

*Estudio de factibilidad de una empresa
comercializadora de productos para
cuidar la piel en el post tatuado*

Fredy Enrique Navarro Rodriguez

*Universidad San Martin
Facultad de Universidad Abierta y a Distancia
Administración de Empresas
Santiago de Cali*

2016

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS PARA CUIDAR LA PIEL EN EL POST TATUADO**

FREDY ENRIQUE NAVARRO RODRIGUEZ

**UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FACULTAD DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI**

2016

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS PARA CUIDAR LA PIEL EN EL POST TATUADO**

FREDY ENRIQUE NAVARRO RODRIGUEZ

**Monografía de grado presentada como requisito parcial para lograr el título
de Administración de empresas**

Asesora: Mg. Karim Vergara Malfitano

**UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FACULTAD DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI**

2016

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.4.1. LINEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN ..	8
2. OBJETIVOS.....	9
2.1. OBJETIVO GENERAL	9
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
3. JUSTIFICACIÓN.....	10
3.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	10
3.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	11
3.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	12
4. MARCO REFERENCIAL.....	13
4.1. ANTECEDENTES.....	13
4.1.1. Antecedentes de empresas similares	13
4.1.2. Antecedentes de productos similares	15
4.1.3. Antecedentes estadísticos sobre tatuajes.....	15
4.1.4. Antecedentes de investigación aplicados a los tatuajes	18
4.2. MARCO TEÓRICO	20

4.2.1. ¿Qué es un proyecto de inversión?	20
4.2.2. Tipos de proyectos para hacer inversiones.....	21
4.2.3. ¿Por qué se invierte y para qué es necesario un proyecto inversión?.....	22
4.2.4. ¿Cómo tomar una decisión para un proyecto de inversión?	23
4.2.5. ¿Para qué evaluar un proyecto de inversión?.....	23
4.2.6. ¿Qué proceso se debe seguir para poder preparar y evaluar un proyecto de inversión?.....	24
4.2.7. ¿Cuáles son los procesos para evaluar un proyecto de inversión y cuáles son sus alcances?	26
4.2.8. Concepto para creación de empresas.	27
4.2.9. Componentes básicos para una empresa.....	31
4.2.10. Concepto y el modelo de una empresa.....	33
4.2.11. Integración, componentes, etapas	34
4.2.12. ¿Qué es un estudio de factibilidad?	36
4.2.13. Componentes de un estudio de factibilidad	37
4.2.13.1. ¿Qué es un estudio de mercado?.....	37
4.2.13.2. ¿Qué es un estudio técnico?	38
4.2.13.3. ¿Qué es un estudio administrativo?.....	39
4.2.13.4. ¿Qué es un estudio legal?	40
4.2.13.5. ¿Qué es un estudio financiero?	40
4.3. MARCO CONCEPTUAL	41
4.4. MARCO LEGAL	45
4.4.1. Requisitos para la creación de la empresa	45
4.4.2. Requisitos para crear un estudio de tatuajes	46

4.4.3. Requisitos para crear una empresa virtual.....	47
4.4.4. Requisitos legales para el comercio electrónico	48
4.5. MARCO ESPACIAL	49
4.5.1. País de Colombia.....	49
4.5.1.1. Población De Colombia.....	50
4.5.2. Departamento del Valle del cauca	51
4.5.2.1. Poblaciones del departamento del valle.....	52
4.5.3. Ciudad de Santiago de Cali	53
4.5.3.1. Población de Santiago de Cali	54
4.5.4. Comuna 2 de Santiago de Cali	56
4.5.4.1. Población de la Comuna 2 de Santiago de Cali	57
4.6. MARCO TEMPORAL	58
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	59
5.1. TIPO DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN.....	59
5.1.1. Investigación descriptiva	59
5.2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	60
5.3. FUENTES Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	60
5.3.1. Fuentes primarias	60
5.3.2. Fuentes secundarias.....	61
5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	61
5.5.1. Entrevista.....	61
5.5.2. Observación directa	62
5.5.3. Encuesta	62
5.6. POBLACIÓN Y MUESTRA	64

5.6.1. Población objetivo.....	64
5.6.2. Muestra.....	64
5.6.3. Tipo y método de muestreo.....	65
5.6.4. Obtención de muestra.....	65
5.7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	66
5.7.1. Método analítico.....	66
5.8. FASES DE LA INVESTIGACIÓN.....	66
6. CRONOGRAMA.....	67
6.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	68
6.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	69
6.1.1.1. Indicadores de empleo y Económicos.....	69
6.1.1.2. Índices de precios y costos.....	73
6.1.2. ANÁLISIS PARA EL SECTOR DEL TATUAJE.....	75
6.1.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO.....	76
6.1.4. DEFINICIÓN DE PRODUCTO.....	78
6.1.4.1 Descripción del producto.....	78
6.1.4.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	80
6.1.5. Localización del mercado.....	80
6.1.5.1. Población objetivo.....	80
6.1.5.2. Segmentación del mercado.....	81
6.1.6. Pronóstico de la demanda.....	81
6.1.7. Método de la demanda potencial.....	81
6.1.8. Método de investigación de mercados.....	83
6.1.9. HALLAZGO DE LA INVESTIGACIÓN.....	83

6.1.10. ESTRATEGIA DE MERCADEO	84
6.1.10.1. ANÁLISIS DE PRECIO	85
6.1.10.2. Análisis de venta	86
6.1.10.3. Análisis promocional	87
6.1.11. ANÁLISIS DE LA OFERTA	88
6.1.11.1. El servicio del tatuado	88
6.1.11.2. Productos para el tatuaje	88
6.1.11.3. Eliminación de tatuajes	88
6.1.11.4. Página Web	89
6.1.11.5. Clientes	89
6.1.11.6. Competidores	89
6.1.11.7. Tamaño global del mercado	90
6.1.11.8. Tamaño de mercado objetivo	91
6.1.12. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	92
6.1.12.1. Política de servicio y calidad	93
6.1.12.2. Política de cartera	93
6.1.12.3. Política de garantía	94
6.1.12.4. Tácticas de ventas	94
6.1.12.5. Planes de contingencia	95
6.1.12.5.1. Penetración en otro mercado	96
6.1.12.5.2. Reevaluación de las estrategias de promoción	96
6.1.13. ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO	96
6.2. ESTUDIO TÉCNICO	97
6.2.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	98

6.2.1.1. Macro localización del proyecto	98
6.2.1.2. Micro localización.....	100
6.2.2. PROCESO DEL SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN	101
6.2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	103
6.2.3.1 Proceso de producción	103
6.2.3.2 Adquisición de maquinaria y equipo.....	104
6.2.3.3 Distribución de la planta	108
6.2.3.4 Determinación de materias primas.....	110
6.2.3.5 Determinación de proveedores	110
6.2.3.6. Cronograma de actividades del proyecto.....	111
6.3. ESTUDIO AMINISTRATIVO - LEGAL.....	112
6.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO.....	112
6.3.2 DESCRIPCIÓN DE CARGOS.....	113
6.3.3. ORGANIZACIONES DE APOYO	121
6.3.4 ESTUDIO LEGAL.....	121
6.3.4.1 Para crear una empresa	122
6.3.4.2. Para crear una empresa virtual.....	122
6.3.4.3. Para el comercio electrónico.....	122
6.3.4.4. Análisis ambiental	123
6.3.4.5. Análisis social	123
6.4. ANÁLISIS ECONÓMICO	124
6.4.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS ESCENARIO 1.....	124
6.4.1.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS ESCENARIO 2.....	126
6.4.2. PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS.....	127

6.4.3. PRESUPUESTO DEL PERSONAL.....	130
6.4.4. PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS	132
6.4.5. PRESUPUESTO PARA APERTURA DE EMPRESA	132
6.4.6. PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO.....	133
6.5. ESTUDIO FINANCIERO	134
6.5.1. ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO.....	137
6.5.1.1 Flujo de caja y estado de resultados del proyecto para escenario 1.....	138
6.5.1.2. Flujo de caja y estado de resultados para escenario 2	139
6.5.1.3. Requerimientos del capital de trabajo escenario 1.....	140
6.5.1.4. Requerimientos del capital de trabajo escenario 2.....	141
6.5.2. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	141
6.5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA	144
6.5.3.1. Criterios de evaluación financiera del proyecto.....	144
6.5.3.2. Resultados VPN, TIR y B/C del escenario 1	144
6.5.3.3. Resultados VPN, TIR y B/C del escenario 2	145
7. CONCLUSIONES	148
8. RECOMENDACIONES	150

BIBLIOGRAFÍA

WEB GRAFÍA

ANEXOS

RESUMEN

Para este trabajo de grado se realizó un "estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos para el cuidado de la piel después del tatuado", que tiene como objetivo principal determinar la factibilidad desde el punto de vista de mercado, técnico, administrativo, legal, ambiental, económico y financiero.

Por lo tanto, se realizará con el fin de dar nuevas opciones de compra a todas las tiendas de tatuaje inicialmente en la ciudad de Cali, en este nicho de mercado no se le da el valor suficiente al cuidado de la piel después de realizar el tatuado, se pretende ser especialistas en el tema, brindando varias alternativas para lograr un cuidado de la piel adecuado y logrando mayor satisfacción al cliente.

Por consiguiente, con esta línea de productos que se ofrecerán se tendrá un apoyo en el proceso de recuperación de la piel minimizando los riesgos de contraer enfermedades por el maltrato al que se somete la piel después de tatuarse.



Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co