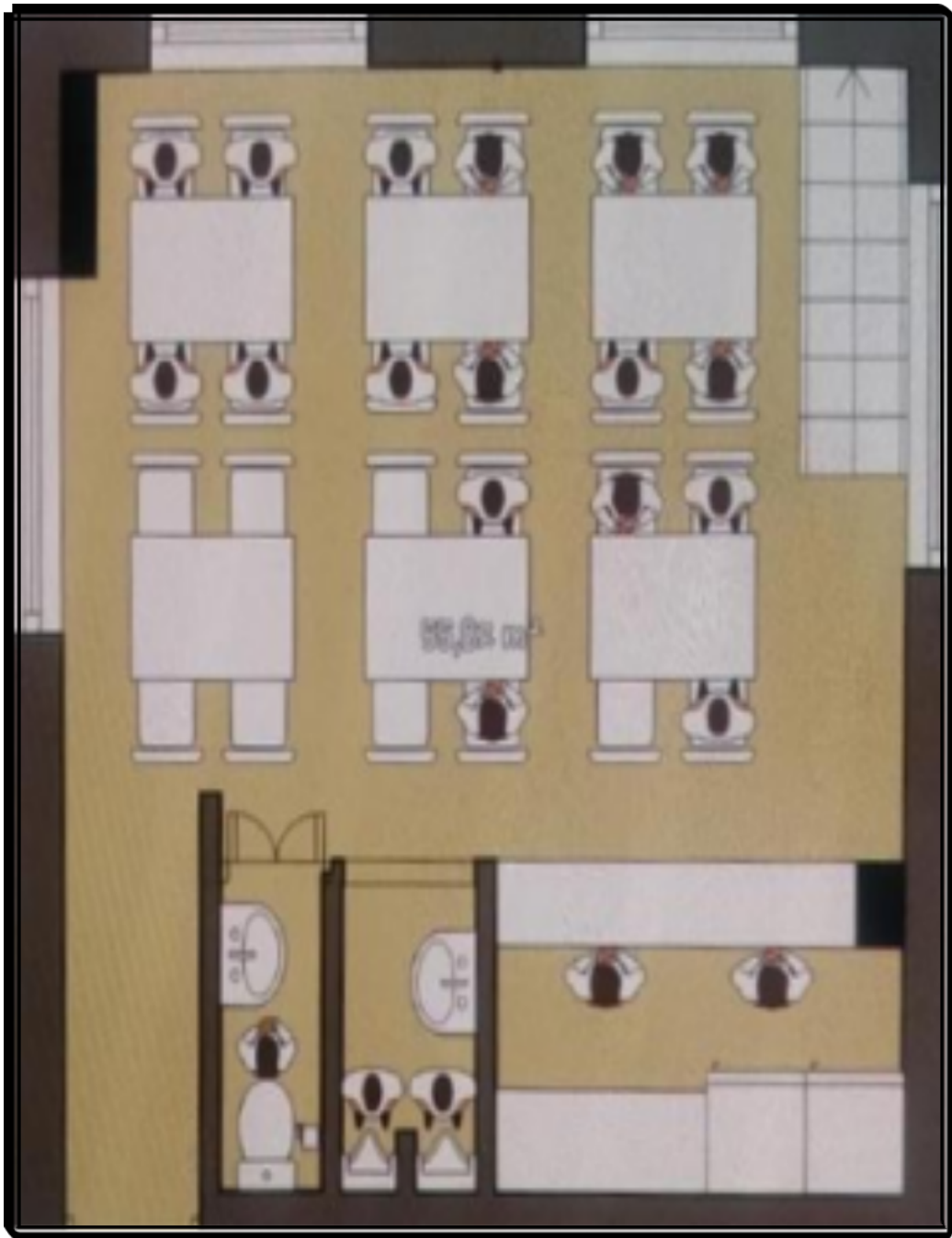
Ilustración 4: Primer piso de la discoteca



Fuente: Elaboración propia.

- Piso 2: En el segundo piso de la discoteca se ubicará la zona de bar donde constará con distintos tipos de licores con sus respectivas mesas y silla para la comodidad de los usuarios y por último los baños.

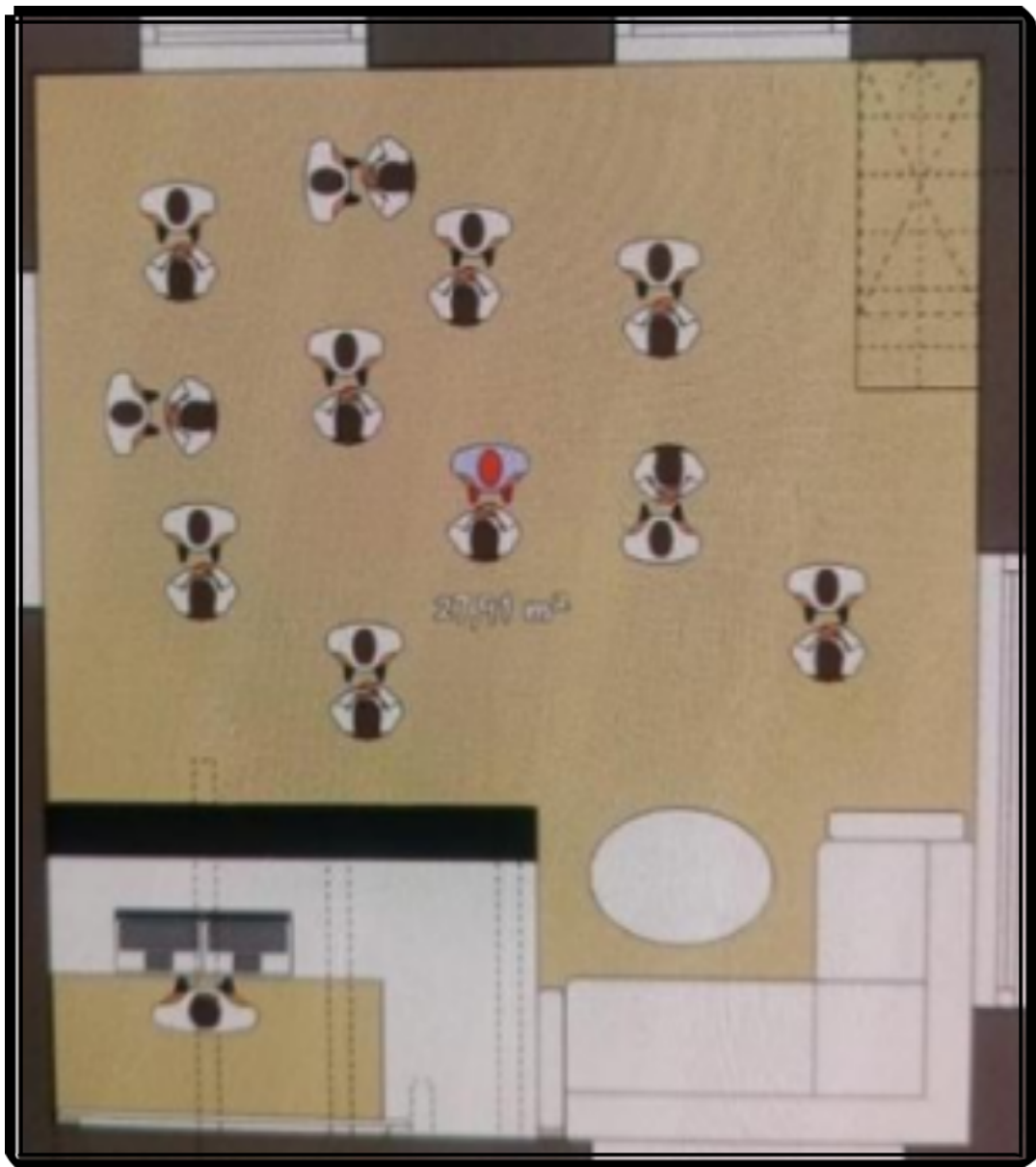
Ilustración 5: Segundo piso de la discoteca



Fuente: Elaboración propia.

- Piso 3: En la última planta se tendrá la zona del DJ, mesas VIP y una pista grande de baile donde los usuarios se sientan cómodos para estar una noche en el establecimiento de diversión nocturna.

Ilustración 6: Tercer piso de la discoteca



Fuente: Elaboración propia.

14. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y NATURALEZA JURÍDICA.

En la estructura administrativa establece las directrices estratégicas que guían la empresa por medio de la misión, visión, valores y principios

facilitando el cumplimiento de los objetivos que se tienen. También se elabora un organigrama donde se puede establecer las responsabilidades de cada integrante de la organización y por último un flujo de procesos donde se identifican los pasos necesarios para la operación del negocio.

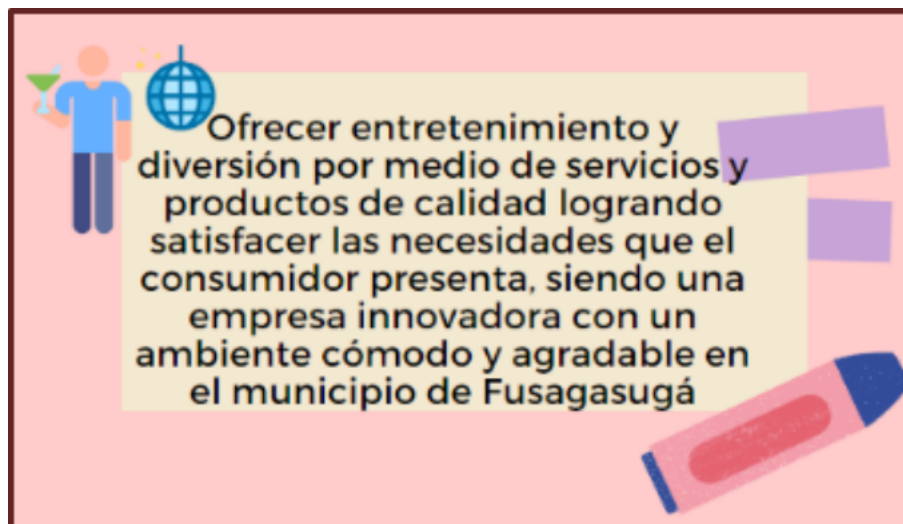
14.1.DIRECTRIZ ESTRATÉGICA

La directriz establece la misión, visión, valores y principios organizacionales las cuales darán la meta que la empresa quiere alcanzar siendo una estrategia clave para le entidad.

14.1.1.MISIÓN.

La misión de la empresa pretende dar la razón de ser definiendo el motivo por la cual se crea y el porqué de sus actividades.

Ilustración 7: Misión



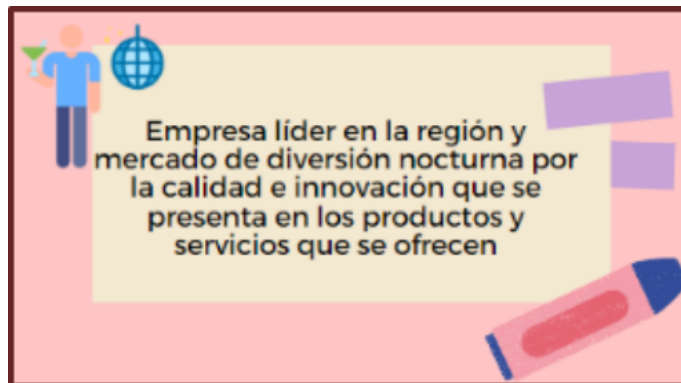
Fuente: Elaboración propia.

14.1.2.VISIÓN.

La visión de la empresa define el camino que se va a seguir para lograr alcanzar los objetivos y metas para saber hacia dónde se va a dirigir la

entidad, al tener esto claro se define lo siguiente:

Ilustración 8: Visión

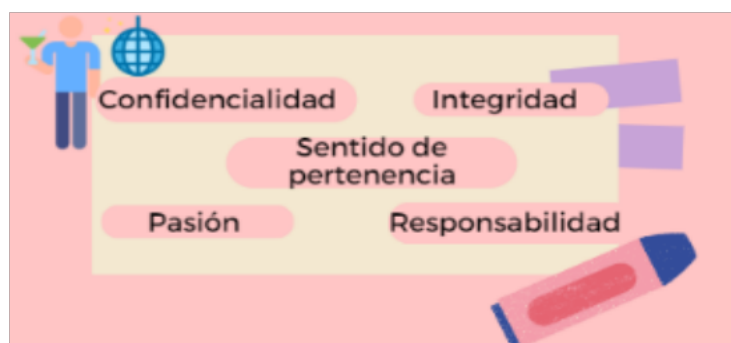


Fuente: Elaboración propia.

14.1.3.VALORES ORGANIZACIONALES.

Los valores organizacionales orientan a los integrantes de la organización para que tengan actitudes en común, siendo fundamental para que la empresa tenga un ambiente laboral agradable.

Ilustración 9: Valores organizacionales



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33: Valores organizacionales

Pasión	Personal comprometido en las labores organizacionales.
Integridad	Teniendo agregados valores como honestidad, credibilidad y equidad en cada labor realizada en la empresa.
Sentido de pertenencia	Deseo y motivación para el desarrollo organizacional.
Confidencialidad	Guardar la información de la entidad velando por el buen nombre de la empresa.
Responsabilidad	Manejo eficiente de los recursos manejados en las distintas actividades que se realicen.

Fuente: Elaboración propia.

14.1.4.PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES.

Los principios de la organización son aquellos por los cuales la entidad se quiere dar a conocer, siendo un componente para diferenciarse de otros establecimientos, por ello en la discoteca se pretende tener los siguientes:

Ilustración 10: Principios organizacionales



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34: Principios organizacionales

Innovación	Con el uso adecuado de la tecnología garantizar los mejor productos y servicios en la organización.
Control de calidad	Controlar y analizar los productos que se manejan por medio de inspecciones asegurando el buen cumplimiento de las bebidas.
Política integral de calidad	Fomentar la cultura de la mejora continua en todas las áreas de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

14.2.LOGO.

El logo es un refuerzo para que los ciudadanos puedan conocer la empresa de manera creativa. Para el desarrollo se tendrán colores que van a representar la empresa:

- **Azúl:** En este color se quiere mostrar la seguridad y la protección en todos sus campos, para que así los consumidores puedan sentirse tranquilos.
- **Rojo:** Se transmitirá pasión e impulsividad por medio de este color, donde los consumidores pueden sentirse atraídos hacia la empresa.
- **Violeta:** Se desea transmitir intensidad y exclusividad al estar en este establecimiento.
- **Negro:** Por su parte este color pretende dar contraste asociándolo con el poder y la fuerza de la marca.

Ilustración 11: Logo

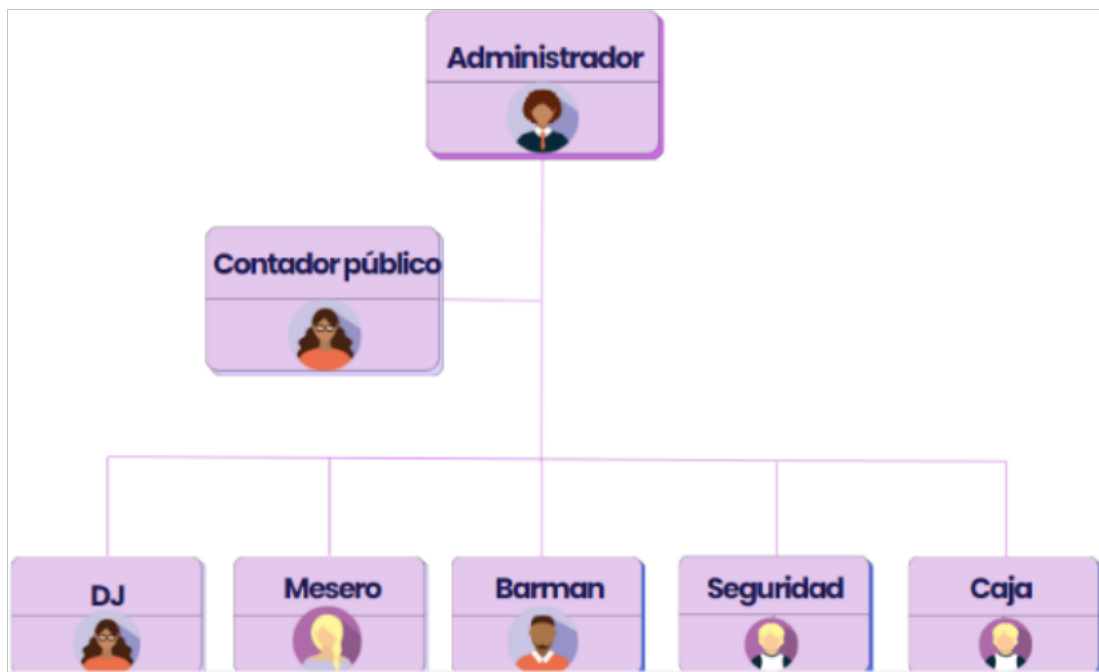


Fuente: Elaboración propia.

14.3.ORGANIGRAMA.

Esta herramienta podrá definir los cargos y el nivel de responsabilidad que tienen situándolo en un organigrama vertical, donde en la parte superior está el administrador siendo el cargo de más compromiso, seguido de la cajera la cuál estará a cargo de controlar el dinero. Por último, los demás cargos como lo son meseros, Dj, barman, seguridad y parking.

Ilustración 12: Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

14.4.DESCRIPCIÓN DE PERFILES.

Para lograr reclutar el personal adecuado, se requiere se realiza una descripción de perfiles donde se tienen en cuenta aspectos como el perfil de cargo, conocimiento, experiencia y funciones.

Ilustración 13: Descripción de perfiles

DESCRIPCIÓN DE PERFILES			
ADMINISTRADOR			
Perfil del cargo		Conocimientos	Experiencia
Edad	25 años o más.	Título de bachiller, tecnólogo en gestión administrativa o profesional en administración de empresas.	Mínimo de 3 años y haber laborado en un establecimiento con cargo similar.
Sexo	Indistinto.		
Estado civil	Indistinto.		
Funciones			
Realizar control de las operaciones del establecimiento de manera diaria y mensual.			
Administrar los recursos que maneje la discoteca velando por el cumplimiento de objetivos.			
Negociación con los proveedores que maneje la empresa.			
Coordinar los eventos y actividad que realice la discoteca.			
CAJA			
Perfil del cargo		Conocimientos	Experiencia
Edad	18 años y más	Título bachiller y estudios previos de contabilidad.	1 año de haber laborado en un cargo similar.
Sexo	Indistinto.		
Estado civil	Indistinto.		
Funciones			
Realizar gestión sobre las transacciones de los clientes.			
Calcular el total de gasto de cada cliente y verificar que el dinero esté en orden.			
Desarrollar contabilidad sobre el total de pagos diarios y enviarlos al contador público.			
Notificar quejas y sugerencias que se presenten al administrador.			

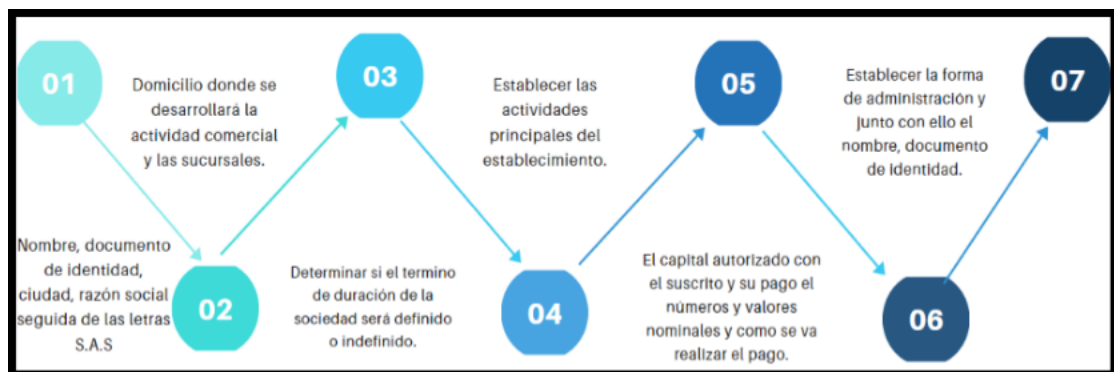
BARMAN			
Perfil del cargo		Conocimientos	Experiencia
Edad	24 años o más.	Título de bachiller, profesional o tecnólogo en coctelería.	2 años mínimo.
Sexo	Indistinto.		
Estado civil	Indistinto.		
Funciones			
Llevar inventarios sobre los productos necesarios para preparar los cocteles.			
Conocer todos los tipos de bebida y coctelería.			
Conocer toda clase de preparación de coctelería.			
Tener requisiciones del almacén.			
DJ			
Perfil del cargo		Conocimientos	Experiencia
Edad	18 años y más	Título de bachiller académico, curso de música y audio completo.	1 año y haber ocupado un puesto similar
Sexo	Indistinto.		
Estado civil	Indistinto.		
Funciones			
Seleccionar y mezclar distintos géneros musicales.			
Estar al día respecto a innovaciones en el área musical			
Realizar marketing digital para promocionar la empresa			
Satisfacer al público por medio de sus peticiones de música.			
MESEROS			
Perfil del cargo		Conocimientos	Experiencia
Edad	18 años y más	Título de bachiller académico.	2 años mínimo.
Sexo	Indistinto.		
Estado civil	Indistinto.		
Funciones			
Encargado de limpieza de mesas, estaciones de servicio y lámparas			
Responsable de organizar mesas antes de la apertura.			
Encargado de recibir ubicar a los clientes.			
Ofrecer información sobre los productos y servicios del establecimiento			
SEGURIDAD			
Perfil del cargo		Conocimientos	Experiencia
Edad	20 años y más	Título bachiller, curso de seguridad privada y manejo de armas	1 año en seguridad privada
Sexo	Indistinto.		
Estado civil	Indistinto.		
Funciones			
Verificar que los clientes sean mayores de edad.			
Mantener el orden dentro y fuera del establecimiento.			
Verificar que no entren armas ni drogas a la discoteca creando un lugar seguro.			
Observar que el establecimiento este tranquilo sin peleas.			

Fuente: Elaboración propia.

14.5.NATURALEZA JURÍDICA.

Para el desarrollo de constitución de la discoteca se maneja el tipo de Sociedad por Acciones Simplificada o S.A.S. La sociedad por acciones simplificada es de naturaleza comercial la cual al realizarse de manera privada puede ser de manera unilateral teniendo todos los registros necesarios para su validación.¹⁷ Los requisitos que se necesitan para construir una sociedad por acciones simplificada son:

Ilustración 14: Requisitos de S.A.S



Fuente: Elaboración propia.

La sociedad por acciones simplificada necesita cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

- Agentes de retención de fuente frente a los títulos de Renta, IVA, ICA.
- Contribuyente del impuesto de renta del régimen ordinario.
- Expedición de facturas.
- Reportes de información exógena.
- Son responsables del pago del impuesto de industria y comercio
- Pago del impuesto predial.
- Llevar informes al día de los libros contables.

¹⁷ Cámara de comercio de Cali, Sociedad por acciones simplificada. Obtenido de: <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

- Revisor fiscal para los montos de ingresos y activos.¹⁸

15.PROYECCIONES FINANCIERAS Y RENTABILIDAD.

A través del estudio de las proyecciones financieras se comprueba la factibilidad y rentabilidad que puede generar el proyecto, identificando las oportunidades de éxito de la propuesta, para ello se requieren los siguientes estados financieros:

15.1.ESTADO DE RESULTADOS.

El estado de resultados muestra los ingresos, costos y gastos del proyecto, siendo una herramienta importante para evaluar la utilidad que se genera al contar con el establecimiento de diversión nocturna y proyectándola a 5 años, siendo complementada con la depreciación de los activos (Tabla 25).

Tabla 35: Estado de resultados

Estado de Resultados					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ventas	\$ 3,052,801,080	\$ 3,147,132,633	\$ 3,244,379,032	\$ 3,344,630,344	\$ 3,447,979,421
Costos Fijos	\$345,000,000	\$355,350,000	\$366,010,500	\$376,990,815	\$388,300,539
Costos Variables	\$2,532,772,000	\$2,608,755,160	\$2,687,017,815	\$2,767,628,349	\$2,850,657,200
(-)Depreciación	\$43,352,000	\$43,352,000	\$43,352,000	\$43,352,000	\$43,352,000
(-) Costos Totales	\$2,877,772,000	\$2,964,105,160	\$3,053,028,315	\$3,144,619,164	\$3,238,957,739
(=) Utilidad Bruta	\$175,029,080	\$183,027,473	\$191,350,717	\$200,011,180	\$209,021,682.28
Gastos Administrativos	\$46,450,000	\$48,772,500	\$51,211,125	\$53,771,681	\$56,460,265
Gastos Mercadeo y Ventas	\$11,802,000	\$12,392,100	\$13,011,705	\$13,662,290	\$14,345,405
(-) Depreciación	\$64,286,920	\$64,286,920	\$64,286,920	\$64,286,920	\$64,286,920
Gastos Totales	\$122,538,920	\$125,451,520	\$128,509,750	\$131,720,892	\$135,092,590
(=) Utilidad Operacional	\$52,490,160	\$57,575,953	\$62,840,967	\$68,290,288	\$73,929,092
(=) Utilidad Antes de Impuesto	\$52,490,160	\$57,575,953	\$62,840,967	\$68,290,288	\$73,929,092
(-) Impuestos	\$21,857,553	\$21,857,553	\$21,857,553	\$21,857,553	\$21,857,553
(=) Utilidad del ejercicio	\$30,632,607	\$35,718,401	\$40,983,414	\$46,432,735	\$52,071,539

¹⁸ Cámara de comercio de Cali, Obligaciones financieras. Obtenido de: <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

Costos de Depreciaciones				
Activo Fijo	Valor original	Años	Dep. Anual	Valor Rescate
Equipo informático	\$54,190,000	5	\$10,838,000	\$43,352,000
Equipo técnico	\$8,828,760	5	\$1,765,752	\$7,063,008
Utensilios y menaje	\$7,170,800	5	\$1,434,160	\$5,736,640
Mobiliaria	\$43,723,600	10	\$4,372,360	\$39,351,240
Maquinaria	\$13,484,480	10	\$1,348,448	\$12,136,032
TOTAL	\$127,397,640		\$19,758,720	\$107,638,920

Fuente: Elaboración propia.

15.2.FLUJO NETO DE CAJA.

A través del flujo neto de caja se puede analizar la capacidad de la discoteca de generar efectivo y sus equivalentes, así como la liquidez que se requeriría, permitiendo evaluar posibles cambios y el rendimiento que se tendría en los próximos cinco años contando los ingresos, costos y gastos del proyecto.

Tabla 36: Estado neto de caja

FLUJO NETO DE CAJA						
FLUJO NETO DE CAJA	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO "UNE"		\$ 30,632,607	\$ 35,718,401	\$ 40,983,414	\$ 46,432,735	\$ 52,071,539
INVERSIÓN	-\$ 393,192,200					
CAPITAL DE TRABAJO						\$ 18,000,000
DEPRECIACIÓN		\$ 107,638,920	\$ 107,638,920	\$ 107,638,920	\$ 107,638,920	\$ 107,638,920
VALOR DE RESCATE						\$ 107,638,920
FNC	-\$ 393,192,200	\$ 138,271,527	\$ 143,357,321	\$ 148,622,334	\$ 154,071,655	\$ 285,349,379

Fuente: Elaboración propia.

15.3. ANÁLISIS DE ESTUDIO FINANCIERO.

A través del estudio financiero los cuales determinan la rentabilidad del proyecto y los beneficios que este puede generar durante el tiempo, siendo fundamental para poder decidir si en el factor económico se puede llevar a cabo el proyecto.

En el estado de resultados se identificó la utilidad que se tendrá en el primer año y en los cuatro años siguientes, determinando que los ingresos de ventas estimados cubren los gastos y costos, lo que significa que el proyecto tendrá una utilidad neta la cual beneficiará económicamente la entidad y los encargados de esta. El estado de flujo de caja demuestra los movimientos que tendrá el efectivo de la discoteca en cinco años y la inversión inicial, mostrando como se va aumentando la liquidez de la entidad.

El estudio financiero es una herramienta importante para poder evaluar el desempeño del proyecto, ya que permitió identificar como la discoteca puede cumplir con las obligaciones financieras que se tienen, teniendo en cuenta posibles riesgos económicos que se pueden presentar en las proyecciones financieras realizadas, permitiendo evaluar si es viable o no realizar la inversión.

15.4.RENTABILIDAD

Permite conocer la solvencia que tendrá el proyecto, siendo el indicador principal que da a conocer los beneficios que se obtendrá al realizar la inversión, calculado con la base de actualización de la evaluación de proyectos de inversión donde se refleja que en Colombia se maneja el 12%¹⁹, agregando unos puntos porcentuales más manejando el 18%.

Es necesario identificar tres indicadores los cuales permiten conocer la rentabilidad de la discoteca:

- VAN: El valor actual neto mide la moneda del inversionista, entre mayor sea más beneficios se tendrá. Se calcula teniendo en cuenta los resultados del año 1 al 5 por la tasa de actualización más el resultado del año 0.

VAN= \$ 121, 597,486

- TIR: La tasa interna de retorno permite conocer la rentabilidad que tendrá el proyecto de manera anual, siendo identificada por medio de los resultados del año 0 al 5 flujo de efectivo:

TIR: 30%

- Beneficio/Costo: Este indicador toma el valor total del flujo de efectivo por la tasa de actualización dividido en el resultado del año base, donde sí se obtiene un resultado mayor a 1 quiere decir que los beneficios superan los costos:

¹⁹ José Gabriel Castillo y Donald Zhangallimbay. (2021). Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47285/1/RVE134_Castillo.pdf

$$\underline{B/C= 1.31}$$

15.5.ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.

La rentabilidad de la empresa se estudia por medio de la VAN que refleja el rendimiento que tendría la empresa, TIR que determina la tasa por la que se puede recuperar la inversión inicial y B/C donde se da a conocer si los beneficios superan los costos, las cuales reflejaron como el proyecto es viable dado que se obtendrán grandes beneficios superando los egresos que se tienen, con una tasa interna de retorno del 30% de manera anual teniendo un gran oportunidad de la inversión realizada

Para la continuación del proyecto se requiere de una gran inversión para poder contar con todo lo necesario y ser una discoteca única en el municipio de Fusagasugá, dado que si se realiza según lo planteado se tendrán resultados positivos recuperando la inversión y dando beneficios económicos a los inversionistas.

16.CONCLUSIONES.

Por medio de la encuesta implementada en el estudio de mercado, se reflejó que hay apoyo en los jóvenes y adultos de distintas edades del municipio de Fusagasugá, permitiendo que el proyecto cuente con la aprobación del público teniendo una demanda significativa la cual se pretende satisfacer teniendo en cuenta los constantes cambios en las necesidades de los consumidores.

El estudio técnico permitió analizar la inversión, ingresos, inventario, costos y gastos mensuales de la creación y comercialización de los productos y servicios de la discoteca, donde se pudo determinar cómo las actividades a realizar tendrán grandes ingresos superando los egresos que se puedan presentar, siendo esencial para el proyecto dado que así se tendrá sostenibilidad y crecimiento a largo plazo proporcionando seguridad financiera y oportunidades para la empresa.

La estructura administrativa dio una guía de las operaciones y el porqué de estas en la empresa, donde se pudo tener claro las actividades que se van a desarrollar y los encargados de estas, siendo guiado por fundamentos internos (misión, visión, valores, principios) los cuales conectan a todo el establecimiento de diversión nocturna.

Las proyecciones financieras lograron identificar si el proyecto era rentable o por el contrario no iba a generar los beneficios esperados, lo que resultó ser viable dado que los ingresos superan a los costos y gastos, con una tasa interna de retorno del 30% aumentando la rentabilidad del proyecto y así teniendo mayor facilidad en la toma de decisiones.

Al haber estudiado estas cuatro áreas del proyecto se puede concluir que se esperan grandes beneficios tanto para inversionistas como para el municipio,

siendo una discoteca para jóvenes y adultos mayores de edad al cumplir con expectativas y necesidades que se identificaron con anterioridad, hallando así la viabilidad de poder crear un centro de diversión nocturna.

17.RECOMENDACIONES.

Para el proyecto es necesario crear estrategias las cuales ayuden a diferenciar al establecimiento de otras discotecas, dado que en el municipio de Fusagasugá se cuenta con gran variedad de actividades similares, por ello se requiere de una infraestructura amplia para poder ofrecer diversos servicios con comodidad y seguridad para los consumidores.

El crear un impacto en el municipio incluye ofrecer bebidas con y sin alcohol innovadoras, por lo que se debe tener al personal capacitado para poder prepararlas y comercializarlas sin inconvenientes, ofreciendo seguridad al momento de consumirlas y no tener riesgos.

La estructura administrativa se debe retroalimentar constantemente, teniendo en cuenta los participantes de la discoteca, es decir, capacitarlos constantemente para mejorar en las distintas áreas a desempeñar generando así un servicio al cliente eficaz, brindando seguridad y confianza al establecimiento.

Para que el proyecto pueda tener una rentabilidad adecuada y con grandes beneficios, es fundamental tener constante revisión, control y análisis de los egresos que se obtengan de manera que se logren reducir para un mayor rendimiento económico.

BIBLIOGRAFÍA.

Alcaldía de Fusagasugá. Economía. Recuperado de: <https://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

Amanda Vargas (2017). Investigación de mercados. Obtenido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

DANE. Indicadores municipio de Fusagasugá. Obtenido de: <https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores/>

Datos abiertos. (15 de abril de 2022). Establecimientos inscritos en industria y comercio de Fusagasugá. Obtenido de <https://www.datos.gov.co/Comercio-Industria-y-Turismo/Establecimientos-inscritos-en-Industria-y-Comercio/2g3f-x7rc>.

Gómez, Liyis; Martínez, Joselín; Arzuza B., María. Normas y leyes generales. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/646/64602101.pdf>

Indicadores Dane. (2022) Datos poblacionales Dane. Obtenido de: <https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores-dane/>

José Gabriel Castillo y Donald Zhangallimbay. (2021). La tasa social de descuento en la evaluación de proyectos de inversión. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47285/1/RVE134_Castillo.pdf

Ley 812 del 2003. Artículo 8, "Descripción de los principales programas de inversión", literal B "Construir equidad social", numeral 6 "Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8795>

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Obtenido de: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Ley 29 de 1990. Ley de ciencia y tecnología. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=254>

Ley 232 de 1995. Normas generales para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

Revista semana. (12 de octubre del 2022). ¿Cuánto dinero mueve la economía de la noche? Obtenido de <https://www.semana.com/empresas/articulo/cuanto-dinero-mueve-la-economia-de-la-noche/277627/>.

Roy Thomasson. Emprendimiento. Obtenido de: <https://acortar.link/42Hr6f>

Servantie (2004). Teoría de las incubadoras en las empresas. Obtenido de: https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12990/1294/Tesis_Estudio_Creacion_Discoteca.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Velásquez Caballero, Camila Andrea. ¿Se puede emprender en Colombia? Obtenido de: [https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11847#:~:text=%E2%80%9CLa%20actividad%20empresarial%20es%20la,%E2%80%9D%20\(Kundel%20%201991\).](https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11847#:~:text=%E2%80%9CLa%20actividad%20empresarial%20es%20la,%E2%80%9D%20(Kundel%20%201991).)

