

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(127)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	MARLLY KARINA VERGEL BAYONA YEISON JAVIER ASCANIO CARREÑO
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de empresa
DIRECTOR	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TÍTULO DE LA TESIS	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUA DE ALOE BAJA EN CALORÍAS, EN LA PROVINCIA DE OCAÑA, SUR DEL CESAR Y SUR DEL BOLÍVAR

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL DESARROLLO DEL PRESENTE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL AGUA DE ALOE BAJA EN CALORÍAS, EN LA PROVINCIA DE OCAÑA, SUR DEL CESAR Y SUR DE BOLÍVAR, TUVO COMO PUNTO DE PARTIDA, EL DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS, LOS CUALES CONSISTIERON EN: REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADOS PARA DETERMINAR PRODUCTO, PRECIO, CANALES DE DISTRIBUCIÓN, COMPETENCIA Y PUBLICIDAD; DESARROLLAR UN ESTUDIO TÉCNICO DONDE SE DETERMINE EL TAMAÑO DEL PROYECTO Y LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EL ESTUDIO; DISEÑAR LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA ADECUADA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUA DE ALOE BAJA EN CALORÍAS EN LA PROVINCIA DE OCAÑA, SUR DEL CESAR Y SUR DE BOLÍVAR.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 127	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
--------------	---------	----------------	-----------



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



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUA DE ALOE
BAJA EN CALORÍAS, EN LA PROVINCIA DE OCAÑA, SUR DEL CESAR Y SUR DEL
BOLÍVAR

AUTORES:

MARLLY KARINA VERGEL BAYONA

YEISON JAVIER ASCANIO CARREÑO

Proyecto de Grado para optar el título de Administrador de Empresas

Director

YANID ASCANIO BAYONA

Economista

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

Índice

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la comercialización de agua de aloe baja en calorías, en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur del Bolívar.....	17
1.1 Planteamiento del Problema.....	17
1.2 Formulación del problema	18
1.3 Objetivos	18
1.3.1 General.....	18
1.3.2 Específicos.....	18
1.4 Justificación.....	19
1.5 Delimitaciones.....	20
1.5.1 Conceptual.....	20
1.5.2 Operativa.....	20
1.5.3 Temporal.....	21
1.5.4 Geográfica.....	21
Capítulo 2 Marco Referencial.....	22
2.1 Marco Histórico.....	22
2.1.1 Historia del aloe vera a nivel mundial.....	22
2.1.2 Historia del aloe vera a nivel nacional.....	23
2.1.3 Historia del aloe vera a nivel regional. Desde la antigüedad se conocen los efectos curativos y de belleza que tiene el aloe vera.....	25
2.2 Marco Conceptual	25
2.2.1 Estudio de factibilidad.....	25
2.2.2 Estudio de mercados.....	26
2.2.3 Estudio técnico.....	26
2.2.4 Estudio administrativo.....	26
2.2.5 Estudio financiero.....	26
2.2.6 Evaluación económica.....	27
2.2.7 Evaluación social.....	27
2.2.8 Evaluación ambiental.....	27
2.2.9 Aloe vera.....	28
2.3 Marco Teórico.....	31
2.3.1 Teoría financiera de la empresa.....	32
2.3.2 Teoría del valor.....	33
2.3.3 Teoría del Control.....	35
2.3.4 Teoría de sistemas.....	36
2.3.5 Teorías administrativas.....	38
2.3.6 Teoría Administrativa según el Enfoque de la Contingencia.....	38
2.3.7 Teoría de la transparencia.....	39
2.3.8 Teoría de la confianza.....	40
2.3.9 Teoría de toma de decisiones.....	42
2.3.10 Teoría del desarrollo económico.....	43
2.4 Marco Legal	44

2.4.1 Constitución Política de Colombia.....	44
2.4.2 Código de Comercio.....	45
2.5 Marco Contextual.....	48
Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	51
3.1 Tipo de investigación.....	51
3.2 Población.....	52
3.3 Muestra.....	52
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	54
3.5 Procesamiento y análisis de la información.....	55
Capítulo 4. Presentación de Resultados.....	56
4.1 Realizar un estudio de mercados para determinar producto, precio, canales de distribución, competencia y publicidad.....	56
4.1.1 Descripción del producto.....	71
4.1.2 Descripción de la Demanda.....	71
4.1.3 Determinación de la Oferta.....	71
4.1.4 Publicidad.....	72
4.1.4.1 Logotipo.....	74
4.1.4.2 Presentación del producto.....	74
4.1.4.3 Slogan:.....	75
4.2 Estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto y los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio.....	75
4.2.1 Localización. Macro localización.....	75
4.2.2 Requerimiento Físico. Equipo de Oficina.....	75
4.2.3 Tamaño del Proyecto. Capacidad Diseñada.....	76
4.2.4 Distribución en planta.....	77
4.2.5 Necesidades del recurso humano.....	77
4.3 Diseño de la estructura administrativa adecuada para la comercialización de agua de aloe baja en calorías en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar.....	77
4.3.1 Misión.....	77
4.3.2 Visión.....	78
4.3.3 Valores. Disciplina.....	78
4.3.4 Manual de funciones.....	80
4.3.5 Manual de procedimientos.....	84
4.3.6 Requisitos Legales.....	99
4.4 Estudio financiero, para conocer la inversión del proyecto, a través de la evaluación económica.....	101
4.4.1 Gastos de funcionamiento.....	101
4.4.2 Gastos de personal.....	102
4.4.3 Gastos varios.....	104
4.4.4 Ingresos.....	105
4.4.5 Depreciación y diferidos. Depreciación.....	106
4.4.6 Balance inicial.....	108
4.4.7 Estado de resultados proyectado.....	109

4.5 Evaluación económica para conocer el nivel de rentabilidad del proyecto, a través de un estudio económico que permita hallar el Valor Presente Neto, la Razón Costo Beneficio y la Tasa Interna de Retorno.	112
4.5.1 Valor presente neto (VPN).	112
4.5.2 Valor actual neto.	113
4.5.3 Razón costo beneficio (RCB).	113
4.5.4 Tasa interna de retorno.	114
4.6 Análisis social y ambiental del proyecto, para conocer su impacto dentro de la población objetivo.	116
4.6.1 Estudio social.	116
4.6.2 Evaluación ambiental.	117
Conclusiones	119
Recomendaciones	121
Referencias	122
Apéndices	124

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Compra de agua en botella</i>	56
Tabla 2. <i>Aspecto a tener en cuenta a la hora de comprar un producto en un establecimiento comercial</i>	57
Tabla 3. <i>Frecuencia de consumo de agua</i>	58
Tabla 4. <i>Ha escuchado hablar del agua con aloe vera</i>	59
Tabla 5. <i>Consumo de agua con aloe vera</i>	60
Tabla 6. <i>Marca de agua de aloe consumida</i>	61
Tabla 7. <i>Precio del agua de aloe consumida</i>	62
Tabla 8. <i>Tamaños de agua de aloe que adquiere</i>	63
Tabla 9. <i>Presentaciones preferibles para comprar del agua de aloe</i>	64
Tabla 10. <i>Satisfacción a cabalidad de las empresas que comercializan agua baja en calorías en la región</i>	65
Tabla 11. <i>Conocimiento de los beneficios del aloe vera</i>	66
Tabla 12. <i>Consumiría agua con aloe vera</i>	67
Tabla 13. <i>Opinión acerca de la idea de que en la región se comercialice agua con aloe vera baja en calorías</i>	68
Tabla 14. <i>Precio dispuesto a pagar por una botella de agua con aloe vera baja en calorías, de 300ml</i>	69
Tabla 15. <i>Medio de comunicación preferible para conocer la existencia de la empresa</i>	70
Tabla 16. <i>Equipos de oficina</i>	76
Tabla 17. <i>Equipo de computación, comunicación y otros</i>	76

Lista de Graficas

Grafica 1. Compra de agua en botella.....	56
Grafica 2. Aspecto a tener en cuenta a la hora de comprar un producto en un establecimiento comercial.....	57
Grafica 3. Frecuencia de consumo de agua	58
Grafica 4. Ha escuchado hablar del agua con aloe vera	59
Grafica 5. Consumo de agua con aloe vera.....	60
Grafica 6. Marca de agua de aloe consumida	61
Grafica 7. Precio del agua de aloe consumida	62
Grafica 8. Tamaños de agua de aloe que adquiere.....	63
Grafica 9. Presentaciones preferibles para comprar del agua de aloe.....	64
Grafica 10. Satisfacción a cabalidad de las empresas que comercializan agua baja en calorías en la región	65
Grafica 11. Conocimiento de los beneficios del aloe vera.....	66
Grafica 12. Consumiría agua con aloe vera	67
Grafica 13. Opinión acerca de la idea de que en la región se comercialice agua con aloe vera baja en calorías	68
Grafica 14. Precio dispuesto a pagar por una botella de agua con aloe vera baja en calorías, de 300ml	69
Grafica 15. Medio de comunicación preferible para conocer la existencia de la empresa	70

Lista de cuadros

Cuadro 1. <i>Población</i>	52
Cuadro 2. <i>Muestra</i>	54
Cuadro 3. <i>Manual de funciones: Administrador</i>	80
Cuadro 4. <i>Manual de funciones: Contador Público</i>	81
Cuadro 5. <i>Manual de funciones: Secretaria general</i>	81
Cuadro 6. <i>Manual de funciones: Vendedor</i>	82
Cuadro 7. <i>Manual de funciones: Auxiliar de servicios</i>	83
Cuadro 8. <i>Manual de funciones: auxiliar de bodega</i>	83
Cuadro 9. <i>Manual de procedimientos: administrador</i>	84
Cuadro 10. <i>Manual de procedimientos: Contador público</i>	85
Cuadro 11. <i>Manual de procedimientos: Secretaria general</i>	86
Cuadro 12. <i>Manual de procedimientos: vendedor</i>	87
Cuadro 13. <i>Manual de procedimientos: Auxiliar de servicios</i>	87
Cuadro 14. <i>Manual de procedimientos</i>	88
Cuadro 15. <i>Gastos de funcionamiento</i>	101
Cuadro 16. <i>Servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la comercializadora de agua de aloe</i>	102
Cuadro 17. <i>Arriendo</i>	102
Cuadro 18. <i>Sueldos de personal</i>	102
Cuadro 19. <i>Honorarios</i>	103
Cuadro 20. <i>Gastos de Personal</i>	103
Cuadro 21. <i>Proyección Gastos De Personal</i>	104
Cuadro 22. <i>Resumen de gastos año 1</i>	104
Cuadro 23. <i>Proyección anual de los gastos operacionales</i>	105
Cuadro 24. <i>Ingresos operacionales</i>	106
Cuadro 25. <i>Proyección de ingresos operacionales</i>	106
Cuadro 26. <i>Proyección de costos operacionales</i>	106
Cuadro 27. <i>Fondo de depreciación</i>	107
Cuadro 28. <i>Amortización de diferidos</i>	108
Cuadro 29. <i>Flujo de caja</i>	109

Lista de figuras

Figura 1. Mapa región de la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar	50
Figura 2. Canal de distribución.....	72
Figura 3. Logotipo.	74
Figura 4. Presentación del producto.....	74
Figura 5. Organigrama	79

Lista de Apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los habitantes de la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar.....	124
Apéndice B. Distribución en planta	127

Resumen

El desarrollo del presente estudio de factibilidad para la comercialización del agua de aloe baja en calorías, en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, tuvo como punto de partida, el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales consistieron en: Realizar un estudio de mercados para determinar producto, precio, canales de distribución, competencia y publicidad; desarrollar un estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto y los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio; diseñar la estructura administrativa adecuada para la comercialización de agua de aloe baja en calorías en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar; efectuar un estudio financiero, y conocer la inversión del proyecto, a través de la evaluación económica; para conocer el nivel de rentabilidad del proyecto, a través de un estudio económico que permita hallar el Valor Presente Neto, la Razón Costo Beneficio y la Tasa Interna de Retorno; y, analizar social y ambientalmente el proyecto, para conocer su impacto dentro de la población objetivo.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio fueron los habitantes de la provincia de Ocaña, Sur del Cesar y sur de Bolívar, utilizando como instrumento la encuesta, siendo analizados sus resultados en forma cuantitativa de cada una de las respuestas brindadas.

En la realización del proyecto se pudo conocer la buena aceptación de la empresa y del producto a ofrecer, así mismo en el estudio técnico se determinó los requerimientos de equipo de oficina, maquinaria y elementos necesarios para el funcionamiento; el estudio financiero y la

evaluación económica permitió conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto, las evaluaciones social y ambiental analizan el impacto del estudio, obteniendo una favorabilidad en la comercialización del producto. Igualmente, se obtuvo las conclusiones y recomendaciones que permiten la determinación en forma precisa de buenos resultados para la organización.

Introducción

El proyecto de grado titulado estudio de factibilidad para la comercialización de agua de aloe baja en calorías, en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, tuvo como importancia la proyección del producto.

Con el presente proyecto se busca conocer la viabilidad en la región de la comercialización de un nuevo producto, como lo es el agua de aloe baja en calorías; por tal motivo se hace necesario realizar un diagnóstico situacional a través de la técnica de la encuesta sobre la aceptación o rechazo del producto a ofertar, de la misma forma se realizaron los estudios de mercados, técnico, financiero, económico, social y ambiental los cuales determinaron la viabilidad, rentabilidad, recursos e incidencias de la comercialización de este producto.

Para llevar a cabo la realización del proyecto se formularon los siguientes objetivos con su respectiva metodología: Realizar un estudio de mercados para determinar producto, precio, canales de distribución, competencia y publicidad; desarrollar un estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto y los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio; diseñar la estructura administrativa adecuada para la comercialización de agua de aloe baja en calorías en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar; efectuar un estudio financiero, y conocer la inversión del proyecto, a través de la evaluación económica; realizar una evaluación económica para conocer el nivel de rentabilidad del proyecto, a través de un estudio económico que permita hallar el Valor Presente Neto, la Razón Costo Beneficio y la Tasa Interna de Retorno; y, analizar social y ambientalmente el proyecto, para conocer su impacto dentro de la población objetivo.

Es así como se determinó la viabilidad de comercializar un nuevo producto en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, como lo es el agua de aloe baja en calorías, obteniendo resultados bastante positivos en la rentabilidad arrojada luego de los estudios desarrollados en el proyecto, lo cual genera una nueva modalidad de inversión para las personas interesadas en el comercio de la región

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la comercialización de agua de aloe baja en calorías, en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur del Bolívar

1.1 Planteamiento del Problema

El mercado está inundado de bebidas elaboradas a base de extractos de la sábila. Los productos prometen mejorar las funciones digestivas, limpiar la piel y hasta adelgazar. Los beneficios de la sábila para la salud datan de la cultura egipcia, cuando era usada como medicina herbal. La planta era empleada principalmente como antiséptica y desinfectante en heridas en la piel y fue allí cuando se empezaron a conocer sus propiedades. (Fucsia, 2014). Actualmente, tiene reconocimiento como multibenéfica para todos los sistemas, entre otras propiedades. Aun así, no es muy bien aprovechada por todas las personas, pues muchas desconocen estos valores nutricionales. Esto es debido a que en la actualidad este mercado no ha sido penetrado en su totalidad en la región de Ocaña, sur del Cesar y sur del Bolívar.

Teniendo en cuenta la importancia del agua de aloe en la actualidad, además de la globalización de la economía, las empresas necesitan ampliar la cobertura de sus mercados, para lo cual deben penetrar los mercados regionales y nacionales mediante la comercialización de sus productos, que les permita posicionarse y aumentar sus ventas. De allí la necesidad de realizar el estudio de factibilidad para la comercialización de agua de aloe baja en calorías en la provincia de Ocaña sur del Cesar y sur del Bolívar, y a partir de éste, mostrar a manera de diagnóstico la posible demanda, oferta, precios, canales de distribución que la empresa debe tener en cuenta para operar de una manera eficaz y eficiente en la región, así mismo de un estudio técnico donde

se establezca el tamaño del proyecto, requerimientos físicos y humanos, de un estudio económico y financiero que determine la rentabilidad o no de la comercialización del agua de aloe baja en calorías, en la región antes mencionada.

1.2 Formulación del problema

¿Es factible la comercialización del agua de aloe baja en calorías, en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur del Bolívar?

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de agua de aloe baja en calorías, en la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur del Bolívar.

1.3.2 Específicos. Realizar un estudio de mercados para determinar producto, precio, canales de distribución, competencia y publicidad.

Desarrollar un estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto y los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio.

Diseñar la estructura administrativa adecuada para la comercialización de agua de aloe baja en calorías en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar.

Efectuar un estudio financiero, y conocer la inversión del proyecto, a través de la evaluación económica.

Realizar una evaluación económica para conocer el nivel de rentabilidad del proyecto, a través de un estudio económico que permita hallar el Valor Presente Neto, la Razón Costo Beneficio y la Tasa Interna de Retorno.

Analizar social y ambientalmente el proyecto, para conocer su impacto dentro de la población objetivo.

1.4 Justificación

En los últimos tiempos cada vez más fabricantes, han observado el auge de los productos naturales y en especial el aloe vera, es el caso del agua, la cual contiene su extracto, y la cual ha mostrado de un tiempo para acá, un incremento en su comercialización, teniendo en cuenta que sus beneficios son infinitos para quienes, progresivamente, se unen a la tendencia. Su contenido en vitaminas (A, C, E, B1, B2, B3, B6 y B12) y minerales (calcio, magnesio, fósforo, potasio, entre otros) elementales para el buen funcionamiento del organismo y el fortalecimiento del sistema inmunológico la hacen una bebida de oro en el mercado. (Fucsia, 2014) Aunque el precio del agua de aloe puede ser un poco más alto que otras aguas vendidas en diferentes presentaciones, este es un factor ínfimo comparado con las grandes ventajas de su consumo, como lo son su alto contenido de vitaminas y minerales, constituyéndola en un producto

altamente saludable. Razón por la cual no se puede escatimar en el análisis de toda la información de mercadeo, de herramientas técnicas, financieras que viabilicen este proyecto.

Con la formulación del presente estudio, se pretende que el agua de aloe baja en calorías, llegue a todas aquellas regiones en donde aún no se encuentra de manera directa, teniendo en cuenta que estas son zonas de bastante afluencia comercial, lo cual ayuda a incrementar su productividad, generando empleo y ampliando su radio de acción a otras ciudades del país.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Conceptual En la realización de este estudio se tendrán en cuenta el siguiente tema principal: Estudio de Factibilidad que está compuesto por: estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero, evaluación económica, evaluación social, evaluación ambiental. y temática sobre aloe vera..

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

1.5.3 Temporal. La realización del proyecto tendrá una duración de ocho (8) semanas, contadas a partir de la aprobación del anteproyecto, como se muestra en el cronograma de actividades.

1.5.4 Geográfica. La realización del trabajo de grado será llevado a cabo en la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur del Bolívar.

Capítulo 2 Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Historia del aloe vera a nivel mundial. Documentos históricos de Romanos.

Griegos, Hindúes, Árabes y de otros pueblos de la línea cálida de la tierra, hablan de las virtudes de su uso medicinal y cosmético. De la planta del Aloe Vera se tienen datos antiquísimos, por el año 1750 a.C., ya se hacía referencia a los usos terapéuticos en la medicina popular, hace referencia a ella la Tabla Sumen. Se habla también del Aloe en el libro egipcio fechado en 1550 a.C y conocido como Papiro Egipcina L'Erbs, y donde se hablaba de los diversos remedios y usos se le daban al Aloe Vera en aquella época, la leyenda cuenta que con el fin de conservar su belleza, Cleopatra usaba un ungüento de Aloe vera que mezclaba con leche de burra. Alejandro Magno se dice que conquistó la isla de Socorra, muy rica en Aloes, para que pudieran servir de cura a los soldados heridos. Pero la primera civilización en usar el Aloe Vera como remedio medicinal fueron los Chinos. (Moreno, 2009)

El aloe o sábila es una planta originaria de Africa y perteneciente a la familia de las liliáceas. Alcanza entre dos y tres metros de altura. Sus flores suelen tener color rojizo, anaranjado o amarillento. Tiene grandes y carnosas hojas lanceoladas con suaves espinas en sus bordes. El nombre genérico "aloe" proviene del término árabe "alloeh" y de su sinónimo hebreo "hallal", que significa "sustancia brillante y amarga". La procedencia del otro nombre con el que se le conoce, sábila, y sus variantes locales zábila, zabida, zábira, y pita zábila es atribuida a una deformación del vocablo árabe "cavila" que significa "planta espinosa".

La *Áloe Vera* se ha usado a lo largo de la historia de la humanidad, hasta nuestros días, tanto en el tratamiento de enfermedades como en la cura de la piel y del cabello. La Biblia habla frecuentemente del *Áloe*. En el siglo I d.C. Dioscorides describió extensamente el *Áloe* en su herbolario Griego y también de sus virtudes medicinales y cosméticas.

Los Españoles llevaron el *Áloe* al continente Americano durante su conquista. En España, a lo largo de la ribera del Mediterráneo, el *Áloe* era el elemento esencial de la medicina popular, hasta que su uso generalizado en la farmacia moderna, lo dejó en el olvido con la mayoría de plantas medicinales (Hoy en día, conocemos personas grandes, que nos explican, como sus padres lo cultivaban para usar sus virtudes medicinales). Los *Aloes* de España, proceden del continente Africano. Si bien es cierto, que se ha conservado su uso casero a lo largo de las generaciones y de la cultura de los pueblos! no es hasta el fin de la IIª Guerra mundial, que redescubrimos el poder terapéutico del *Áloe*, al comprobar que los habitantes de Hiroshima y Nagasaki, los cuales padecieron quemadas, después de un tratamiento con *Áloe*, se curaban más rápidamente y en muchos casos, sin señales ni cicatrices. (Julián, 2010)

2.1.2 Historia del aloe vera a nivel nacional. La cadena de la *Sábila* en Colombia está compuesta por actores oferentes y/o demandantes de materias primas y/o insumos y/o productos terminados para consumo, de *Aloe Vera*, partiendo desde la *Penca de Sábila* y sus subproductos, pasado por *Geles de Aloe Vera* en distintas concentraciones y presentaciones, y dirigidos a distintos mercados o consumidores dentro y fuera del país.

En Colombia existe un excelente potencial para producir grandes volúmenes de Aloe vera con el fin de cubrir el déficit en la oferta de acíbar, pasta de aloe, gel fresco, gel liofilizado en el mercado nacional e internacional, retribuyéndose en beneficios laborales, económicos, tecnológicos y comerciales para todos los actores que intervienen en esta cadena productiva. (Sioc, 2014)

Según (Alvarez, 1987) en Colombia, la sábila puede ser encontrada en casi todo el país, como de ornato en los jardines domésticos y en algunos lugares como plantas silvestres. Igualmente, se le encuentra alrededor de antiguas haciendas y con el tiempo se han establecido en forma ruderal formando parte de algunas comunidades vegetales, se multiplica por hijuelos y tiene una alta capacidad de expansión periférica para ocupar espacios, por lo menos donde no existen otras plantas herbáceas que le pueden competir.

Es común observar plantas aisladas de aloe desde el desierto bajo en la Guajira y la costa norte sobre el Atlántico, hasta los valles de Córdoba y el Norte de Antioquia o las cordilleras occidental, central y oriental, recorriendo la geografía del país, de sur a norte. Se localizan en altitudes desde los 10 hasta los 2000 msnm. Guarne, el oriente antioqueño, el altiplano cundiboyacense muestran tolerancia de alturas por encima de la cota de los 2000 metros.

Particularmente, en la región Caribe, en los departamentos de Guajira, Magdalena y Atlántico, las colonias silvestres de sábila son mayores. Al mismo tiempo han sido expoliadas y arrasadas por imprudentes comerciantes que hacen su agosto en estas plantaciones naturales.

Por su facilidad de adaptación y sus propiedades la sábila ha despertado el interés como cultivo, habiéndose establecido plantaciones en 125 hectáreas del país, de las cuales 105 (96%) son temporales y las restantes 20 (4 %) comprenden cultivos de riego.

2.1.3 Historia del aloe vera a nivel regional. Desde la antigüedad se conocen los efectos curativos y de belleza que tiene el aloe vera. En la región no se ha perdido ese mito curativo de la planta, puesto que desde el tiempo de las abuelas se realizaban remedios con el aloe vera, más conocido en la zona como sábila. Esta planta es tan popular que es plantada en huertas, jardines, materas, todo con el fin de obtenerla cuando sea requerida.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Estudio de factibilidad. Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”. (Mendoza, 1986)

2.2.2 Estudio de mercados. Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

2.2.3 Estudio técnico. Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos. Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

2.2.4 Estudio administrativo. Es un estudio que dará información para identificación de necesidades administrativas en las áreas de planeación, personal, licitaciones, adquisiciones, información, comunicaciones, finanzas, y cobranzas, entre otras. Genera la información sobre las necesidades de infraestructura para el normal desarrollo de las labores en las áreas mencionadas.

En él también se señalan los requerimientos de equipos y dotación de insumos para el adecuado funcionamiento administrativo.

2.2.5 Estudio financiero. Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.

Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.

Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

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

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

2.2.7 Evaluación social. Persigue medir la verdadera contribución de los proyectos al crecimiento económico del país. Esta información, por lo tanto, debe ser tomada en cuenta por los encargados de tomar decisiones para así poder programar las inversiones de una manera que la inversión tenga su mayor impacto en el producto nacional. (Ministerio de Desarrollo Social, 2011)

2.2.8 Evaluación ambiental. Dentro de las organizaciones sociales establecidas, ya sean de carácter ambiental, económico, cultural y tecnológico; muchos de los nuevos administradores están comenzando su carrera profesional con la expectativa de cambiar el MODUS OPERANDI de éstas. Consecuentemente, estos profesionales están pugnando porque ocurran actividades de carácter político, social y económico, apoyados por diferentes entes públicos y privados, en pro de fomentar la integración de la dinámica ambiental en el desarrollo local y regional, asesorar procesos de desarrollo ambiental, aplicar eficientemente los diferentes instrumentos de gestión, dinamizar la formación para la gestión ambiental integral y fomentar en todos los sectores de la sociedad una cultura del desarrollo sostenible. Para tal propósito las teorías administrativas de

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

La gestión ambiental es un enfoque sistemático frente al cuidado ambiental en todos los aspectos organizacionales. La implementación de este enfoque normalmente es un proceso voluntario. Sin embargo las organizaciones evalúan los beneficios de la adopción de un manejo ambiental no sólo en términos financieros, sino también los riesgos por no tratar adecuadamente los aspectos ambientales. (Ministerio de Desarrollo Social, 2011)

2.2.9 *Áloe vera*. El Aloe Vera, *Áloe* o *sábila* pertenece al género de plantas de la familia *Asphodelaceae* y tiene alrededor de 400 especies. Suelen crecer en las zonas desérticas de África, en especial en las montañas del África tropical y El Cabo (Sudáfrica). Le permite sobrevivir largos periodos de tiempo en sequía, debido a que tiene una gran capacidad de conservar el agua de lluvia.

Las hojas del Aloe Vera contienen un gel, que a los tres años de vida está al máximo de su contenido nutricional, teniendo mas de 250 propiedades. En su composición tenemos vitaminas C y E, vitaminas B1, B2, B3 y B6, minerales como el magnesio, calcio, potasio y hierro, aminoácidos como leucina, serina, lisina, metionina, valina; y enzimas.

De las hojas del Aloe Vera se extrae un líquido viscoso verde-amarillento llamado aloína, puede ser usado como purgativo. Una vez hemos quitado la dermis y epidermis de las hojas se

pueden usar como remedio en la medicina para múltiples enfermedades, inclusive las oncológicas. Puede llegar a coadyuvar o curar lesiones de las mucosas y la piel.

Es calmante, descongestionante y contra la radiación ultravioleta se puede usar de filtro solar. Se usa para quemaduras leves del sol y para problemas de la piel irritada.

Usos del Aloe Vera. Los usos del Aloe Vera son dispares, pero los podemos dividir en dos niveles:

Nivel externo:

El Aloe es un excelente antiséptico y limpiador natural, penetra fácilmente en nuestra piel, para el cuidado de la piel la planta del Aloe vera es una de las más usadas, ya que suaviza e hidrata la piel, también es un excelente regenerador celular, tonificante, cicatrizante y penetra muy bien en la piel, traspasando la epidermis, la dermis y la hipodermis, y realiza un efecto limpiador expulsando los depósitos de grasa y bacterias que taponan nuestra piel. Además debido a que es un excelente regenerador de la piel ayuda a combatir las arrugas del envejecimiento prematuro de la piel, manchas, etc. (Julián, 2010)

La utilización externa del aloe vera en úlceras, llagas e inflamaciones incrementa la circulación en la zona afectada ya que dilata los capilares sanguíneos, destruye y descompone los tejidos muertos, incluyendo el pus, hidrata los tejidos y es antipirético, atenuando la sensación de calor en úlceras e inflamaciones y en llagas, favorece el crecimiento celular acelerando así la

curación de heridas. El Aloe Vera tiene una gran actividad fungicida y bactericida, es antiinflamatorio calmando el picor. Calma especialmente los dolores de articulaciones y musculares ya que actúa como anestésico.

Por ser un gran regenerador de la piel se puede usar después de la depilación y del afeitado a modo de after shave. El Aloe Vera se puede usar para combatir la caspa y fortalecer el cabello, ya que combate las posibles dermatitis seborreicas que puede producir el estrés. Tiene buenos resultados contra las erupciones eccematosas y casos de psoriasis.

Nivel interno:

El jugo de las hojas del Aloe Vera es utilizado en medicina, a esta masa sólida de sabor amargo y color muy oscuro, se le llama acíbar.

El acíbar cuando se administra en dosis elevadas de al menos 0,20 gr., tiene el efecto de ser un excelente purgante, con dosis menores tiene facultades aperitivas y estomacales. Es un purgante vigoroso que incide en el intestino grueso. Estos purgantes se pueden utilizar en grageas, tabletas, píldoras, gotas y supositorios. El extracto, la tintura y otros preparados se pueden usar como productos para estimular la secreción biliar.

El aspecto que tiene su pulpa lo hace poco apetecible, aunque su sabor no es desagradable. Algunos la muelen en licuadoras para posteriormente poder mezclarla con zumos de fruta o miel, y otros la toman en ensaladas, y hay personas que la tomar recién pelada.

Para los casos de problemas bucales, llagas, heridas por extracción de piezas, problemas bucales, gingivitis o estomatitis, se muele su pulpa y se procura mantener el gel en la boca todo el tiempo que nos sea posible y en contacto con la zona dañada.

El zumo de Aloe se puede ingerir en ayunas ya que es bueno para el estómago, ya que al ser ingerido es un excelente depurador.

Nuevas aplicaciones del Aloe Vera. Se ha descubierto recientemente que el Aloe Vera tiene nuevas aplicaciones en los tratamientos de tumores, úlceras o cáncer, y además los oftalmólogos lo usan para aliviar inflamaciones de los ojos, los odontólogos para reducir la inflamación de encías, los dermatólogos para reducir el acné, etc. Aunque estemos redescubriendo lo que antaño ya se hacía, como era curar heridas, utilizarlo para embellecer nuestra piel, para paliar problemas de quemaduras.

Esta “planta milagro”, solo nos aporta beneficios, es usada hoy en día por la industria cosmética y dietética, por lo que resulta fácil encontrarlo en herbolarios y tiendas de belleza. (Julián, 2010)

2.3 Marco Teórico

El trabajo de grado se basa en las siguientes teorías especialmente administrativas.

2.3.1 Teoría financiera de la empresa. Proporciona las herramientas tendientes a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la empresa, como así también reconocer situaciones que antes eran irrelevantes y pueden traer aparejado consecuencias graves, en una época de cambios constantes en el mundo.

La Teoría Financiera está formada por leyes, principios y conjuntos de fundamentos que explican los fenómenos relativos al financiamiento y a la inversión, así como el comportamiento de los instrumentos financieros, del mercado de dinero, capitales, divisas, metales y derivados. La Teoría Financiera funciona como una herramienta del administrador financiero en su tarea de incrementar el valor de la empresa, ya que le permite entender los fenómenos financieros y contribuye a la planeación de la empresa dentro de su entorno.

La Teoría Financiera de la empresa proporciona las herramientas tendientes a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la empresa, así como también reconocer situaciones que antes eran irrelevantes y que, en una época de cambios constantes, pueden tener consecuencias graves para la empresa. Naturaleza de la función financiera de la empresa Una empresa es un conjunto de personas con un objetivo común, y que para su logro utilizan recursos naturales, humanos, informáticos, servicios, capital, etc. Si la empresa tiene fines de lucro, el objetivo es la obtención de beneficios. Es decir que hay una organización, dentro de la cual se desenvuelve la función financiera de la empresa.

Decisiones de inversión. Implican planificar el destino de los ingresos netos de la empresa flujos netos de fondos a fin de generar utilidades futuras.

Decisiones de financiación. Persiguen encontrar la forma menos onerosa de obtener el dinero necesario, tanto para iniciar un proyecto de inversión, como para afrontar una dificultad coyuntural.

Decisiones de distribución de utilidades: tienden a repartir los beneficios en una proporción tal que origine un beneficio importante para los propietarios de la empresa, y a la vez, la valoración de la misma. Una combinación óptima de las tres decisiones genera el mayor valor de la empresa para sus dueños. (Alvarez R. , 2004)

2.3.2 Teoría del valor. Para Marx y otros autores que le anteceden como Smith y Ricardo, el trabajo es el único que produce el valor. La teoría del valor esta compuesta por principios que describen las relaciones que se presentan en un sistema económico y que se manifiestan exclusivamente en magnitudes, es decir, que se pueden expresar de manera cuantitativa. Así, con la condición de la existencia de un conjunto de individuos en relación con una lista de bienes dados a priori, la teoría del valor busca asociar valores o precios a estos bienes conocidos.

Adam Smith entendía que el trabajo era la calidad de medida exacta para cuantificar el valor. Para él, el valor era la cantidad de trabajo que uno podía recibir a cambio de su mercancía. Los bienes podían aumentar de valor, pero lo que siempre permanece invariable es el trabajo, o sea el desgaste de energía para producirlos, siendo entonces el trabajo el patrón definitivo e invariable del valor. Se trata de la teoría del valor comandado o adquirido. Aunque no era el

factor determinante de los precios, estos oscilaban hacia su precio de producción gracias al juego de la oferta y la demanda.

Esto nos quiere decir que todo bien producido necesariamente contiene trabajo, este trabajo es la fuerza de los hombres que han interactuado en el proceso de producción de dicho bien, o sea que en todo bien se vende la fuerza de trabajo (de cada hombre que interactuó en el proceso de producción).

Pero Adam Smith no logra explicar correctamente según la teoría del valor trabajo los conceptos de beneficio y renta, aparte, la venta de la fuerza humana no era percibida por un comprador común, por lo que se torna insostenible dicha teoría, esto lo lleva a desarrollar una segunda: Teoría de los costes de producción. Los problemas que le surgieron a su teoría original en la que el valor de las mercancías estaba dado por la cantidad de trabajo incorporado en ellas son:

En el mercado no se puede saber cuánto trabajo incorporado tiene una mercancía. Si el trabajo es la fuente de valor de las mercancías, el que cristalice el valor, el obrero debería ser el que se vea beneficiado de éste.

Posteriormente David Ricardo desarrolló una teoría del valor-trabajo incorporado en su obra Principios de economía política y tributación (1817). Continuando a Smith, adopta la primera de sus dos teorías del valor y trata de explicar cómo funciona el beneficio en la sociedad capitalista, además, critica la definición que este daba sobre el patrón invariable que era el trabajo. El valor del trabajo, explica, también varía. Según lo expuesto por Adam Smith, las

mercancías varían de valor pero el trabajo no, siendo el trabajo desgaste de energía, el aumento o reducción de costos de bienes de subsistencia, demandaría más trabajo para poder satisfacer las necesidades. (García, 1990)

2.3.3 Teoría del Control. A partir del año 1955, se desarrollan los métodos temporales, con el objetivo de solucionar los problemas planteados en aplicaciones aeroespaciales, estos métodos reciben un fuerte impulso con el desarrollo de las computadoras digitales, que constituían la plataforma tecnológica necesaria para su implantación, prueba y desarrollo.

Se debe decir que la Teoría de Control es un campo interdisciplinario de la ingeniería y las matemáticas, que trata con el comportamiento de sistemas dinámicos. A la entrada de un sistema se le llama referencia. Cuando una o más variables de salida de un sistema necesitan seguir cierta referencia sobre el tiempo, un controlador manipula la entrada al sistema para obtener el efecto deseado en la salida del sistema (retroalimentación).

El control como principio, pero en este caso le llama principio de amplitud del control y este principio destaca que cada superior no debe tener más que un cierto número de subordinados que varía según el nivel de los cargos y la naturaleza de los mismos indica también que el supervisor no solo supervisa personas sino también, y principalmente las relaciones entre esas personas (Chiavenato I, 1997). Urwick no contempla la amplitud del control y solo lo enfoca a la administración del personal, olvidando procesos, procedimientos y actividades que hacen parte actualmente de la implementación del control interno. (Cruz, 2000)

2.3.4 Teoría de sistemas. La teoría de sistemas (TS) es un ramo específico de la teoría general de sistemas (TGS).

La TGS surgió con los trabajos del alemán Ludwig von Bertalanffy, publicados entre 1950 y 1968. La TGS no busca solucionar problemas o intentar soluciones prácticas, pero sí producir teorías y formulaciones conceptuales que pueden crear condiciones de aplicación en la realidad empírica.

Los supuestos básicos de la TGS son:

Existe una nítida tendencia hacia la integración de diversas ciencias naturales y sociales.

Esa integración parece orientarse rumbo a un teoría de sistemas.

Dicha teoría de sistemas puede ser una manera más amplia de estudiar los campos no-físicos del conocimiento científico, especialmente en ciencias sociales.

Con esa teoría de los sistemas, al desarrollar principios unificadores que atraviesan verticalmente los universos particulares de las diversas ciencias involucradas, nos aproximamos al objetivo de la unidad de la ciencia.

Esto puede generar una integración muy necesaria en la educación científica.

La TGS afirma que las propiedades de los sistemas, no pueden ser descritos en términos de sus elementos separados; su comprensión se presenta cuando se estudian globalmente.

La TGS se fundamenta en tres premisas básicas:

Los sistemas existen dentro de sistemas: cada sistema existe dentro de otro más grande.

Los sistemas son abiertos: es consecuencia del anterior. Cada sistema que se examine, excepto el menor o mayor, recibe y descarga algo en los otros sistemas, generalmente en los contiguos. Los sistemas abiertos se caracterizan por un proceso de cambio infinito con su entorno, que son los otros sistemas. Cuando el intercambio cesa, el sistema se desintegra, esto es, pierde sus fuentes de energía.

Las funciones de un sistema dependen de su estructura: para los sistemas biológicos y mecánicos esta afirmación es intuitiva. Los tejidos musculares por ejemplo, se contraen porque están constituidos por una estructura celular que permite contracciones. El interés de la TGS, son las características y parámetros que establece para todos los sistemas. Aplicada a la administración la TS, la empresa se ve como una estructura que se reproduce y se visualiza a través de un sistema de toma de decisiones, tanto individual como colectivamente. (Arnold, 1989)

Con esta teoría surge la preocupación fundamental por la construcción de modelos abiertos más o menos definidos y que interactúan dinámicamente con el ambiente y cuyos subsistemas denotan una compleja interacción igualmente interna y externa. Los subsistemas que forman una organización son interconectados e interrelacionados, mientras que el suprasistema ambiental interactúa con los subsistemas y con la organización como un sistema.

2.3.5 Teorías administrativas. Son diversos los enfoques teóricos que se han adoptado a la hora de estudiar los fenómenos organizacionales, esto se acentúa más en la actualidad debido a la complejidad presentado por el sector, haciendo que su estudio se enfoque de diversas maneras, permitiendo gran cantidad de variables.

En la actualidad, la teoría administrativa estudia la administración de asociación y demás tipos de organizaciones desde el punto de vista de la interacción e interdependencia de las cinco variables principales, cada una de las cuales es objeto específico de estudio de una o más corriente de la teoría administrativa. Las cinco variables básicas, (tarea, estructura, personas, tecnología y ambiente) constituyen los principales componentes en el estudio de administración de la asociación. El comportamiento de estas variables es sistémico y complejo: cada una ellas influye y es influenciada por las demás; si se modifica una ellas, las otras también se modifican en mayor o menor grado.

2.3.6 Teoría Administrativa según el Enfoque de la Contingencia. El enfoque de la contingencia destaca que no se alcanza la eficacia organizacional siguiendo un único y exclusivo modelo organizacional, o sea, no existe una única forma que sea mejor para organizarse con el fin de alcanzar los objetivos diferentes de las organizaciones dentro de un ambiente también cambiante. Los estudios actuales sobre las organizaciones complejas llevaron a una nueva perspectiva teórica: la estructura de una organización y su funcionamiento son dependientes de la interface con el ambiente externo.

La más notable contribución de los autores del enfoque de la contingencia está en la identificación de las variables que producen mayor impacto sobre la organización, como el ambiente y la tecnología, para entonces predecir las diferencias en la estructura y en el funcionamiento de las organizaciones debidas a las diferencias en estas variables. Así, diferentes ambientes requieren diferentes relaciones organizaciones para una eficacia óptima. Se hace necesario un modelo apropiado para cada situación dada.

El enfoque de contingencia marca una nueva etapa en la Teoría General de la Administración, por las siguientes razones:

La teoría clásica concibió la organización como un sistema cerrado, rígido y mecánico (“teoría de la máquina”), sin ninguna conexión con su ambiente exterior. La preocupación básica de los autores clásicos era encontrar la “mejor manera” (the best way) de organizar, válida para todo y cualquier tipo de organización. Con este principio se delinea una teoría normativa y prescriptiva (cómo hacer bien las cosas), impregnada de principios y recetas aplicables a todas las circunstancias, teniéndose en cuenta una apreciable dosis de sentido común. Lo que era válido para una organización era válido y generalizable para las demás organizaciones.

2.3.7 Teoría de la transparencia. El concepto de transparencia es considerado una condición obligatoria dentro de muchas áreas de la seguridad. Los procedimientos deben ser conocidos y claros. La transparencia no siempre es absoluta, existen pasos intermedios entre un programa completamente opaco y uno transparente.

Al hablar de eficiencia, estamos haciendo referencia a un concepto ligado al ámbito económico, muy frecuente en el mundo empresarial, siendo uno de los criterios (junto al de equidad) que utiliza la economía política o pública para valorar la racionalidad en la asignación de recursos e ingresos.

Una primera aproximación a este concepto, nos llevaría a definir la eficiencia económica como la expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico para lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos.

Este principio no debe ser desconocido en la actuación administrativa y, más en concreto, en el ámbito de actuación de la contratación pública. A este respecto, hay autores que definen la eficiencia como la obtención de los mayores resultados con la mínima inversión. (Andrade, 2005)

2.3.8 Teoría de la confianza. Es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos. La confianza se verá más o menos reforzada en función de las acciones.

Los administradores hacen las cosas trabajando con personas. Esta frase, con frecuencia pronunciada por los diversos autores de la teoría del comportamiento, ayuda a explicar por qué algunos investigadores y escritores deciden analizar la administración haciendo un especial hincapié en el comportamiento humano.

Una de las primeras escritoras en plantear (a principios del siglo XX) que las organizaciones podían ser vistas desde la perspectiva del comportamiento individual y grupal dentro de las teorías de las relaciones humanas fue Mary Parker Follet. Follet afirmaba que las organizaciones deben basarse más en una ética grupal que en una individual. “El potencial individual, decía Follet, se mantiene así, como potencial, hasta que se expresa a través de la asociación grupal”.

Para los administradores, la asimilación de esta idea consistiría en armonizar y coordinar los esfuerzos grupales y por tanto se deberían basar más en su experiencia y conocimientos para dirigir al grupo de subordinados que en la autoridad formal de la posición que ocupan. Las ideas humanistas de esta autora influyeron en la manera de considerar la motivación, liderazgo, poder y autoridad en las organizaciones (Díez de Castro, 1999). Aunque hubo ejemplos aislados, como el de Robert Owen, de administradores que prestaron atención al elemento humano, no fue hasta 1930 cuando el enfoque del comportamiento se convirtió en parte importante de la filosofía de la administración. La Gran Depresión, el movimiento obrero y, sobre todo, los resultados de la investigación conductual fueron las principales causas que ayudaron a modificar el marco conceptual de la administración como ciencia. (García C. , 2010)

La Gran Depresión de 1929 hizo comprender a los administradores que el mundo empresarial se estaba convirtiendo en algo muy complejo, con problemas humanos que los gerentes debían reconocer y encarar, y al mismo tiempo la legalización en 1935 de la ley Wagner que dio al trabajo organizado el derecho a la negociación colectiva, impulsaron a los administradores a considerar el elemento humano dentro de la organización. Sin embargo, lo más

importante en este aspecto fue el inicio de la investigación conductual que desembocó en el movimiento de las relaciones humanas en la administración.

2.3.9 Teoría de toma de decisiones. La toma de decisión es un proceso durante el cual la persona debe escoger entre dos o más alternativas. Todas las personas pasan los días y las horas de la vida teniendo que tomar decisiones. Algunas decisiones tienen una importancia relativa en el desarrollo de la vida, mientras otras son gravitantes en ella.

La mayor parte de la teoría de la decisión es normativa o prescriptiva, es decir concierne a la identificación de la mejor decisión que pueda ser tomada, asumiendo que una persona que tenga que tomar decisiones (decision maker) sea capaz de estar en un entorno de completa información, capaz de calcular con precisión y completamente racional. La aplicación práctica de esta aproximación prescriptiva (de cómo la gente debería hacer y tomar decisiones) se denomina análisis de la decisión y proporciona una búsqueda de herramientas, metodologías y software para ayudar a las personas a tomar mejores decisiones. Las herramientas de software orientadas a este tipo de ayudas se desarrollan bajo la denominación global de Sistemas para la ayuda a la decisión (decision support systems, abreviado en inglés como DSS).

Como parece obvio que las personas no se encuentran en estos entornos óptimos y con la intención de hacer la teoría más realista, se ha creado un área de estudio relacionado que se encarga de la parte de la disciplina más positiva o descriptiva, intentando describir qué es lo que la gente realmente hace durante el proceso de toma de decisiones. Se pensó en esta teoría debido a que la teoría normativa, trabaja sólo bajo condiciones óptimas de decisión y a menudo crea

hipótesis, para ser probadas, algo alejadas de la realidad cotidiana. Los dos campos están íntimamente relacionados; no obstante, es posible relajar algunas presunciones de la información perfecta que llega al sujeto que toma decisiones, se puede rebajar su racionalidad y así sucesivamente, hasta llegar a una serie de prescripciones o predicciones sobre el comportamiento de la persona que toma decisiones, permitiendo comprobar qué ocurre en la práctica de la vida cotidiana. (Hansson, 2012)

2.3.10 Teoría del desarrollo económico. En relación a la teoría del desarrollo económico se tomó las bases de la teoría de la dependencia que surgieron en 1950 como resultado, entre otros, de las investigaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Uno de los autores más representativos fue Raúl Prebisch. El punto principal del modelo Prebisch es que para crear condiciones de desarrollo dentro de un país es necesario.

Las teorías del desarrollo, entendidas en su sentido actual, pretenden identificar las condiciones socioeconómicas y las estructuras económicas necesarias para hallar una senda de desarrollo humano y crecimiento económico sostenido (productivo o no). Normalmente el campo no se refiere al análisis de países desarrollados, sino que se estudian directamente las economías del subdesarrollados (sin embargo, no debe olvidarse que algunos economistas ortodoxos actuales consideran a veces a los modelos neoclásicos y keynesianos de crecimiento del Norte también como teorías de desarrollo).

Podemos dividir las visiones del desarrollo económico en cinco fundamentales: la conservadora, seguida principalmente por los economistas neoclásicos; la reformista, seguida por los keynesianos; la revolucionaria productiva, por el marxismo tradicional; la revolucionaria

humana, en torno a economistas del desarrollo humano e izquierdistas actuales (alter-globalistas, ecologistas y feministas); y la revolucionaria personal, por un heterogéneo conjunto de economistas perennes o transpersonales con antecedentes teóricos en el anarquismo político clásico. (Max-Neff, 1994)

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia. La Constitución Política de Colombia, en el título II de los derechos, las garantías, y los deberes Capítulo I de los derechos fundamentales consagra en su artículo 14 (Toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica). (República de Colombia, 2010)

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

Artículo 49. Modificado por el Acto Legislativo No 02 de 2009. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.

Corresponde al Estado organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud a los habitantes y de saneamiento ambiental conforme a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad. También, establecer las políticas para la prestación de servicios de salud por entidades privadas, y ejercer su vigilancia y control. Así mismo, establecer las

competencias de la Nación, las entidades territoriales y los particulares, y determinar los aportes a su cargo en los términos y condiciones señalados en la ley.

Los servicios de salud se organizarán en forma descentralizada, por niveles de atención y con participación de la comunidad.

La ley señalará los términos en los cuales la atención básica para todos los habitantes será gratuita y obligatoria.

Toda persona tiene el deber de procurar el cuidado integral de su salud y la de su comunidad.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

El posesionado acreditará el cumplimiento de esta obligación, dentro de los veinte días siguientes a la posesión, ante el funcionario que le hizo el nombramiento, mediante certificado de la cámara de comercio, so pena de perder el cargo o empleo respectivo. (Congreso de la República, 2009)

Artículo 19. Es obligación de todo comerciante:

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

5. Derogado. L. 222/95.

6. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

2.5 Marco Contextual

La influencia del municipio de Ocaña como máximo centro del comercio, educación, cultura, tecnología y desarrollo en la región ha conllevado a que se halla catalogado bajo el calificativo denominado "Provincia de Ocaña" (Alcaldía Municipal de Ocaña, 2012) compuesta por los municipios de:

La Playa de Belén

Abrego

Convención

San Calixto

Teorama

El Carmen

Hacarí

El Tarra

La Esperanza

Cáchira.

El área geográfica que conforma la subregión como es el territorio de la Provincia de Ocaña, parte del Sur del Cesar y Bolívar poseen características biofísicas similares, lo que desde

de la época de conquista y colonia generó un mismo desenvolvimiento comercial, cultural y social.

dentro de la composición del sur de cesar y sur del bolívar se conforma:

SUR DEL CESAR:

Curumaní

Pailitas

Tamalameque

Pelaya

La Gloria

Gonzales

Gamarra

Aguachica

Rio De Oro

San Martin

San Alberto

SUR DEL BOLÍVAR:

Morales

Simití

Arenal

Rio Viejo

Santa Rosa Del Sur

Cantagallo

San Pablo

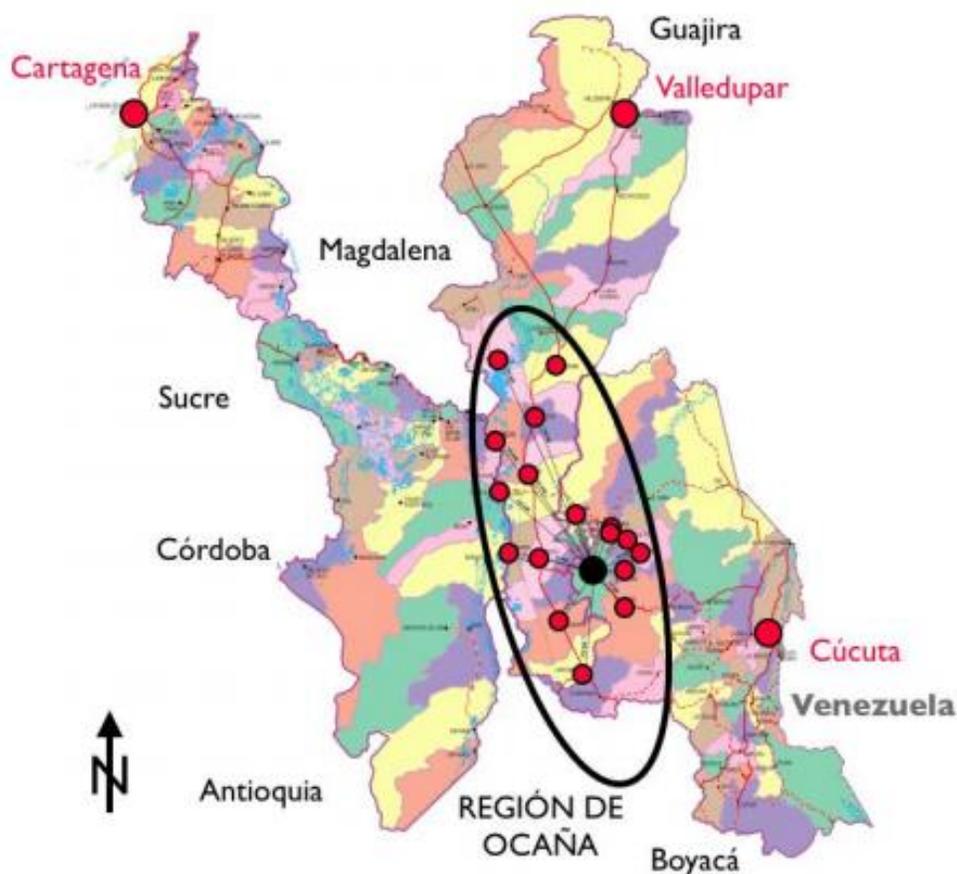


Figura 1. Mapa región de la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar
Fuente: ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA. Informe general. 2012.

A lado y lado de la cordillera oriental emergieron sobre las cuencas del Río Magdalena (medio) y Catatumbo (bajo y medio) dos regiones que en la actualidad comparten la misma historia, la misma economía, la misma visión cultural y demás aspectos sociales que hacen del Sur del Cesar, Sur de Bolívar y Provincia de Ocaña que se comporten como una misma región. (Alcaldía Municipal de Ocaña, 2012)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación.

Según (Rivas, 1995) señala que la investigación descriptiva, “trata de obtener información acerca del fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones”. Este tipo de investigación, no se ocupa de la verificación de la hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente. En la investigación se realiza un estudio descriptivo que permite poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del autor para darle solución al problema a través de información obtenida de la comunidad.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Para el desarrollo del presente trabajo se tendrá en cuenta la investigación descriptiva, buscando delimitar hechos característicos del problema en estudio donde se indaga, describe y se observa una situación concreta, ya que gracias a esta se analizarán las ventajas y beneficios que traería para la comunidad de la Provincia de Ocaña, sur de Cesar y sur de Bolívar, la comercialización del agua de aloe baja en calorías.

3.2 Población

Para el desarrollo de esta investigación se tendrá en cuenta la población conformada, por los habitantes de la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, de quienes se conocerá su apreciación respecto a la comercialización en esta región del agua de aloe baja en calorías.

Cuadro 1.

Población.

Lugar	Habitantes	Participación
Provincia de Ocaña	190.234	28%
Sur del Cesar	217.536	32%
Sur de Bolívar	266.000	40%
TOTAL	673.770	100%

Fuente: DANE, Censo General, 2005.

3.3 Muestra

Para determinar la población finita se considera la aplicación de la fórmula estadística que permitirá un mayor análisis relacionado con las personas que habitan en la Provincia de Ocaña, sur de Cesar y sur de Bolívar.

La fórmula a utilizar es:

$$n = \frac{N (ZC)^2 * (P.Q)}{N - 1 (e)^2 + (Z.C)^2 (P.Q)}$$

Teniendo en cuenta que el estudio incluye tres poblaciones, la muestra será dada individualmente, así:

MUESTRA

n = muestra

N = población dada en el estudio = 673.770

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

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

$$n = \frac{673.770 (1.96)^2 * (0.5).(0.5)}{673.770 - 1(0.05)^2 + (1.96)^2. (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{673.770 (3,8416) * 0,25}{673.769 (0,0025) + (3.8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{182.700,73}{475,5825 + 0,9604}$$

$$n = \frac{182.700,73}{476,5429}$$

N = 384

Muestra = 384 personas de la región objeto de estudio.

Con el resultado anterior se hace un resumen de la muestra que será tomada en cuenta en las poblaciones objeto de estudio, lo cual da como resultado:

Cuadro 2.*Muestra.*

Lugar	Muestra	Participación
Provincia de Ocaña	384 x 28%	107
Sur del Cesar	384 x 32%	123
Sur de Bolívar	384 x 40%	153
TOTAL		384

Fuente: Datos obtenidos del DANE. Muestra propia.

El total de la muestra es de 384 personas encuestadas, distribuidas el porcentaje de participación en la muestra según la cantidad de pueblos que hay en la Provincia de Ocaña, Sur de Cesar y Sur de Bolívar.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

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

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

A)

3.5 Procesamiento y análisis de la información

Para la organización y tabulación de la información obtenida por la aplicación de la encuesta se analizará cuantitativamente mediante tablas y gráficas estadísticas que representadas adecuadamente darán mayor claridad y elevarán el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto. Se realiza interpretación cualitativa, porque la información se clasifica y procesa realizando un análisis de cada una de las respuestas.

Capítulo 4. Presentación de Resultados

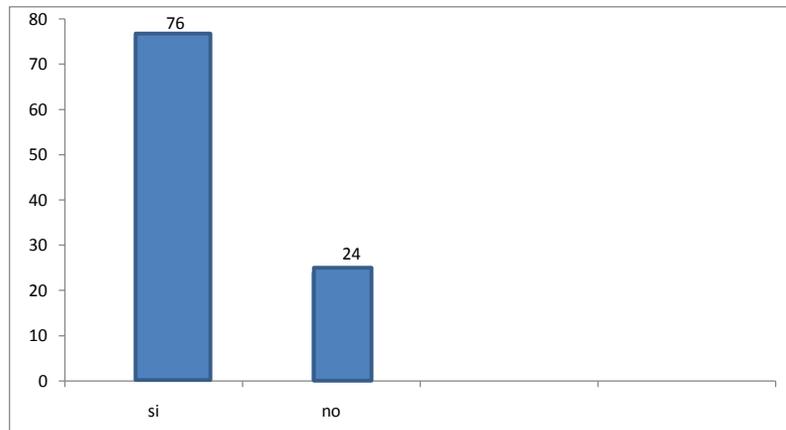
4.1 Realizar un estudio de mercados para determinar producto, precio, canales de distribución, competencia y publicidad

Tabla 1.

Compra de agua en botella

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	290	76
No	94	24
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



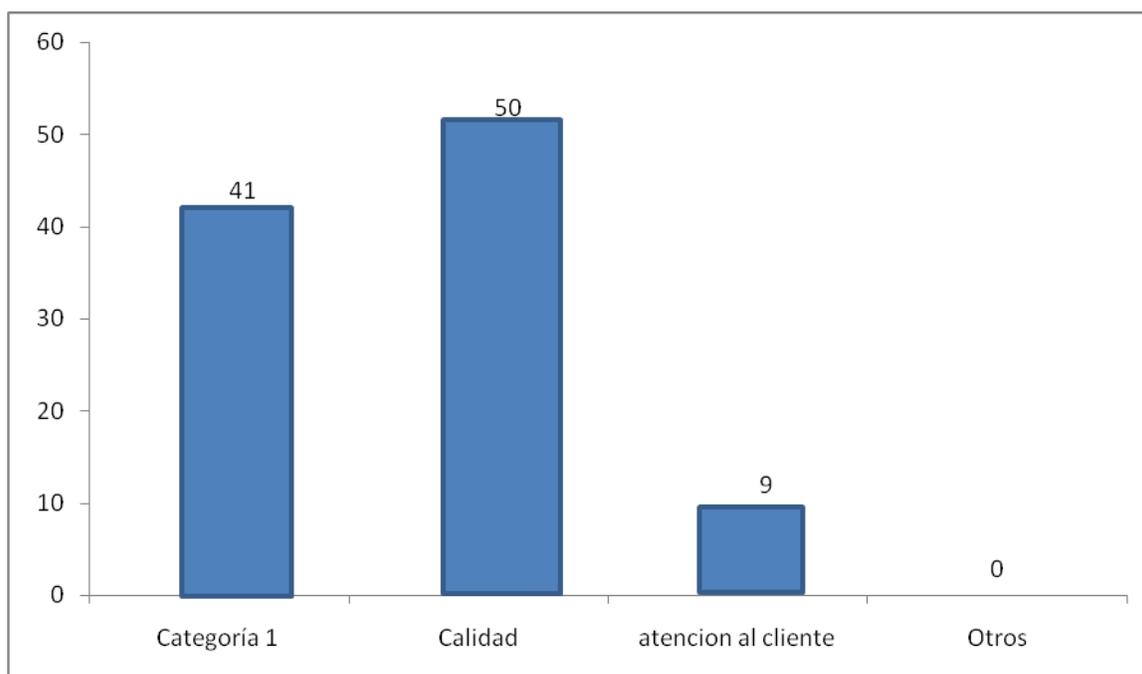
Grafica 1. Compra de agua en botella
Fuente: Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 2.

Aspecto a tener en cuenta a la hora de comprar un producto en un establecimiento comercial

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Precio	159	41
Calidad	190	50
Atención al Cliente	35	9
Otros	0	0
NS/NR	0	0
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



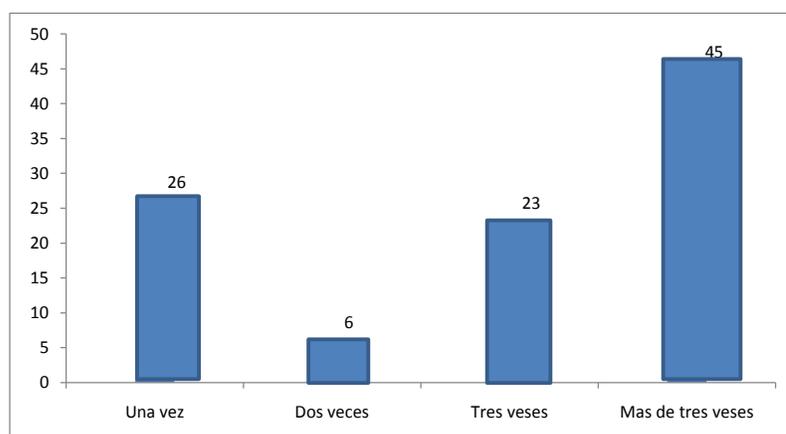
Grafica 2. Aspecto a tener en cuenta a la hora de comprar un producto en un establecimiento comercial

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 3.*Frecuencia de consumo de agua*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Una 1 vez	101	26
Dos veces	23	6
Tres veces	89	23
Más de tres veces	171	45
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



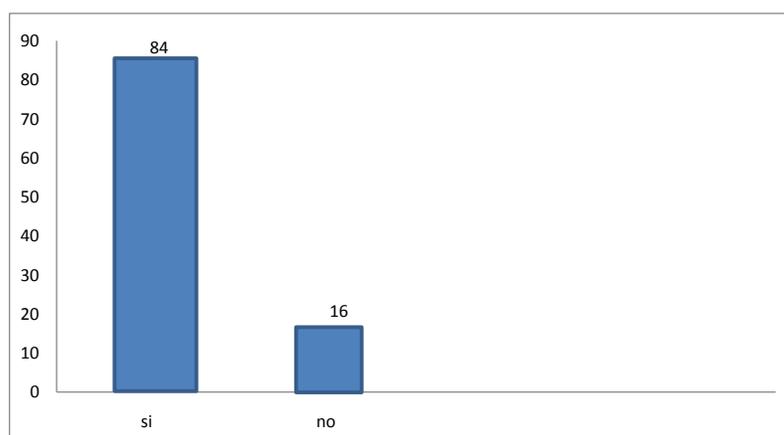
Grafica 3. Frecuencia de consumo de agua
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 4.*Ha escuchado hablar del agua con aloe vera*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	324	84
No	60	16
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de

Bolívar



Grafica 4. Ha escuchado hablar del agua con aloe vera

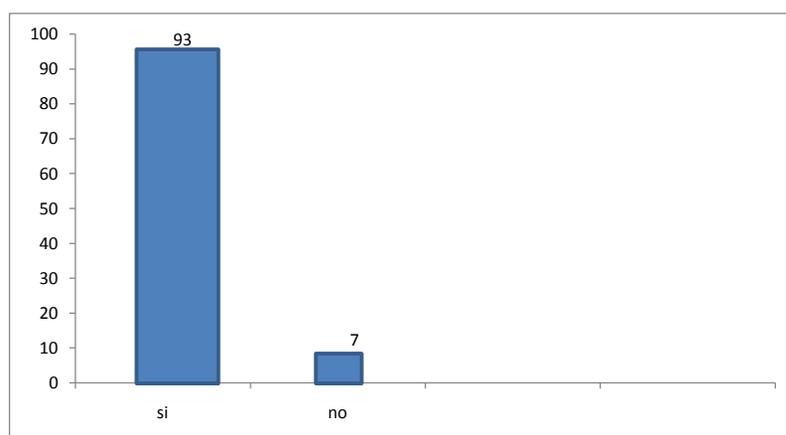
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 5.*Consumo de agua con aloe vera*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	93
No	28	7
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de

Bolívar



Grafica 5. Consumo de agua con aloe vera

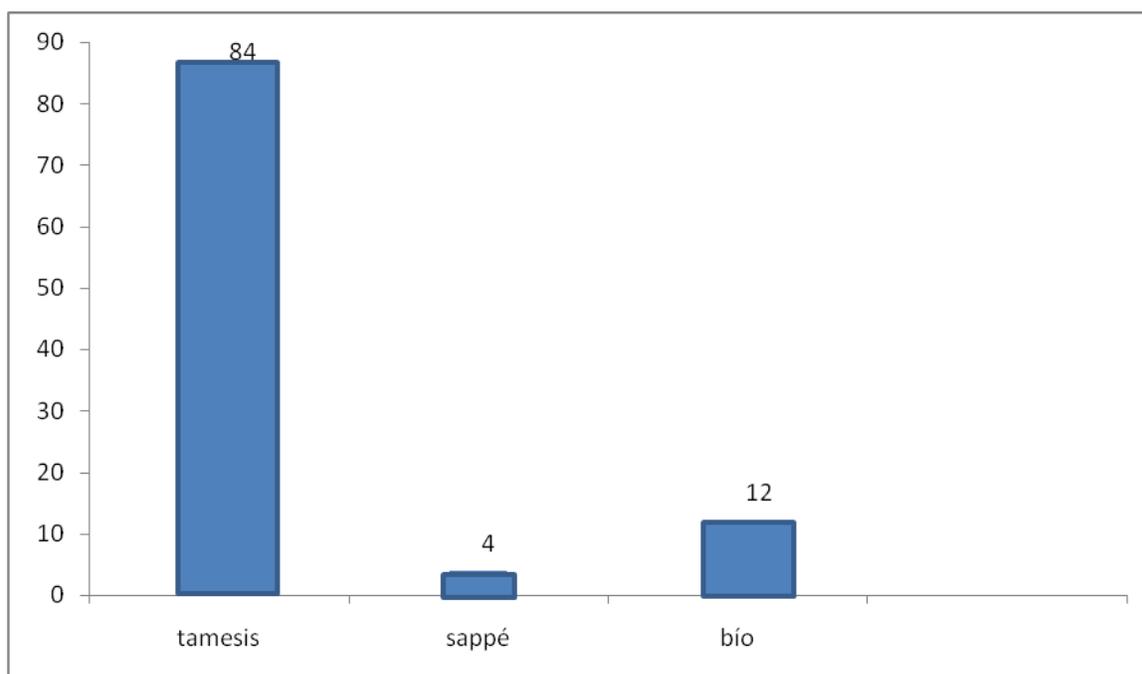
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 6.*Marca de agua de aloe consumida*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Támesis	323	84
Sappé	12	4
Bío	49	12
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de

Bolívar



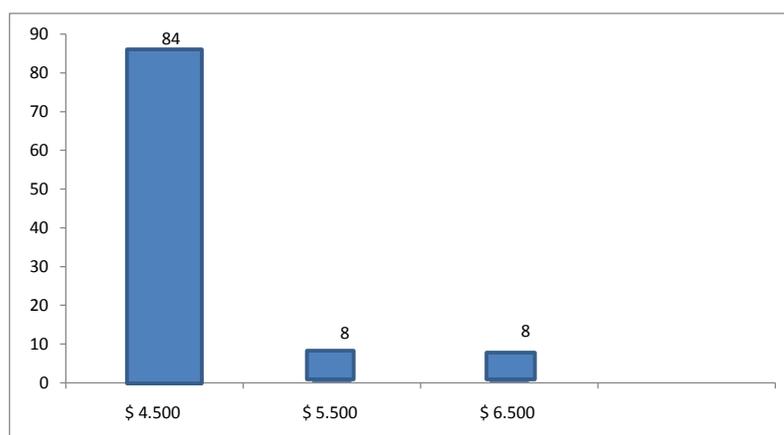
Grafica 6. Marca de agua de aloe consumida

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 7.*Precio del agua de aloe consumida*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$4.500	323	84
\$5.500	30	8
\$6.500	31	8
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



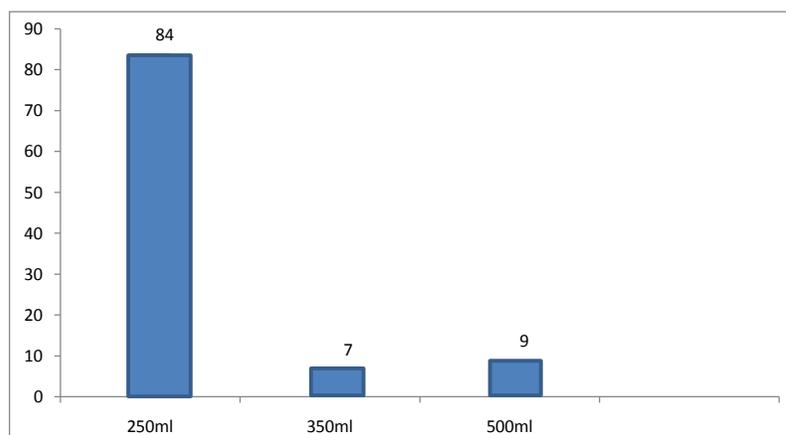
Grafica 7. Precio del agua de aloe consumida

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 8.*Tamaños de agua de aloe que adquiere*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
250ml	323	84
350ml	27	7
500ml	34	9
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



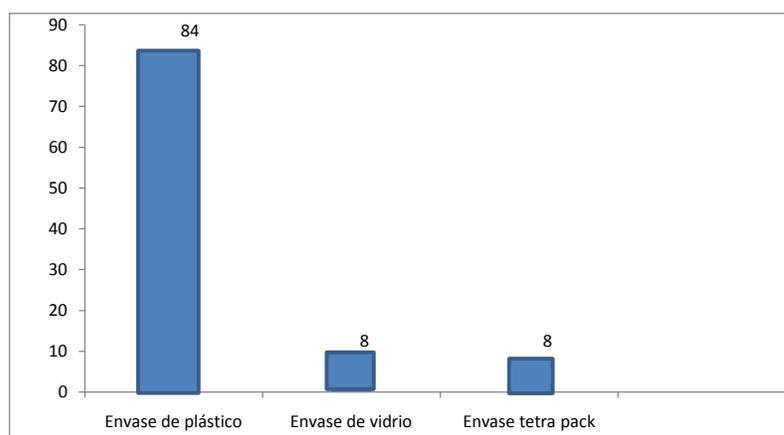
Grafica 8. Tamaños de agua de aloe que adquiere

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 9.*Presentaciones preferibles para comprar del agua de aloe*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Envase de plástico	323	84
Envase de vidrio	31	8
Envase de tetra pack	30	8
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



Grafica 9. Presentaciones preferibles para comprar del agua de aloe

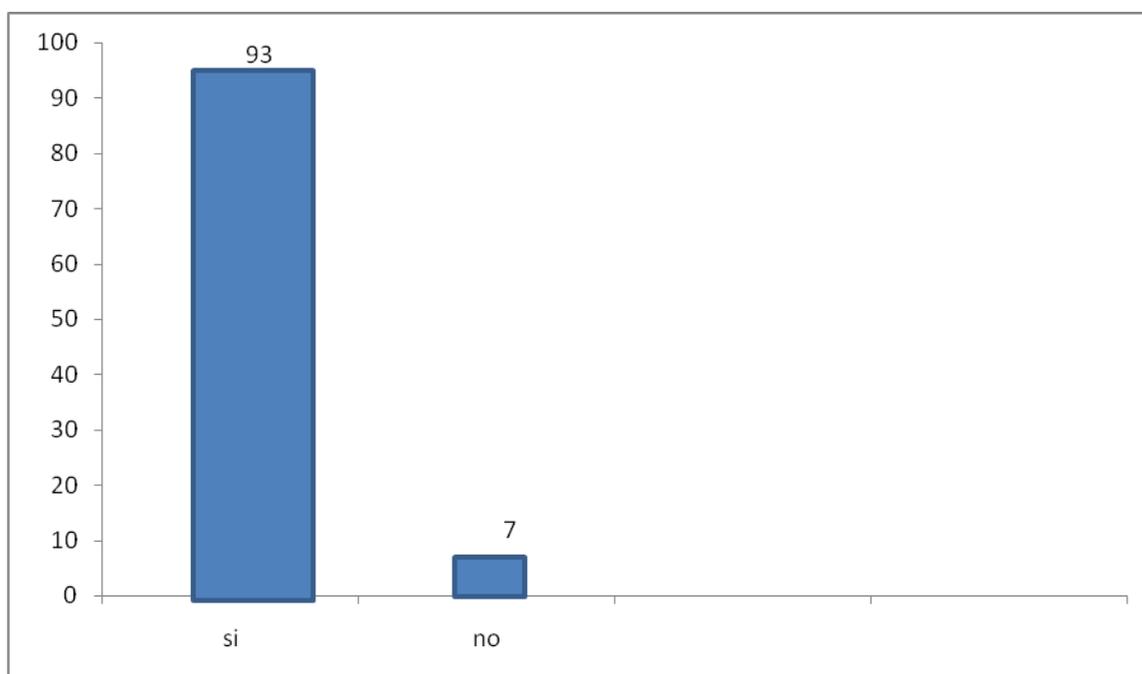
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 10.

Satisfacción a cabalidad de las empresas que comercializan agua baja en calorías en la región

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	93
No	28	7
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



Grafica 10. Satisfacción a cabalidad de las empresas que comercializan agua baja en calorías en la región

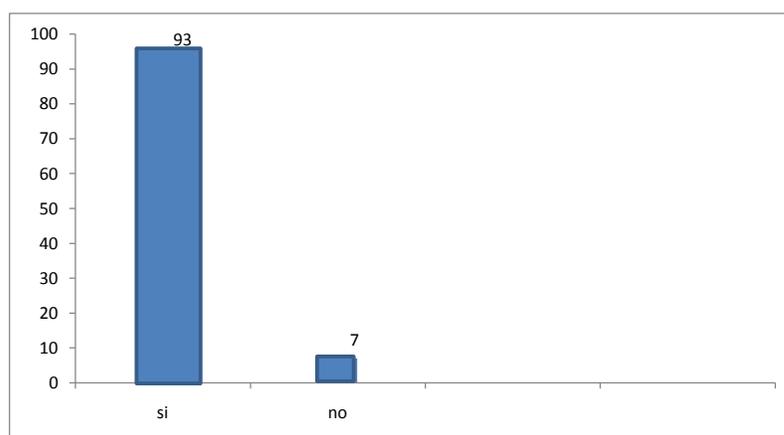
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 11.

Conocimiento de los beneficios del aloe vera

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	93
No	28	7
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



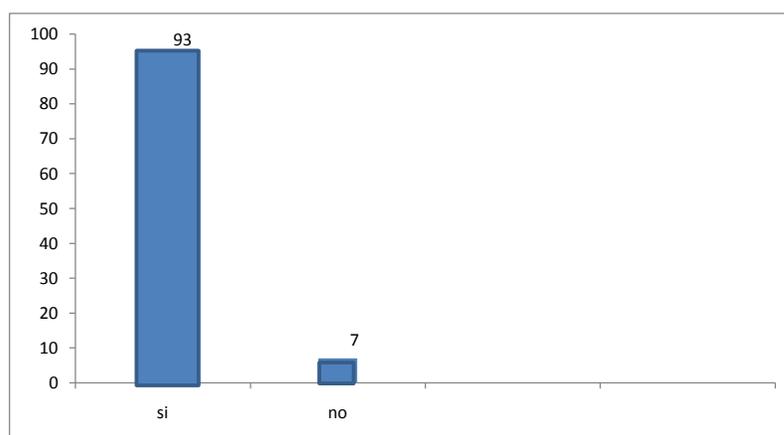
Grafica 11. Conocimiento de los beneficios del aloe vera

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 12.*Consumiría agua con aloe vera*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	356	93
No	28	7
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar

**Grafica 12. Consumiría agua con aloe vera**

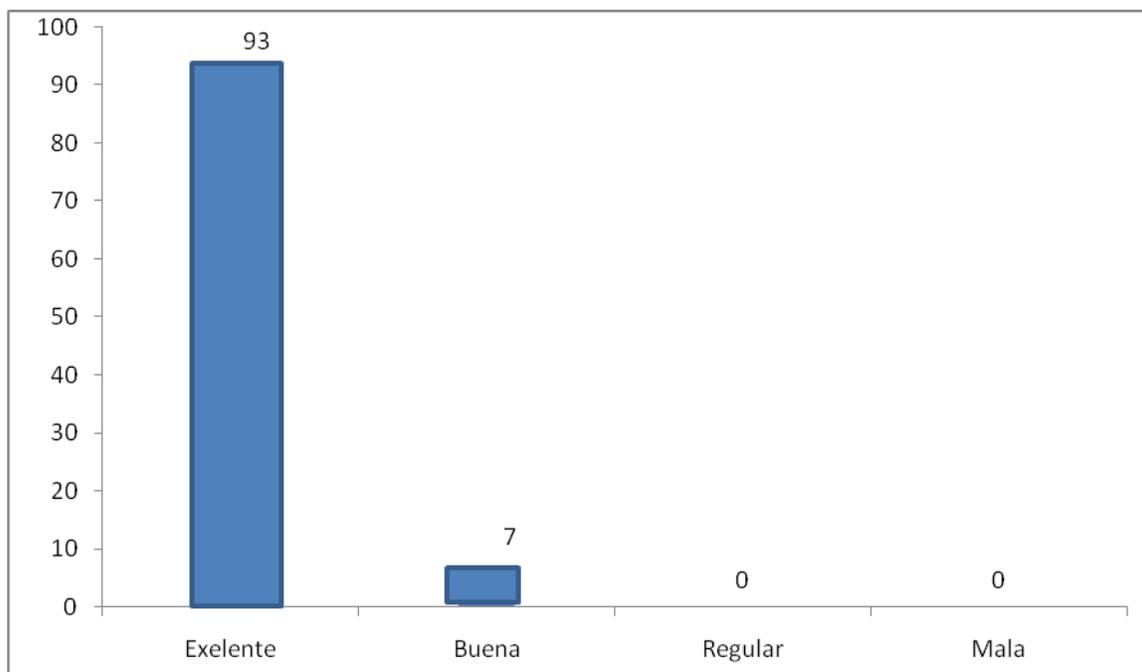
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 13.

Opinión acerca de la idea de que en la región se comercialice agua con aloe vera baja en calorías

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	356	93
Buena	28	7
Regular	0	0
Mala	0	0
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



Grafica 13. Opinión acerca de la idea de que en la región se comercialice agua con aloe vera baja en calorías

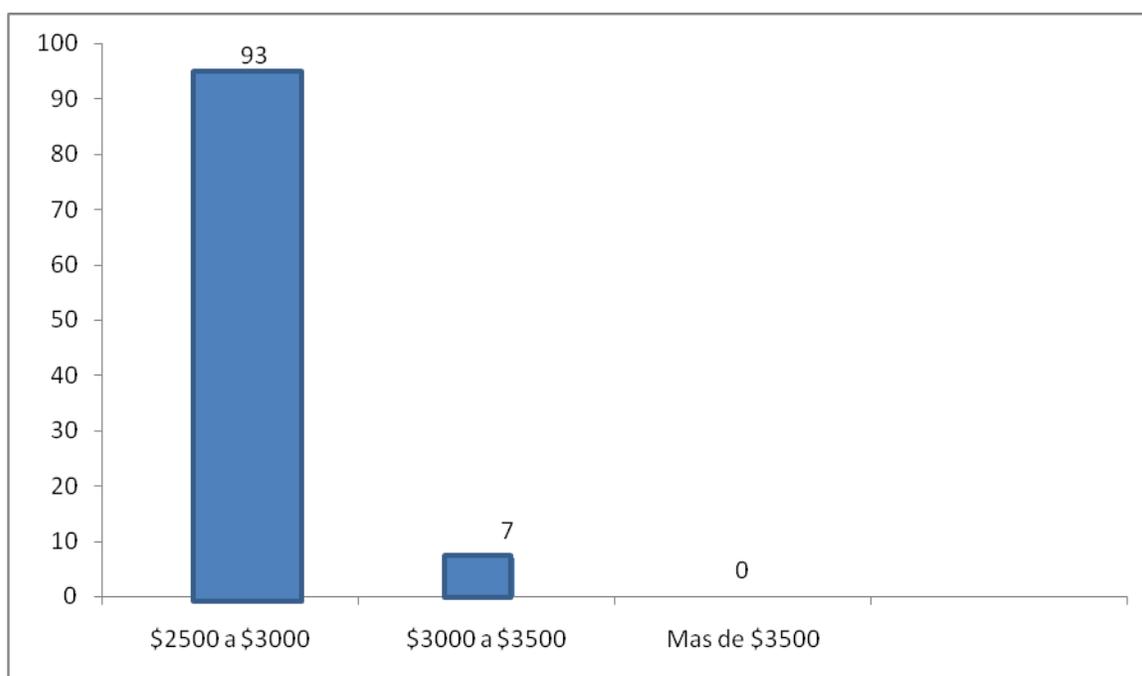
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 14.

Precio dispuesto a pagar por una botella de agua con aloe vera baja en calorías, de 300ml

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$2.500 a \$3.000	356	93
\$3.000 a \$3.500	28	7
Más de \$3.500	0	0
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



Grafica 14. Precio dispuesto a pagar por una botella de agua con aloe vera baja en calorías, de 300ml

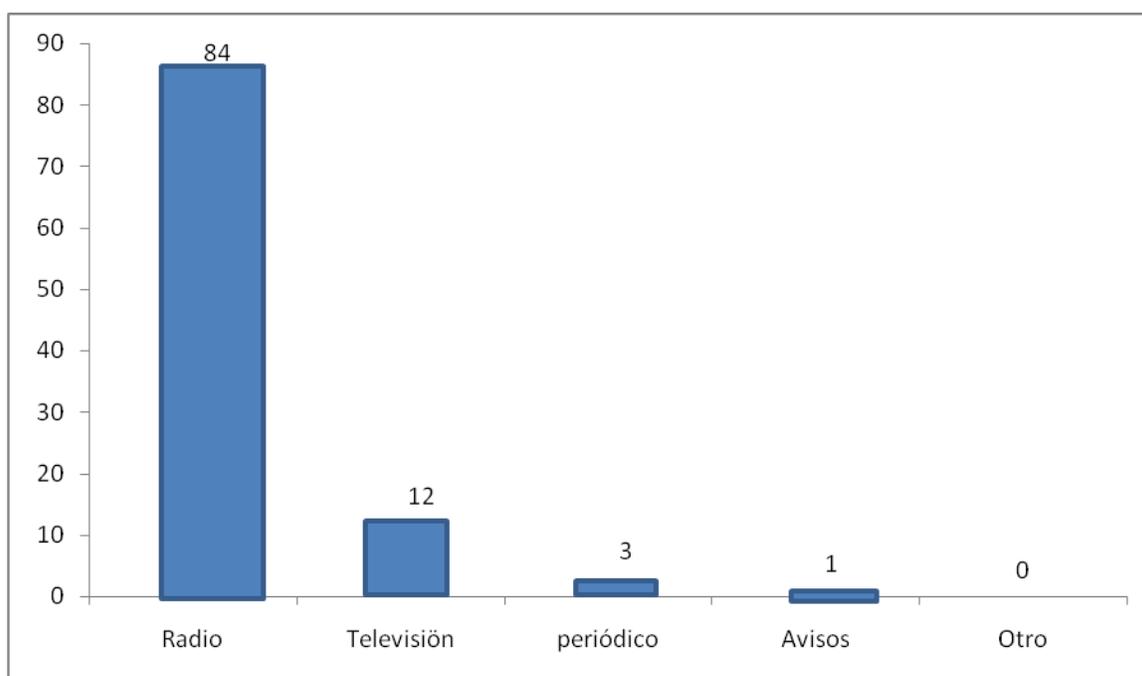
Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 15.

Medio de comunicación preferible para conocer la existencia de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Radio	324	84
Televisión	45	12
Periódico	12	3
Avisos	4	1
Otro	0	0
Total	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar



Grafica 15. Medio de comunicación preferible para conocer la existencia de la empresa
Fuente: Autores del proyecto.

4.1.1 Descripción del producto. El agua de aloe baja en calorías, es un producto que se encuentra circulando en el mercado, destacando que ha sido poco promocionado en ciertas zonas del país, dentro de las cuales se destaca la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar. Para ello se impulsará y comercializará el producto, con el fin de mostrar la calidad del mismo y de esta manera llevar un agua con muchos beneficios, toda vez que su ingrediente principal, es el aloe vera.

4.1.2 Descripción de la Demanda. Para realizar el estudio de la demanda del agua de aloe baja en calorías; se tuvo como base la aplicación de la encuesta, cuyos resultados indicaron que el 93% de la población objeto de estudio, se encuentran en disposición de adquirir el producto ofrecido, demostrando así que existiría una demanda bastante amplia para el funcionamiento de la misma en la región.

4.1.3 Determinación de la Oferta

El Precio. La definición del precio está determinada por la empresa productora del mismo, la cual vende a la empresa comercializadora el producto a un precio mayorista de \$1.842; el cual se denominará costo del producto.

La empresa comercializadora obtendrá una utilidad bruta del 84% al producto; el cual tendrá un precio de venta \$3.400.

Canales de Distribución. Considerando que el Canal de distribución es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor, la empresa utilizará el canal detallista estructurado de la siguiente manera: Comercializadora – Distribuidores – Consumidor final; teniendo en cuenta que es el más adecuado para la distribución de los productos, favoreciendo tanto la actividad económica como a la empresa y a los clientes finales.

Gráficamente el canal de distribución de la empresa es:

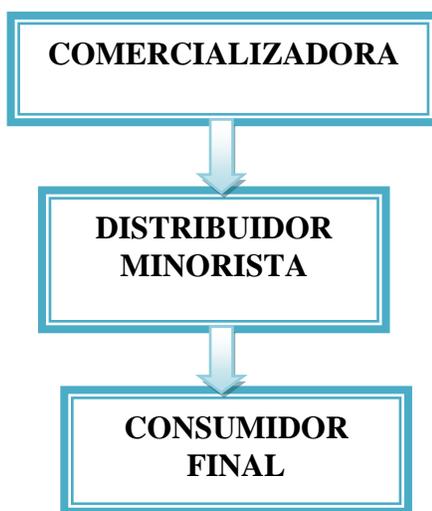


Figura 2. Canal de distribución.
Fuente: Autores del proyecto.

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

La ciudad de Aguachica cuenta con medios masivos de comunicación, que dan la oportunidad de dinamizar la oferta y promoción de productos y servicios. En este sentido el proyecto tendrá como estrategia, la utilización de estos medios masivos, principalmente la radio.

Las emisoras de la ciudad, de las cuales se tendrán en cuenta:

PROVINCIA DE OCAÑA

Canal comunitario TV San Jorge

Radio Catatumbo

SUR DEL CESAR

Radio Guatapuri

SUR DEL BOLIVAR

Caramarí Estéreo

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

4.1.4.1 Logotipo.



Figura 3. Logotipo.

4.1.4.2 *Presentación del producto.* El producto mostrará una presentación en envase plástico no retornable, con una cantidad de agua de aloe de 440 ml. En su etiqueta llevará el color de acuerdo a su sabor, así: la etiqueta de color naranja, será el de melocotón (Peach) y la etiqueta de color verde, corresponde al sabor uva (Grape), como se muestra a continuación:



Figura 4. Presentación del producto.
Fuente: Autores del proyecto.

4.1.4.3 *Slogan*. El slogan que se tendrá en cuenta para la comercialización del agua de aloe vera, será el siguiente:

“Una bebida tan natural como tú”

4.2 Estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto y los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio.

4.2.1 Localización. Macro localización. La comercializadora que distribuirá el producto en las diferentes regiones de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, estará ubicada en la ciudad de Ocaña, N.S.

Micro localización. Con el fin de brindar un excelente servicio, buscando además la comodidad en el cargue y descargue, la empresa se ubicará en la zona industrial de la ciudad de Ocaña, la cual se encuentra en el km 1 vía al aeropuerto Aguas Claras.

4.2.2 Requerimiento Físico. Equipo de Oficina. El funcionamiento de la comercializadora de agua de aloe vera, conlleva a la adquisición de ciertos muebles y equipos de oficina que faciliten el desempeño administrativo.

Tabla 16.*Equipos de oficina.*

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Mesa Computador	2	80.000	160.000
Silla Computador	2	75.000	150.000
Archivador	1	250.000	500.000
Ventilador	1	40.000	80.000
TOTAL			\$8.70.000

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 17.*Equipo de computación, comunicación y otros.*

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Computador	2	1.000.000	1.200.000
Impresora	1	250.000	250.000
Teléfono	2	40.000	80.000
Software	2	170.000	240.000
Cámara de seguridad	2	200.000	400.000
TOTAL			\$2.170.000

Fuente: Autores del proyecto.

4.2.3 Tamaño del Proyecto. Capacidad Diseñada. Según la investigación de mercados realizada se pudo detectar que el tamaño del mercado objetivo es de 673.770 personas que habitan en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, y que al 93% de las mismas, lo cual corresponde a 626.606 personas, les parece excelente la idea de que en esta zona se

comercialice el agua de aloe vera baja en calorías. De acuerdo a ello, la empresa optará por responder en el primer año de operatividad a un 10% de éstas.

Se estima un incremento anual del 10% en la cobertura total del proyecto con el fin de atender las necesidades de los clientes.

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

4.2.5 Necesidades del recurso humano. Se cuenta con personal operativo y administrativo especializado en la ejecución de las actividades a realizar. La actividad económica de la empresa implica la utilización de los servicios de personal que tenga dominio y conocimientos en el área de bodega, comercial, administrativa y financiera para operar de una manera eficaz y eficiente.

4.3 Diseño de la estructura administrativa adecuada para la comercialización de agua de aloe baja en calorías en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar.

4.3.1 Misión. Satisfacer las necesidades y expectativas del mercado, a través de la comercialización de agua de aloe baja en calorías de excelente calidad, mediante el uso de

ingredientes naturales, con un recurso humano competente y comprometido, y el apoyo de nuestros proveedores; en la provincia de Ocaña, sur del Cesar y del Bolívar

4.3.2 Visión. La comercializadora de agua de aloe baja en calorías, tiene como meta convertirse en diez años, en una empresa líder en el sector de productos naturales en el ámbito regional, convirtiéndose en distribuidora prestigiosa y posicionada comercialmente del norte y oriente colombiano, comercializando productos de excelente calidad que respondan a las exigencias de nuestros clientes.

4.3.3 Valores. Disciplina: Motiva acciones organizadas, perseverantes, constantes y planeadas asumidas con una actitud de compromiso con la misión de cada cargo para dar cumplimiento a la visión de la empresa.

Transparencia: Refiere la responsabilidad de los actos congruente con el compromiso adquirido de acuerdo al rol y cargo que ocupa en la empresa y en la sociedad.

Confiabilidad: Es el resultado esperado de las acciones como de la información que debe ser compartida de forma oportuna y veraz para el análisis y toma de decisiones.

Actitud de servicio: Refleja el interés constante y dinámico de la atención y satisfacción de las necesidades de empleados y administrativos.

Conciencia Social: Es el resultado del aprendizaje colectivo e individual que involucra la conciencia y reconocimiento del medio ambiente, el entorno sociocultural, económico y político promoviendo acciones de equidad, solidaridad y de desarrollo sostenible.

Equidad: Contar con la capacidad para establecer el equilibrio entre derechos y deberes para dar cumplimiento a la responsabilidad

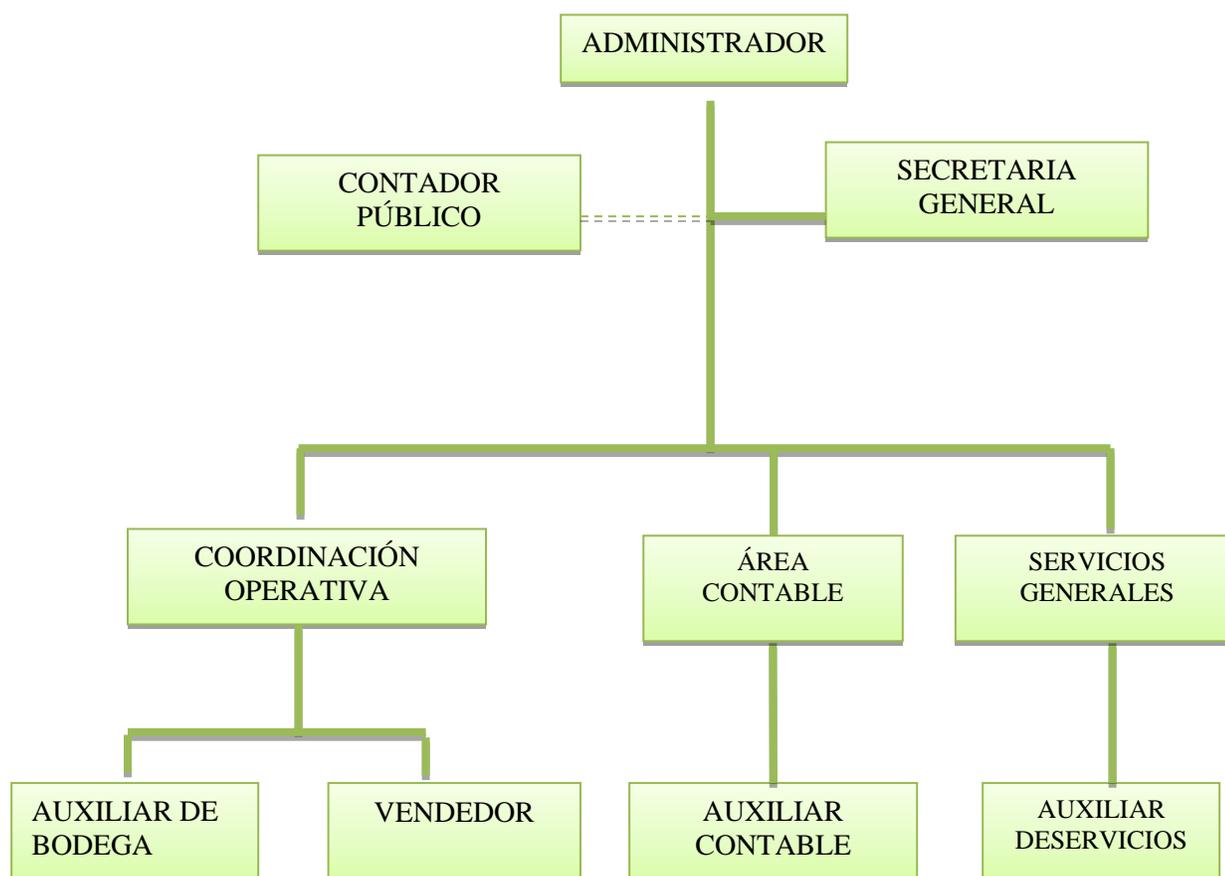


Figura 5. Organigrama
Fuente: Autores del proyecto.

4.3.4 Manual de funciones. Con el siguiente manual, se dan a conocer funciones específicas, cargos, dependencia de cada uno de los empleados que harán parte de la comercializadora de agua de aloe baja en calorías.

Cuadro 3.

Manual de funciones: Administrador

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	ADMINISTRADOR
JEFE INMEDIATO:	Propietario
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
1. Representar a la sociedad ante terceros y ante toda clase de autoridades de orden administrativo y jurisdiccional 2. Vigilar que los bienes y valores de la empresa se mantengan con la seguridad necesaria. 3. Vigilar la actividad de los empleados, e impartirle las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la compañía. 4. Administrar eficientemente los recursos de la empresa. 5. Celebrar contratos y realizar gestiones que tengan que ver con la actividad económica de la empresa. 6. Establecer objetivos de ventas específico, y desarrollar estrategias y procedimientos para alcanzarlos. 7. Reclutar y seleccionar al personal apropiado para estos trabajos. 8. Brindar las condiciones de motivación (incentivos) para alcanzar un alto desempeño en ventas.	
Requisitos	Escolaridad: Administrador de Empresas o carreras afines Experiencia: mínima de un año en cargos afines. No haber sido sancionado por una ley u otra entidad.

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 4.*Manual de funciones: Contador Público*

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR PÚBLICO (staff)
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS:	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera del plan de cuentas 2. Llevar en orden los libros mayores 3. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa 4. Preparar y presentar tributo al orden municipal, departamental y nacional 5. Clasificar los estados financieros 6. Disposición a nuevas tareas asignadas 	
Requisitos	Escolaridad: profesional en el área de contaduría publica Experiencia: 1 año

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 5.*Manual de funciones: Secretaria general*

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	SECRETARIA GENERAL
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios. 2. Recibe y envía correspondencia. 3. Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia. 4. Realiza y recibe llamadas telefónicas. 5. Actualiza la agenda del administrador. 6. Toma mensajes y los transmite. 7. Brinda apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos. 8. Convoca a reuniones de la empresa. 9. Archiva la correspondencia enviada y/o recibida. 	

10. Actualiza el archivo de la unidad. 11. Elabora cheques. 12. Lleva control de caja menor.	
Requisitos	Escolaridad: Técnico en auxiliar contable - carreras afines a la Contabilidad. Experiencia: 1 año

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 6.

Manual de funciones: Vendedor

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	VENDEDOR
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
1. Son los responsables de establecer el contacto cuando se realiza una venta, con el objetivo de detectar las necesidades del cliente. 2. Manejo de relaciones públicas con el cliente. 3. Atención al cliente externo y de mostrador. 4. Realizar los cobros de las ventas de contado. 5. Verifica la existencia del producto para la confirmación de pedidos. 6. Satisfacer la demanda de los consumidores.	
Requisitos	Escolaridad: conocimientos en ventas y mercadeo. Experiencia: 1 año como vendedor o auxiliar de almacén.

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 7.

Manual de funciones: Auxiliar de servicios.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR DE SERVICIOS
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar y distribuir las bebidas y alimentos que se requieran en el despacho para atender funcionarios y visitantes, o con ocasión de juntas, reuniones o eventos especiales. 2. Responder por el uso adecuado, la conservación física y el buen estado de los bienes y elementos suministrados para el normal desarrollo de sus funciones. 3. Realizar, diariamente, las labores de aseo de las oficinas del Despacho y mantenerlas en excelente presentación ante propios y extraños. 4. Responder por elementos utilizados para la ejecución de sus tareas. 	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 1 año.

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 8.

Manual de funciones: auxiliar de bodega

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR DE BODEGA
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Archivar en orden los pedidos del día. 2. Velar por el orden en la bodega, acondicionando los productos que se encuentren en 	

orden por género o código.	
3. Velar por la limpieza de la bodega (estanterías, piso, baños e insumos).	
4. Revisión y recolección de firmas de la guías de salida de los responsables de cada área de trabajo.	
5. Revisión o conteo de algunos artículos en base al inventario físico que tuvieron movimiento durante la semana.	
6. Organizar en bodega la mercancía recibida.	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 6 meses

Fuente: Autores del proyecto.

4.3.5 Manual de procedimientos. Con el siguiente manual, se dan a conocer los procedimientos específicos a realizar de cada uno de los empleados que harán parte de la comercializadora de agua de aloe baja en calorías.

Cuadro 9.

Manual de procedimientos: administrador

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
NOMBRE DEL CARGO	ADMINISTRADOR
NUMERO DE CARGOS	UNO

JEFE INMEDIATO	NINGUNO
NUMERO	PROCEDIMIENTO
1	Registrar la firma
2	Firmar todos los documentos
3	Presentar informes periódicamente de las actividades realizadas
4	Obtener información de las ventas
5	Conocer las necesidades de los clientes
6	Diseñar estrategias de ventas
7	Establecer las estrategias de ventas
8	Publicar información sobre la vacante
9	Recibir hojas de vida de los aspirantes
10	Realizar entrevistas a los aspirantes
11	Seleccionar las hojas de acuerdo al perfil
12	Contratar al personal que cumpla con todos los requisitos
13	Cumplir con lo pactado con el trabajador

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 10.

Manual de procedimientos: Contador público

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
NOMBRE DEL CARGO	CONTADOR PUBLICO
NUMERO DE CARGOS	UNO
JEFE INMEDIATO	GERENTE
NUMERO	PROCEDIMIENTO
1	Generar mensualmente el reporte de las cuentas “pagos anticipados” de seguros y fianzas.

2	Reunir información de los ingresos y egresos de la empresa.
3	Seleccionar las cuentas.
4	Agregar la información financiera al libro de contabilidad.
5	Hacer actualizaciones periódicamente
6	Determinar las fechas del pago de obligaciones.
7	Tener actualizado todos los documentos.
8	Informar al gerente de la empresa sobre los pagos que se realizan periódicamente

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 11.

Manual de procedimientos: Secretaria general

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
NOMBRE DEL CARGO	SECRETARIA GENERAL
NUMERO DE CARGOS	UNO
JEFE INMEDIATO	GERENTE
NUMERO	PROCEDIMIENTO
1	Redactar los documentos que se necesitan durante el transcurso de día.
2	Revisar los correos
3	Revisar la agenda del administrador
4	Informarle al administrador acerca de reuniones, salidas etc.
5	Mantener al día los documentos y herramientas necesarias para las reuniones.
6	Archivar los documentos importantes.
7	Llevar el control de la caja menor

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 12.*Manual de procedimientos: vendedor*

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
NOMBRE DEL CARGO	vendedor
NUMERO DE CARGOS	UNO
JEFE INMEDIATO	GERENTE
NUMERO	PROCEDIMIENTO
1	Conocer el cliente
2	Entrevistar al cliente para conocer sus necesidades
3	Mostrarle el portafolio de productos que ofrece la empresa.
4	Brindarle toda la información en relación a la oferta (precio, cantidad , etc)
5	Entregarle la mercancía en el establecimiento comercial
6	Discutir acerca del día de pago de la mercancía.
7	Concretar la venta con el cliente.

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 13.*Manual de procedimientos: Auxiliar de servicios*

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
NOMBRE DEL CARGO	Auxiliar de servicios
NUMERO DE CARGOS	UNO
JEFE INMEDIATO	GERENTE
NUMERO	PROCEDIMIENTO
1	Limpiar la fachada de la comercializadora.
2	Limpiar y ordenar las oficinas de la parte administrativa.
3	Limpiar y mantener con buena higiene la bodega.

4	Lavar y mantener aseados los baños
5	Preparar y repartir bebidas y/o alimentos a los funcionarios o visitantes

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 14.

Manual de procedimientos

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR DE BODEGA
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
PROCEDIMIENTOS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir y entregar la mercancía que llegue a la bodega 2. Preparar el pedido del día. 3. registrar en el sistema el inventario 4. Llevar la mercancía hasta el carro encargado de entregarla y organizarla. 5. estar pendiente de la higiene la bodega en general 6. recolección de firmas a los responsables de la entrega de la mercancía. 7. conteo de artículos en base al inventario tuvieron movimiento durante la semana. 8. Organizar en bodega la mercancía recibida. 9. entregarle a sus superiores el formato con las firmas de la mercancía entregada y recibida, y el conteo del inventario final. 	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 6 meses

Fuente: Autores del proyecto

***REGALMENTO INTERNO DE LA COMERCIALIZADORA DE AGUA DE ALOE BAJA
EN CALORIAS***

PREÁMBULO

La comercializadora de agua de aloe baja en calorías y sus trabajadores reconocen que en sus relaciones de Trabajo están en la obligación de proceder en forma legal y armoniosa, dando estricto cumplimiento a las disposiciones contenidas en la Constitución de la República y el Código del Trabajo y al presente Reglamento.

CAPITULO I

DISPOSICIONES PRELIMINARES

ARTICULO No.1.-El presente Reglamento de Trabajo de la COMERCIALIZADORA DE AGUA DE ALOE BAJA EN CALORIAS, con domicilio en la zona industrial de Aguachica, departamento del Cesar constituye el conjunto de normas obligatorias que determinen las condiciones a que deben de sujetarse el patrono y sus trabajadores en la prestación del servicio. La Empresa se dedica a la comercialización de agua de aloe baja en calorías.

CAPITULO II

REQUISITOS DE ADMISIÓN

ARTICULO No.5.-Toda persona que desee ingresar como trabajador en la COMERCIALIZADORA DE AGUA DE ALOE BAJA EN CALORÍAS presentara los siguientes documentos:

- a) Hoja de vida.
- b) Documento de identidad
- c) Constancia que acredite su experiencia, título o diploma, Curriculum Vitae, Cartas de Recomendación.
- d) Constancia de no tener Juicios pendientes en los Tribunales de Justicia, extendida por autoridad competente.
- e) Fotografías tamaño carnet recientes.
- f) Firmar con el empleador o su representante en caso de ser aceptado, el Contrato Individual de Trabajo.

Aceptada la solicitud por la empresa deberá suscribirse el respectivo contrato individual de trabajo por duplicado, correspondiente el original para la empresa y la copia para el empleado.

CAPITULO III

TRABAJADORES TRANSITORIOS O POR SERVICIO

ARTICULO No.9.-Serán trabajadores transitorios o temporales los que se contraten por tiempo limitado, para obra o servicios determinados. Los contratos por tiempo limitado, o para obra o servicios determinados terminarán al expirar el plazo o al ejecutarse la obra.

CAPITULO IV

HORARIO DE TRABAJO INICIO Y TERMINACIÓN DE LABORES HORAS EXTRAS

ARTICULO No.10.-Las horas de entrada y salida al trabajo se sujetaran al siguiente

Horario:

De Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 12:00 p.m.

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

Días de Descanso: sábado medio día y Domingo

CAPITULO V

LICENCIAS ASUETOS E INCAPACIDADES

ARTICULO No. 25.- El trabajador tendrá derecho a permisos especiales remunerados para el cumplimiento de obligaciones de carácter público impuestas por la ley, en caso de grave calamidad doméstica, para el desempeño de comisiones sindicales en la forma y tiempo establecido en el Código del Trabajo o en su defecto a consideración del empleador.

Los permisos para ausentarse del trabajo serán concedidos por la Empresa solo por causa justificada, por tiempo razonable y tales permisos deberán solicitarse por escrito y por lo menos con un día de anticipación, excepto en caso de emergencia y deberán concederse también por escrito.

ARTICULO No.26.-Los pagos de los días de descanso e incapacidades se efectuarán de acuerdo con lo prescrito en el Código de Trabajo. Es entendido que el salario mensual, incluye implícitamente el pago de los días de descanso que no se trabajen.

CAPITULO VI

SALARIOS

ARTICULO No. 45.- El salario es la retribución que el patrono debe pagar al trabajador en virtud de un Contrato Individual de Trabajo, sin que este se inferior al salario mínimo aprobado por el Gobierno de acuerdo a la actividad que se realiza.

ARTICULO No. 46.- Los salarios se pagaran el último día de cada mes, para los empleados mensuales y los empleados por línea staff se cancelara una vez terminado el servicio.

CAPITULO VII

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES

OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

ARTICULO No.51.-Además de las contenidas en el artículo 97 del Código del Trabajo, en sus Reglamentos y en las leyes de Previsión Social, son obligaciones de los trabajadores:

- 1) Realizar personalmente la labor en los términos estipulados, observar los preceptos del reglamento y acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de modo particular les impartan la Empresa o su representante, según el orden jerárquico establecido.
- 2) Ejecutar por si mismos su trabajo, con la mayor eficiencia, cuidado, esmero en el tiempo lugar y condiciones convenidos.
- 3) Observar buenas costumbres y conducta ejemplar durante el servicio.

- 4) Prestar auxilio en cualquier tiempo que se necesite, cuando por siniestro o riesgo inminente peligren las personas o los intereses de la empresa o sus compañeros de trabajo.
- 5) Integrar los organismos que establecen las leyes y reglamentos de trabajo.
- 6) Restituir a la empresa los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles que les hayan dado para el trabajo, no incurrirá en responsabilidad si el deterioro se origino por el uso natural, por caso fortuito, fuerza mayor, por mala calidad o defectuosa construcción de esos objetos;
- 7) Comunicar al patrono o a su representante las observaciones que le hagan las autoridades de trabajo o de salud para evitar daños y perjuicios a los intereses y vidas de sus compañeros o de los patronos.
- 8) Mostrar siempre una imagen, limpia y conservadora con muy buena higiene personal.
- 9) Estar en conocimiento pleno de las políticas establecidas por la empresa así como de su Reglamento Interno de Trabajo.
- 10) Concurrir a su trabajo con estricta puntualidad.
- 11) Informar a los superiores cuando sepa que alguna persona está siendo deshonesto en la empresa.
- 12) Laborar tiempo extraordinario cuando haya sido requerido en tiempo y forma por la empresa.
- 13) Mantener el orden, la disciplina y la moralidad, observando buenas costumbres y conducta ejemplar en el centro de trabajo.
- 14) Solicitar permiso por escrito por lo menos con veinticuatro (24) horas de anticipación cuando tenga necesidad de ausentarse de su trabajo ante el encargado de Recursos Humanos, determinando la causa de su ausencia y fechas que se ausentará.

15) Cumplir con las tareas, labores y/o funciones que específicamente se le señalen; Pudiendo ejecutar cualquier trabajo que su superior le señale siempre que sea compatible con sus aptitudes, estado o condición y que sea del mismo objeto de aquel para el cual se contrato y se trate de labores de la empresa.

PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

ARTICULO No. 52.- Se prohíbe a los trabajadores:

- 1) Faltar al Trabajo o abandonarlo en horas de labor, llegar tarde a la hora de ingreso, sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa o sin seguir el procedimiento de solicitud escrita de permisos o ausencias establecida por Recursos Humanos.
- 2) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez, o bajo la influencia de drogas estupefacientes, o en cualquier otra condición anormal análoga;
- 3) Portar armas de cualquier clase durante las horas de labor, excepto en los casos especiales autorizados debidamente por las leyes o cuando se trate de instrumentos punzantes, cortantes o punzo-cortantes que formen parte de las herramientas o útiles propios del trabajo.
- 4) Sustraer de la Fábrica, taller o establecimiento, los útiles de trabajo y las materias primas o productos elaborados, sin permiso de la empresa.
- 5) Usar los útiles o herramientas suministrados por la Empresa para objeto distinto de aquel a que estén normalmente destinados.
- 6) Fumar dentro de la propiedad de la empresa, excepto en aquellos lugares expresamente autorizados para hacerlo.
- 7) Llenar o introducir al centro de trabajo bebidas alcohólicas o drogas estupefacientes, o presentarse en estado de ebriedad o bajo la influencia de drogas dentro de la propiedad de la empresa;

8) Tomar alimentos en horas de trabajo o en áreas no autorizadas.

CAPITULO VIII

MEDIDAS DISCIPLINARIAS Y PROCEDIMIENTOS DE APLICACION

ARTICULO –53.-Las faltas cometidas por un empleado en el desempeño de su cargo, serán sancionadas de acuerdo con la gravedad de las mismas.- El objetivo de la sanción será la enmienda del empleado.

ARTICULO-54.-Las medidas disciplinarias serán de cuatro (4) tipos:

1. Amonestación privada, verbal
2. Amonestación por escrito
3. Suspensión del trabajo sin goce de sueldo hasta por ocho (8) días.
4. Despido en último caso

ARTICULO- 55.- La amonestación privada, se aplicará en el caso de faltas leves. La reincidencia de faltas leves, se hará la amonestación por escrito, la suspensión sin goce de sueldo en el caso de faltas menos graves, en los casos de faltas graves, sin perjuicio que de conformidad con la gravedad de la falta, la medida que corresponda aplicar sea el Despido.

ARTICULO-56.- Entre las faltas leves tenemos las siguientes:

1. Ingreso tardío injustificado al Centro de Trabajo
2. Utilización indebida o desautorizada de maquinaria, instrumentos y materiales que la empresa hubiera confiado al trabajador para el desempeño de sus labores.
3. El incumplimiento manifiesto de trabajador de las medidas de protección e higiene dictadas por la Dirección General de Previsión social.
4. Utilizar palabras indecentes y groseras dentro de la empresa

5. Presentarse al trabajo en manifiesto desaseo indebido con las normas de higiene personal compatible con sus funciones.
6. Fumar en lugares o locales de trabajo en donde ha sido expresamente prohibido por la empresa.
7. No ejecutar por si mismo su trabajo, con la mayor eficiencia, cuidado y esmero, en el tiempo, lugar y condiciones convenidas y rehusarse a ejecutar el trabajo a asignado.
8. No observar buenas costumbres y/o conducta ejemplar durante el servicio.

Artículo 57.-Son faltas menos graves:

1. El uso de los diarios, radio, computadoras para juegos y asuntos personales.
2. Negligencia en el desempeño de sus funciones o quebrantamiento de órdenes superiores.
3. Comportamiento contrario a la moral y a las buenas costumbres dentro de los establecimientos de la Empresa.
4. Encargarse de asuntos ajenos al servicio, en horas de trabajo.
5. Incumplimiento manifiesto de las órdenes o funciones propias de su cargo
6. Dedicarse a otras actividades ajenas a sus labores, durante la jornada de trabajo.

Artículo -58.- Se consideran faltas graves, las siguientes:

1. Agredir físicamente a su Superior o algún compañero de trabajo.
2. Agredir físicamente a uno de los clientes del establecimiento
3. Ausentarse de su trabajo, sin haber solicitado el permiso correspondiente, por dos días consecutivos o tres (3) alternos en el mes.

4. Ingerir bebidas alcohólicas o cualquier otra droga dentro de su Horario de Trabajo que desprestigie el establecimiento o presentarse en evidente estado de ebriedad.
5. Cualquier otra análoga con las anteriores y que sea necesario como sanción, la suspensión temporal para corregir la falta del trabajador.
6. Cuando el trabajador cometa actos que impliquen violación de las obligaciones o prohibiciones que a él incumben, así como las que ordenen sus jefes para la mejor ejecución de las labores y comportamiento en el trabajo.
7. El incumplimiento a las obligaciones y prohibiciones que establece el Código de Trabajo.
8. Todo daño material causado dolosamente a los edificios, obras maquinarias o materias primas, instrumentos y demás objetos relacionados con el trabajo, y toda grave negligencia que ponga en peligro la seguridad de las personas o de las cosas.

Artículo 59.- Toda sanción o despido, así como las otras medidas disciplinarias, podrán ser aplicadas una vez escuchadas las observaciones o los descargos del empleado, hechas las investigaciones respectivas y evacuadas las pruebas pertinentes.

LLEGADAS TARDIAS

ARTICULO-65.- Se considera llegada tardía el ingreso al trabajo después de la hora señalada para el comienzo de labores, de la correspondiente de la jornada

ARTICULO-66.- Las llegadas tardías justificadas ocurridas dentro del término de un mes se sancionara en la forma siguiente:

- a) Por dos llegadas tardes: Amonestación verbal;
- b) Por tres llegadas tardes: Amonestación escrita;

Lo anterior en el término de un mes.

Cualquier otra superior a la anterior será a discreción del patrono terminar la relación laboral u aplicar otra medida conforme a este reglamento o las leyes.

Capítulo IX

Terminación y Suspensión de los contratos de Trabajo

Artículo 82: La empresa dará por terminado el Contrato de Trabajo con sus trabajadores sin incurrir en responsabilidad de su parte, en los siguientes casos:

- a) Por negligencia reiterada del trabajador (esto incluye metas de ventas).
- b) Por actos graves de inmoralidad cometidos por el trabajador dentro de la empresa o lugar asignado, cuando se encontrare en el desempeño de sus labores.
- c) Por cometer el trabajador en cualquier circunstancia, actos de irrespeto en contra de su superior, especialmente en el lugar de trabajo o fuera de él, durante el desempeño de las labores.
- f) Por faltar el trabajador a sus labores sin el permiso de la Empresa o sin causa justificada, durante 2 días laborales completos y consecutivos; o durante 3 días laborales no consecutivos en un término de treinta (30) días.
- g) Por cometer el trabajador actos que perturben el orden y disciplina en la empresa, alterando el normal desarrollo de las labores.
- k) Por desobedecer el trabajador a sus jefes en forma manifiesta, sin motivo justo y siempre que se trate de asuntos relacionados con el desempeño sus labores.
- l) Por ingerir el trabajador bebidas embriagantes o hacer uso de narcóticos o drogas enervantes en el lugar de trabajo, por presentarse a sus labores o desempeñar las mismas en estado de ebriedad o bajo la influencia de un narcótico o drogas enervantes.

j) Por faltas a las obligaciones y prohibiciones mencionadas en este Reglamento.

El despido procederá de forma automática por cualquiera de los literales anteriormente detallados, previo al levantamiento del Acta de Audiencia Interna.

a) Amonestación Privada verbal,

b) Amonestación por Escrito,

c) Suspensión del trabajo sin goce de sueldo de uno hasta ocho días.

d) Despido en último caso.

DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO –84.- Es todo lo no previsto en el presente reglamento de trabajo, se aplicaran las disposiciones del código de trabajo y demás leyes, reglamentos y decretos relativos a la materia laboral.

ARTICULO –85.- Todos los trabajadores tienen obligación de conocer las disposiciones establecidas en el presente reglamento.

4.3.6 Requisitos Legales

Registro en la cámara de comercio

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

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

Pagar el impuesto de industria y comercio (Tesorería Municipal)

Planeación Municipal.

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

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

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

Verifican que la entidad tenga como mínimo un extintor

Capacitan al personal sobre el manejo de los extintores

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

4.4 Estudio financiero, para conocer la inversión del proyecto, a través de la evaluación económica

Para la cuantificación de la inversión, se realiza un estudio financiero, con el que se pretende conocer el comportamiento de los diferentes flujos de ingresos propuestos para la comercializadora de aloe baja en calorías.

4.4.1 Gastos de funcionamiento.

Cuadro 15.

Gastos de funcionamiento.

Concepto	Vr/mensual	Vr/anual
Aseo y elementos	20.000	240.000
Mantenimiento y reparaciones	20.000	240.000
Papelería y útiles de oficina	20.000	240.000
Publicidad y propaganda	80.000	960.000
Total	\$250.000	\$1.680.000
Fuente: Autores del proyecto		

Cuadro 16.

Servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la comercializadora de agua de aloe.

Concepto	V/unitario	V/anual
Agua	40.000	480.000
Energía eléctrica	40.000	480.000
Telefonía	45.000	540.000
TOTAL	\$125.000	\$1.500.000

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 17.

Arriendo.

Concepto	V/unitario	V/anual
Arriendo	1.000.000	12.000.000
TOTAL	1.000.000	\$12.000.000

Fuente: Autores del proyecto

4.4.2 Gastos de personal. En cuanto a los gastos de personal, para el funcionamiento de la comercializadora, se contará con cinco trabajadores directos, los cuales estarán vinculados a la empresa con contrato a término indefinido.

Cuadro 18.

Sueldos de personal

Cargo	Sueldos básico mensual	Valor anual
Administrador	1.200.000	14.400.000
Secretaria general	700.000	8.400.000
Servicios generales	690.000	8.280.000
Vendedor 1 160	200.000 (mas comisiones dadas en 0,8 ventas y/o 1,2 por cobros)	2.400.000
(comisiones vendedor)	532616	6391388

Auxiliar de bodega	690.000	8.280.000
TOTAL	4.012.616	48.151.388

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 19.

Honorarios

Cargo	Honorarios	Valor anual
Contador Público	500.000	6.000.000
Fletes	700.000	8.400.000
TOTAL	1.200.000	14.400.000

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 20.

Gastos de Personal.

Años	Administrador	Secretaria	Servicios generales	Vendedor Auxiliar bodega	
Sueldo	14400000	8400000	8280000	8.791.388	8280000
Aux. Trans	854700	854700	854700	854700	854700
TOTAL.	15254700	9.254.700	9134700	9.646.088	9134700
Dotación	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Prima 8.33%	1195200	699.720	689.720	732.322	689.720
Cesantías 8.33%	1195200	699.720	689.720	732.322	689.720
Int/ces 12%	1.728.000	1.008.000	993.600	1.054.966	993.600
Vacaciones 4.17%	600.480	350280	389.160	413.195	389.160
Parafiscales 9%	1.296.000	756.000	745.200	791.225	745.200
Salud 8.5%	1224000	714.000	703.800	747.268	703.800
Pensión	1.728.000	1.008.000	993.600	1.054.966	993.600

12%					
ARP 0.5%	72000	42.000	41.400	43.957	41.400
TOTAL	17.365.580	14.732.420	14.580.900	15.416.309	14.580.900

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 21.

Proyección Gastos De Personal

Años	1	2	3	4	5
Gastos totales anuales	76.676.109	80.509.914	84.535.410	88.762.180	93.200.289

Fuente: Autores del proyecto

4.4.3 Gastos varios. Como forma de hacer frente a imprevistos se establece un presupuesto de \$50.000 mensuales para cubrir gastos no programados, los cuales al año dará un total de \$600.000.

Impuesto, contribuciones y tasas

Predial unificado	\$270.000
Notariales	\$180.000
Total	\$450.000

Cuadro 22.

Resumen de gastos año 1

Gastos	Valor anual
Arriendo	12.000.000
Aseo y elementos	240.000
Mantenimiento y reparaciones	240.000
Servicios públicos	1.500.000
Papelería y útiles de oficina	240.000
Publicidad y propaganda	960.000

Gastos de personal	76.676.109
Honorarios	14.400.000
Impuestos, contribuciones y tasas	450.000
Gastos varios	1.200.000
TOTAL	107.906.109
Fuente: Autores del proyecto	

Proyección anual de los gastos operacionales. Realizando sumatoria de los diferentes gastos relacionados, se tiene un total de \$107.906.109 para el año 1, los cuales son proyectados con un incremento anual del 5%, cifra promedio de la inflación colombiana de los últimos años, proyectada a 5 años más.

Cuadro 23.

Proyección anual de los gastos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Gastos totales anuales	107.906.109	113.301.414	118.966.484	124.914.808	131.160.548

Fuente: Autores del proyecto.

4.4.4 Ingresos. Para hallar los ingresos, la comercializadora tendrá en cuenta las personas que están en capacidad de adquirir el producto, las cuales corresponden al 93% del total de población encuestada, siendo en total 626.606 personas. Por lo cual la empresa optará por responder en el primer año de operatividad a un 15% de éstas, lo que correspondería a 93.991.

Cuadro 24.*Ingresos operacionales*

Ingresos percibidos por venta de productos	Demanda	Precio Unit	Valor total
Producto ofertado por la empresa	93.991	\$3.400	\$319.569.400
Fuente: Autores del proyecto			

Cuadro 25.*Proyección de ingresos operacionales.*

Años	1	2	3	4	5
Ingresos totales anuales	319.569.400	351.526.340	386.678.974	425.436.871	467.971.558

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 26.*Proyección de costos operacionales*

Años	1	2	3	4	5
Costos totales anuales	173.131 .422	190.444 .564	209.489 .020	230.437 .922	253.481 .714

Fuente: Autores del proyecto

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

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

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

Cuadro 27.

Fondo de depreciación

Años	0	1	2	3	4	5
Equipo de oficina	870.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000
Depreciación						
Equipo de comunicación y computación	2.170.000	434000	434000	434000	434000	434000
Depreciación		521000	521000	521000	521000	521000
Total	3.040.000					
Depreciación						

Fuente: Autores del proyecto

Diferidos. Estos constituyen ciertos cargos requeridos para la puesta en marcha de la comercializadora de agua de aloe baja en calorías.

Papelería y útiles de oficina	\$240.000
Publicidad y propaganda	\$960.000
Estudios y proyectos (de viabilidad).....	\$600.000
Total	\$1.800.000

Cuadro 28.*Amortización de diferidos*

Años	0	1	2	3	4	5
Diferidos	1.800.000					
Amortización		360.000	360.000	360.000	360.000	360.000

Fuente: Autores del proyecto

4.4.6 Balance inicial. A continuación se presenta el balance inicial para la Comercializadora de Agua de Aloe baja en calorías, definiendo total de activos, pasivos y patrimonio.

COMERCIALIZADORA DE AGUA DE ALOE TELIOS

BALANCE INICIAL

ACTIVOS

Activos corrientes

Caja 1.000.000

Bancos 4.000.000

inventarios 15.000.000

Total activos corrientes 20.000.000

Activos fijos

Maquinaria y equipo 870.000

Equipos de computación y 2.170.000

comunicación

Total activos fijos 3.040.000 23.040.000**PASIVOS**

Proveedores 0

nacionales 3.040.000

Total pasivos 3.040.000**PATRIMONIO**

Aportes 20.000.00

Resultados del ejercicio 0

Total patrimonio 20.000.000**Total pasivo + patrimonio** 23.040.000

4.4.7 Estado de resultados proyectado

Cuadro 30.

Estado de resultados proyectado.

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	319.569.400	351.526.340	386.678.974	425.436.871	467.971.558
- Costos	173.131.422	190.444.564	209.489.020	230.437.922	253.481.714
Utilidad bruta	146.437.978	161.081.776	177.189.954	194.998.949	214.489.844
- Gastos	107.906.109	113.031.414	118.966.484	124.914.808	131.160.548
Utilidad operac.	38.531.869	48.050.362	58.223.470	70.084.141	83.329.296
- Depreciación	521.000	521.000	521.000	521.000	521.000
-Diferidos	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
utilidad AI	37.650.869	47.169.362	57.342.470	69.203.141	82.448.296
Imptos. 35%	13.177.804	16.509.277	20.069.865	24.221.099	28.856.904
Util D. Imptos	24.473.065	30.660.085	37.272.606	44.982.042	53.591.392
Reserva legal 10%	2.447.306	3.066.009	3.727.261	4.498.204	5.359.139
Util. Neta	22.025.758	27.594.077	33.545.345	40.483.837	48.232.253

Fuente: Autores del proyecto

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

Cuadro 29.

Flujo de caja

Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	22.025.758	27.594.077	33.545.345	40.483.837	48.232.253

+Depreciación.	521.000	521.000	521.000	521.000	521.000
+Diferidos	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Flujo de caja	22.906.758	28.475.077	34.426.345	41.364.837	46553612

Fuente: Autores del proyecto.

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

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

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

Se despeja la fórmula anterior:

$$PE = \frac{107.906.109}{1 - \frac{173.131.422}{319.569.400}}$$

$$PE = \frac{107.906.109}{1 - 0,5}$$

$$PE = \frac{107.906.109}{0,5}$$

$$PE = 215.812.218 \text{ anual}$$

Para lograr el punto de equilibrio, la comercializadora debe tener ingresos, en el primer año, de \$215.812.218.

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

$$\text{CV en PE} = \frac{\text{CV}}{\text{PV}}$$

$$\text{PV}$$

$$\% \text{CV en PE} = \frac{173.131.422}{319.569.400}$$

$$319.569.400$$

$$\% \text{CV en PE} = 0,5$$

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

$$\text{CV en PE} = 215.812.218 \times 0,5$$

$$\text{CV en PE} = 107.906.109$$

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

Ingresos en el PE.....	\$215.812.218
Menos CV en el PE.....	\$107.906.109
UTILIDAD BRUTA...	\$107.906.109
Menos Costos Fijos.....	\$107.906.109
Utilidad.....	\$ 0

Por lo anterior, queda demostrado que la Comercializadora de agua de aloe baja en calorías en la ciudad de Ocaña, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$215.812.218 en el primer año.

4.5 Evaluación económica para conocer el nivel de rentabilidad del proyecto, a través de un estudio económico que permita hallar el Valor Presente Neto, la Razón Costo Beneficio y la Tasa Interna de Retorno.

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

4.5.1 Valor presente neto (VPN). Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento de la comercializadora de agua de aloe en la ciudad de Ocaña, bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos netos de caja con recursos propios.

Flujo Neto de Caja

$$V.P.N. = \sum \frac{\text{Flujo Neto de Caja}}{(1 + 0.12)^n}$$

Donde:

Tasa de oportunidad (6%)

n = número de años

$$VPN = \frac{22.906.758}{(1+0.12)^1} + \frac{28.475.077}{(1+0.12)^2} + \frac{34.426.345}{(1+0.12)^3} + \frac{41.364.837}{(1+0.12)^4} + \frac{46.553.612}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN = \$120.360.483$$

4.5.2 Valor actual neto. Mediante este indicador se conoce la recuperación real de la inversión inicial, ya que dicho valor se descuenta del VPN, por lo que es un valor neto, sobre el cual se analiza el reintegro de recursos financieros, a través de los ingresos de la Comercializadora de agua de aloe baja en calorías, en la ciudad de Ocaña.

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

$$\text{VAN} = \$120.360.483 - \$25.000.000$$

$$\text{VAN} = \$95.360.483$$

El valor actual neto de \$95.360.483 al cabo de cinco años es un resultado positivo, porque luego de recuperar la inversión inicial, deja un rubro positivo, indicando que la actividad económica retribuye aquellos recursos por los cuales se asume cierto riesgo financiero. Esta razón de análisis es importante conocerla, especialmente para aquellas personas interesadas en el proyecto, ya que tendrán la oportunidad de saber la proyección económica que tiene la comercializadora en la ciudad de Ocaña.

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

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

$$\text{RCB} = \frac{\$ 120.360.483}{\$ 25000.000}$$

RCB = 4,8 veces

La inversión inicial es recuperada 4,8 veces al cabo de los primeros cinco años de la Comercializadora de agua de aloe baja en calorías, en la ciudad de Ocaña, resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

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

Esta técnica realiza la siguiente comparación:

Inversión inicial = Valor presente neto

\$ 2 5.000.000 = \$ 120.360.483

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

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN = \frac{22.906.758}{(1+0.10)^1} + \frac{28.475.077}{(1+0.10)^2} + \frac{34.426.345}{(1+0.10)^3} + \frac{41.364.837}{(1+0.10)^4} + \frac{46.553.612}{(1+0.10)^5}$$

$$VPN = 127.381.340$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = 22.906.758 + 28.475.077 + 34.426.345 + 41.364.837 + 46.553.612$$

$$\text{VPN} = 121.244.921 \frac{1}{(1+0.15)^1} - \frac{25.000.000}{(1+0.15)^2} - \frac{25.000.000}{(1+0.15)^3} - \frac{25.000.000}{(1+0.15)^4} - \frac{25.000.000}{(1+0.15)^5}$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[\begin{array}{ll} 127.381.340 & 10\% \\ 25.000.000 & X \\ 121.244.921 & 15\% \end{array} \right]$$

$$127.381.340 - 25.000.000 = 102.381.340$$

$$127.381.340 - 121.244.921 = 6.136.419$$

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

$$\frac{X}{5} = \frac{102.381.340}{6.136.419}$$

$$102.381.340X = 6.136.419(5)$$

$$X = 102.381.340 / 30.682.095$$

$$X = 3,3$$

$$\text{TIR} = 10 + 3,3$$

$$\text{TIR} = 13,33\%$$

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Con el establecimiento de dos tasas para la interpolación se pretende encontrar un porcentaje promedio de recuperación, en el caso concreto se utilizó una

tasa inferior de la base que es del 10%, y una tasa superior del 15%; dando como resultado la recuperación de la inversión en un 13,33%, de esta manera se muestra atractivo para invertir.

4.6 Análisis social y ambientalmente el proyecto, para conocer su impacto dentro de la población objetivo.

4.6.1 Estudio social. El montaje de la comercializadora de agua de aloe baja en calorías, traerá consecuencias positivas para la comunidad beneficiaria del proyecto, porque ofrecerá productos naturales para ser consumidos con los distintos beneficios que ésta brinda, que serán distribuidos en la región.

Generación de empleo. Una vez se ponga en marcha el proyecto se estarán ocasionando cinco puestos de trabajo directos, promoviendo de esta forma el mejoramiento de las condiciones socio-económicas de esta población objetivo. Además, empleos indirectos como línea staff, acarreos, ayudantes, etc.

Oportunidad de inversión. La comercializadora de agua de aloe baja en calorías, es una alternativa para invertir, por lo que el propietario tendrá la expectativa de recuperación, y con los resultados de los estudios financieros y económicos se tiene una pauta general sobre el comportamiento del proyecto en el transcurso de los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

4.6.2 Evaluación ambiental. Actualmente, cuando se habla de mejoras en el ambiente y de protección a los recursos naturales, se pone de manifiesto la incapacidad para comprender la magnitud de la degradación y su efecto actual en las generaciones venideras. Compete entonces hablar de un plan de acción ambiental que proteja los recursos naturales en función del desarrollo de los procesos económicos, sociales y culturales que busquen mejorar la calidad de vida y el bienestar de la comunidad.

En el plano ambiental es preciso tener presente que los fenómenos ambientales propios del medio se ven directamente afectados por la evolución tecnológica de las empresas en un medio competitivo y cambiante como el actual, por lo que la no implementación en estas empresas de políticas adecuadas para el manejo de residuos que se producen en el diario transcurrir de sus labores, acrecientan la contaminación del medio ambiente.

Estos residuos perjudican directa e indirectamente la salud de los seres vivos, esto dicho por los grandes investigadores y protectores del medio ambiente. Por consiguiente, la comercializadora de agua de aloe baja en calorías, se preocupará y aspira a ser una empresa a la vanguardia de la protección y conservación del medio ambiente, tratando que no se lesionen los derechos de las personas y de la naturaleza, para tal caso se propone realizar un análisis para tomar medidas dentro del plan de manejo ambiental del proyecto. Además, se establecerán parámetros para el manejo integral de los residuos sólidos en las instalaciones donde estará ubicada la comercializadora, de manera muy sencilla pero eficiente se deben instalar recipientes para separar los desechos orgánicos, inorgánicos y sanitarios aplicando la recolección y

contribuyendo con la preservación del medio ambiente con el fin de mantener el equilibrio ecológico.

Con el propósito de evitar contaminación visual y auditiva, la publicidad sobre la apertura de la empresa se hará mediante cuñas radiales, televisivas, pasacalles y volantes, teniendo en cuenta las normas y leyes existentes que regulan las campañas publicitarias.

Conclusiones

Teniendo en cuenta el trabajo de investigación realizado y luego de desarrollado uno a uno los objetivos propuestos, se dan resultados los cuales arrojan, según la investigación de mercados realizada, que del tamaño del mercado objetivo, que corresponde a 673.770 habitantes de la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, el 93% están dispuestas a demandar el producto ofertado, como lo es el agua de aloe baja en calorías.

Para la realización del estudio técnico, se tuvo en cuenta la ubicación de la comercializadora en la ciudad donde va a funcionar, y su distribución dentro de la planta de trabajo; los equipos de oficina que deberán adquirirse para su funcionamiento, además, del recurso humano necesario para una buena ejecución de sus funciones.

En cuanto al estudio administrativo y legal, se tiene que al organizarse se obtienen los beneficios propios de la cooperación, se puede funcionar como empresa y de esta manera convertirse en un ente económico de la región. Se contará con cinco empleos directos, además, la comercializadora contará con una estructura organizacional adecuada propendiendo por la eficiencia y eficacia institucional en pro del alcance de sus objetivos sean éstos a corto, mediano y largo plazo. Se planteó una misión, visión, objetivos y valores, los cuales hacen de la empresa una institución disciplinada y regida por principios que la proyectan.

En lo referente al estudio financiero y económico se puede señalar la viabilidad que se tiene para la comercialización del agua de aloe en la región, el cual es rentable según resultados

arrojados en los diferentes indicadores financieros establecidos, logrando un punto de equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$215.812.218 en el primer año, recuperando la inversión en 4,8 veces.

Se deben establecer parámetros para el manejo integral de los residuos sólidos en las instalaciones donde se encontrará la comercializadora, con el objetivo de mitigar cualquier impacto ambiental. Además, en lo social, con el proyecto, no solo se beneficiaran aquellas personas que directamente están relacionadas con él estudio, sino también la población en general, al adquirir un producto de la canasta familiar de óptima calidad y elaborado en la ciudad de Ocaña.

Recomendaciones

Luego de realizado el estudio, se recomienda diseñar e implementar estrategias de mercadeo, con el fin de ingresar al mercado de manera agresiva, para lo cual se realizará campaña publicitaria que logre dar a conocer el producto en la región objetivo, como lo es la provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar, la cual consta de la utilización del nombre del producto en los distintos medios que estén autorizados en la ciudad; también mediante la vinculación en eventos deportivos, culturales y sociales.

Procurar por mantener una buena maquinaria y equipos de oficina, en mantenimiento y actualizados, evitando atrasos en cualquier proceso que se realice, por falta de éstos o daños que se ocasionen. A medida que la empresa crezca es fundamental incluir más personal idóneo y capacitado para el crecimiento de la misma.

Profundizar en el tema de costos y gastos del servicio con el propósito de hacer ajustes a los precios de venta buscando que garanticen márgenes de rentabilidad razonables al igual que la equidad en los precios. Se recomienda trabajar con objetividad basados en cada uno de los parámetros establecidos, teniendo en cuenta las estrategias de optimización de recursos y utilidad.

Establecer algunas acciones a desarrollar con el fin de evitar la contaminación ambiental de la región.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Ocaña. (2012). *Informe general*. Ocaña: Alcaldía Municipal.
- Alvarez, M. (1987). *Estudio de viabilidad técnica y financiera del cultivo de sábila en la zona de Tamaulipas*. México: Bruguera.
- Alvarez, R. (2004). Evolución de la teoría económica de las finanzas: una breve revisión. *Semestre Económico*, 105-127.
- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía*. Andrade.
- Arnold, M. (1989). Teoría de sistemas, nuevos paradigmas. *Paraguaya de Sociología*, 51-72.
- Congreso de la República. (2009). *Decreto 410 de 1971*. Bogotá: Norma.
- Cruz, G. (2000). *Sistema de control interno dentro de la teoría científica de la administración de Henry Fayol*. Medellín: Board Solutions.
- Fucsia. (2014). *Agua de aloe vera*. Obtenido de www.fucsia.co/belleza-y-salud/salud/articulo/beneficios-bebidas-aloe-vera/43605#.VgP6k9J_Oko
- García, C. (2010). *Trabajo en equipo y solución de problemas*. Máster Gestión.
- García, F. (1990). *Aspectos generales de la valoración de empresas en Colombia*. Cali: Universidad del Valle.
- Hansson, S. O. (2012). *Decisión theory, a brief introduccion*.
- Julián, F. (2010). *Aloe vera*. Obtenido de www.mialoevera.com/Dossier%20Aloe%20Vera.pdf

Max-Neff, M. (1994). *Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro*. Barcelona: Icaria.

Mendoza, E. (1986). *Estudio de factibilidad*. Tunja: Academia Boyacense de Historia.

Ministerio de Desarrollo Social. (2011). *Capacitación en formulación y evaluación de proyectos de inversión pública*. Bogotá.

Moreno, C. (2009). *Usos y aplicaciones del aloe vera*. Obtenido de <http://veradermis.com/blog/usos-aplicaciones-del-aloe-vera/>

República de Colombia. (2010). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá: Cupido.

Rivas, I. (1995). *Técnicas de documentación*. Caracas: UNA.

Sioc. (2014). *Sábila*. Obtenido de <http://sioc.minagricultura.gov.co/index.php/art-inicio-cadena-sabila/?ide=20>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los habitantes de la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur de Bolívar

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Conocer la posibilidad de comercializar agua de aloe baja en calorías, en la Provincia de Ocaña, sur del Cesar y sur del Bolívar.

1. ¿Compra usted agua en botella?

SI _____ NO _____

No sabe/ no responde _____

2. ¿Al comprar usted un producto en un establecimiento comercial que es lo primero que tiene en cuenta?

Precio _____

Calidad _____

Atención al Cliente _____

Otros ____ Cual _____

No sabe/ no responde _____

3. ¿Cuál es la frecuencia con que consume agua?

Una 1 vez _____

Dos veces _____

Tres veces _____

Más de tres veces _____

No sabe/ no responde _____

4. ¿Ha escuchado hablar del agua con aloe vera?

SI _____ NO _____

No sabe/ no responde _____

5. ¿Ha consumido alguna vez el agua con aloe vera?

SI_____ NO _____

Por qué?

No sabe/ no responde _____

6. Si la respuesta anterior es positiva, ¿qué marca ha consumido?

- a. Támesis
- b. Sappé
- c. Bío

7. ¿Cuál es el precio del agua de aloe que ha consumido?

- a. \$4.500
- b. \$5.500
- c. \$6.500

8. ¿En qué tamaños compra el agua de aloe?

- a. 250ml
- b. 350ml
- c. 500 ml

9. ¿En qué presentaciones le gustaría comprar el agua de aloe?

- a. envase de vidrio
- b. envase de plástico
- c. envase de tetra pack

10. ¿Cree usted que actualmente las empresas que comercializan agua baja en calorías en la región, satisfacen a cabalidad las necesidades y expectativas del cliente?

SI_____ NO_____

Por qué?

No sabe/ no responde _____

11. ¿Conoce los beneficios del aloe vera?

SI_____ NO_____

No sabe/ no responde _____

12. ¿Le gustaría consumir agua con aloe vera?

SI _____ NO _____

Por qué?

No sabe/ no responde _____

13. ¿Cómo le parece la idea de que en la región se comercializara agua con aloe vera baja en calorías?

Excelente _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____

No sabe/ no responde _____

14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una botella de agua con aloe vera baja en calorías, de 350ml?

\$2.500 a \$3.000 _____

\$3.000 a \$3.500 _____

Más de \$3.500 _____

No sabe/ no responde _____

15. ¿A través de qué medio de comunicación escucha usted publicidad para conocer la existencia de una empresa o establecimiento comercial?

a. Radio _____

b. Televisión _____

c. Periódico _____

d. Avisos _____

e. Otro _____Cuál _____

f. No sabe/ no responde _____

GRACIAS POR SU COLABORACION

Apéndice B. Distribución en planta