	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 ACADÉMICO	1(79)		

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	EDIER LEONARDO MORENO MENESES FABIÁN PÉREZ LEÓN		
FACULTAD	CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS		
PLAN DE ESTUDIOS	PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	ADRIANA MOSQUERA CARRASCAL		
TÍTULO DE LA TESIS	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA, CESAR		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>EL PRESENTE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, ES UNA OPORTUNIDAD PARA QUE LA EMPRESA CREZCA Y SE PROYECTE A NUEVOS MERCADOS. CON EL PROYECTO SE BUSCA LA VIABILIDAD EN LA REGIÓN DE UNA EMPRESA QUE COMERCIALICE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS RELACIONADOS CON SU ACTIVIDAD ECONÓMICA; POR TAL MOTIVO SE HACE NECESARIO REALIZAR UN DIAGNÓSTICO SITUACIONAL A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A FUTUROS CLIENTES SOBRE LA ACEPTACIÓN O RECHAZO DE LOS PRODUCTOS A OFERTAR.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 79	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 12	CD-ROM: 1



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE
LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA,
CESAR**

**EDIER LEONARDO MORENO MENESES
FABIÁN PÉREZ LEÓN**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2015**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE
LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA,
CESAR**

**EDIER LEONARDO MORENO MENESES
FABIÁN PÉREZ LEÓN**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
Administrador de Empresas**

**Director
ADRIANA MOSQUERA CARRASCAL
Especialista**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2015**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA, CESAR	16
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 General	16
1.3.2 Específicos	16
1.4 JUSTIFICACIÓN	17
1.5 DELIMITACIONES	17
1.5.1 Conceptual	17
1.5.2 Operativa	18
1.5.3 Temporal	18
1.5.4 Geográfica.	18
2 MARCO REFERENCIAL	19
2.1 MARCO HISTÓRICO	19
2.1.1 Historia de la industria de	19
2.1.2 Historia de industria de alimentos en Latinoamérica y Colombia.	19
2.1.3 Historia de la industria local	21
2.2 MARCO CONCEPTUAL	22
2.2.1 Proceso administrativo	22
2.2.2 Planeación	22
2.2.3 Organización.	22
2.2.4 Dirección.	23
2.2.5 Control.	23
2.2.6 Productividad.	23
2.2.7 Competitividad.	23
2.2.8 Estudio de factibilidad	24
2.2.9 Estudio de mercados.	24
2.2.10 Estudio técnico.	24
2.2.11 Estudio administrativo	24
2.2.12 Estudio financiero.	24
2.2.13 Evaluación económica	24
2.2.14 Evaluación social.	25
2.2.15 Evaluación ambiental	25
2.3 MARCO TEÓRICO	26
2.4 MARCO LEGAL	28
2.4.1 Constitución Política de Colombia	28

2.4.2 Código de Comercio	28
3 DISEÑO METODOLÓGICO.	31
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.	31
3.2 POBLACIÓN	31
3.3 MUESTRA	31
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACION	32
3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	33
4. RESULTADOS	34
4.1 ESTUDIO DE MERCADO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECERÁ LA EMPRESA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA, CESAR	34
4.1.1 Análisis de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.	34
4.1.2 Descripción del producto	42
4.1.3 Descripción de la Demanda	43
4.1.4 Determinación de la Oferta	43
4.1.4.1 El Precio	43
4.1.5 Canales de Distribución.	43
4.1.6 Publicidad	44
4.1.6.1 Logotipo.	45
4.1.6.2 Slogan.	45
4.2 ESTUDIO TÉCNICO DONDE SE DETERMINÓ LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO, LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA Y LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO LA APERTURA DE LA SUCURSAL DE LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA	45
4.2.1 Localización	45
4.2.1.1 Macro localización	45
4.2.1.2 Micro localización.	45
4.2.2 Requerimiento Físico	45
4.2.3 Tamaño del Proyecto	46
4.2.3.1 Capacidad diseñada	46
4.2.3.2 Capacidad instalada.	46
4.2.4 Distribución en planta.	47
4.2.5 Necesidades del recurso humano	47
4.3 DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA ADECUADA PARA LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA Y EL RECURSO HUMANO REQUERIDO PARA EL ADECUADO FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA	47
4.3.1 Misión	47
4.3.2 Visión.	47
4.3.3 Valores.	47

4.3.4 Política y objetivos de calidad.	48
4.3.5 Manual de funciones	49
4.3.6 Manual de procedimientos	53
4.3.7 Reglamento interno de trabajo para la Distribuidora Gran Señora.	55
4.4 ESTUDIO FINANCIERO Y DE INVERSIÓN DE LA SUCURSAL DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA, A TRAVÉS DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA	59
4.4.1 Gastos de funcionamiento	59
4.4.2 Gastos de personal.	60
4.4.3 Gastos varios.	61
4.4.4 Ingresos.	62
4.4.5 Depreciación y diferidos	63
4.4.6 Capital de trabajo.	64
4.4.7 Balance inicial	64
4.4.8 Estado de resultados proyectado	65
4.5 EVALUACIÓN PARA CONOCER EL NIVEL DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO, A TRAVÉS DE UN ESTUDIO ECONÓMICO QUE PERMITA CONOCER EL VALOR PRESENTE NETO, LA RAZÓN COSTO BENEFICIO Y LA TASA INTERNA DE RETORNO	67
4.5.1 Valor presente neto (VPN).	67
4.5.2 Valor actual neto.	68
4.5.3 Razón costo beneficio (RCB).	68
4.5.4 Tasa interna de retorno.	69
4.6 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL IMPACTO EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y EL AMBIENTE CULTURAL	70
4.6.1 Estudio social.	70
4.6.2 Evaluación ambiental	71
5. CONCLUSIONES	72
6. RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFÍA	74
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	75
ANEXOS	76

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Compra de productos de la canasta familiar	34
Tabla 2. Características tenidas en cuenta al comprar un producto en un establecimiento comercial.	35
Tabla 3. Frecuencia con la que adquiere productos alimenticios.	36
Tabla 4. Conocimiento de los productos que comercializa la Distribuidora Gran Señora	37
Tabla 5. Productos conocidos de la marca Gran Señora	38
Tabla 6. Propuesta de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica	39
Tabla 7. Satisfacción con las empresas que comercializan productos alimenticios en la ciudad de Aguachica	40
Tabla 8. Medio de comunicación preferido para la publicidad	41
Tabla 9. Zona de la ciudad preferida para ubicar la Distribuidora Gran Señora	42
Tabla 10. Equipos de oficina.	46
Tabla 11. Equipo de computación, comunicación y otros.	46

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Compra de productos de la canasta familiar.	34
Gráfica 2. Características tenidas en cuenta al comprar un producto en un establecimiento comercial.	35
Gráfica 3. Frecuencia con la que adquiere productos alimenticios.	36
Gráfica 4. Conocimiento de los productos que comercializa la Distribuidora Gran Señora.	37
Gráfica 5. Productos conocidos de la marca Gran Señora.	38
Gráfica 6. Propuesta de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica.	39
Gráfica 7. Satisfacción con las empresas que comercializan productos alimenticios en la ciudad de Aguachica.	40
Gráfica 8. Medio de comunicación preferido para la publicidad.	41
Gráfica 9. Zona de la ciudad preferida para ubicar la Distribuidora Gran Señora.	42

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Canal de distribución.	44
Figura 2. Logotipo.	45
Figura 3. Organigrama	49

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Descripción del producto.	43
Cuadro 2. Procedimiento para el control contable de la Distribuidora Gran Señora	54
Cuadro 3. Procedimiento de compras.	54
Cuadro 4. Proceso de almacenamiento y venta de productos.	55
Cuadro 5. Gastos de funcionamiento.	60
Cuadro 6. Servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar Año 1.	60
Cuadro 7. Servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar Año 1.	60
Cuadro 8. Sueldos de personal	61
Cuadro 9. Honorarios	61
Cuadro 10. Gastos de Personal.	61
Cuadro 11. Resumen de gastos año 1	62
Cuadro 12. Proyección anual de los gastos operacionales.	62
Cuadro 13. Ingresos operacionales anuales percibidos por la Distribuidora Gran Señora de Aguachica Cesar	63
Cuadro 14. Proyección de ingresos operacionales.	63
Cuadro 15. Fondo de depreciación	64
Cuadro 16. Amortización de diferidos	64
Cuadro 17. Estado de resultados proyectado.	65
Cuadro 18. Flujo de caja	66

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Aguachica, Cesar	77
Anexo B. Distribución en planta	79

RESUMEN

El desarrollo del estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar, tuvo como punto de partida, el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales consistieron en Identificar la oferta y la demanda de los productos y servicios que ofrecerá la empresa Gran Señora en la ciudad de Aguachica, Cesar, mediante un estudio de mercados; desarrollar un estudio técnico donde se determine la localización del proyecto, la distribución en planta y los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio; diseñar la estructura administrativa adecuada para la distribuidora Gran Señora y el recurso humano requerido para el adecuado funcionamiento de la empresa en la ciudad de Aguachica; efectuar un estudio financiero, y conocer la inversión del proyecto, a través de la evaluación económica; realizar una evaluación para conocer el nivel de rentabilidad del proyecto, a través de un estudio económico que permita conocer el Valor Presente Neto, la Razón Costo Beneficio y la Tasa Interna de Retorno; y, finalmente, analizar el impacto social y ambiental para el establecimiento del impacto en la generación de empleo y el ambiente cultural.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio fueron las personas habitantes de la ciudad de Aguachica, utilizando como instrumento la encuesta, siendo analizados sus resultados en forma cuantitativa y cualitativa de cada una de las respuestas brindadas.

En la realización del proyecto se pudo conocer a través del estudio de mercado, la aceptación de Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica y de los productos a comercializar, 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, cuyos resultados fueron favorables para la apertura de la distribuidora, así mismo se obtuvieron las conclusiones y recomendaciones que permiten la determinación en forma precisa de buenos resultados para la organización.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de grado comprende la producción tecnificada de tomate de mesa, utilizando tecnologías modernas y flexibles como lo son los invernaderos con cubierta, riego por goteo y fertirrigación. Lo anterior permite producción escalonada durante todo el año participando activamente en el proceso de comercialización, contando con la experiencia de los cultivadores.

Una vez contextualizado el problema de la investigación, a través del estudio de mercado se identificó como convergen las fuerzas de la oferta y demanda para establecer el precio único y, por lo tanto, la cantidad de transacciones a realizar. En el estudio técnico y operacional se pudo determinar el ámbito del proyecto con cada uno de sus componentes como son: el tamaño del proyecto, la localización del mismo.

Así, mismo el estudio económico y financiero estableció todas las inversiones, costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto, se realizaron las aplicaciones de las razones y estudios financieros en la determinación de su rentabilidad para los inversionistas. Para desarrollar todo lo expuesto anteriormente se requiere de un equipo de trabajo que posea capacitación o la disponibilidad para capacitarse.

La finalidad de este trabajo es proporcionar al lector, los componentes del estudio de preinversión para la creación de una empresa, o en este caso, la apertura de una sucursal, permitiendo ser competitivos en el mercado, generar empleo y fomentar la industria.

1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA, CESAR

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con 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 apertura de sucursales que les permita posicionarse y aumentar sus ventas. Algunas empresas son más vulnerables que otras, dependiendo de la actividad económica, de la solidez interna y de su tamaño. Tal es el caso de la empresa Gran Señora, que busca aumentar su radio de acción en el sur del Cesar, para lo cual requiere de un estudio de factibilidad que le permita determinar la viabilidad financiera y económica para la apertura de una sucursal en la ciudad de Aguachica.

La empresa Gran Señora, está dedicada a la comercialización de productos alimenticios; además de distribuir los productos que en esta actividad económica se pueden comercializar dentro de su misma clientela o a la comunidad en general.

Actualmente para la apertura de una sucursal de la empresa Gran Señora en la ciudad de Aguachica, se carece de un estudio de factibilidad que muestre a manera de diagnóstico 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 su posible ubicación, requerimientos físicos y humanos, de un estudio económico y financiero que determine la rentabilidad o no de la creación de la sucursal de la empresa en la ciudad de Aguachica y de una evaluación social que determine la relevancia y los beneficios del proyecto para la comunidad en general.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible la apertura de una sucursal de la empresa Gran Señora en la ciudad de Aguachica, Cesar?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General. Realizar un estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la empresa Gran Señora en la ciudad de Aguachica, Cesar.

1.3.2 Específicos. Identificar la oferta y la demanda de los productos y servicios que ofrecerá la empresa Gran Señora en la ciudad de Aguachica, Cesar, mediante un estudio de mercados.

Desarrollar un estudio técnico donde se determine la localización del proyecto, la distribución en planta y los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio.

Diseñar la estructura administrativa adecuada para la distribuidora Gran Señora y el recurso humano requerido para el adecuado funcionamiento de la empresa en la ciudad de Aguachica.

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

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

Analizar el impacto social y ambiental para el establecimiento del impacto en la generación de empleo y el ambiente cultural.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la empresa Gran Señora en la ciudad de Aguachica, Cesar, es una oportunidad para que la empresa crezca y se proyecte a nuevos mercados. Con el proyecto se busca la viabilidad en la región de una empresa que comercialice los servicios y productos relacionados con su actividad económica; por tal motivo se hace necesario realizar un diagnóstico situacional a través de la técnica de la encuesta a futuros clientes sobre la aceptación o rechazo de los productos a ofertar, de la misma forma de un estudio de mercados, técnico, administrativo y legal, financiero, económico, social y ambiental los cuales determinarán posibles efectos positivos o negativos que incidirán en la creación de una sucursal de dicha empresa.

Con el estudio se beneficia directamente la empresa Gran Señora, por cuanto le servirá como una herramienta administrativa para decidir la apertura de la sucursal y ampliar la cobertura del mercado, a los usuarios de los servicios al contar con una empresa en donde puedan adquirir los servicios y productos ofertados, sin tener que trasladarse a otras ciudades, y a los empleados que se contraten, ya que mejoren su calidad de vida al contar con ingresos para satisfacer sus necesidades básicas.

Con la formulación del presente estudio, se pretende que la distribuidora Gran Señora llegue a todos aquellos sectores en donde aún no se encuentra de manera directa, teniendo en cuenta que éstas son zonas de bastante afluencia comercial, incrementando 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 una investigación de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, legal, estudio financiero, estudio económico, estudio ambiental, estudio social.

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 ciudad de Aguachica, Cesar.

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 Historia de la industria de alimentos. La historia de la industria a nivel mundial, tiene especial énfasis en la mitad del siglo XVIII, en la revolución industrial que constituye el momento histórico y tiene como foco a Inglaterra.

Consistió en la aplicación de eventos mecánicos a las actividades industriales, lanzadera de kay en 1733, los rodillos de estirar, que sustituían los dedos del hilador, de J.white y Lewis Paul en 1738; la Jenny de tejedor y mecánico Hargreaves, en 1765, la machine, el relojero Arkwirgh, la mula, el telar mecánico entre muchos más inventos industriales.

La aplicación de la nueva tecnología tuvo efectos trascendentales en el mundo: estimulo el crecimiento de las ciudades; produjo el desplazamiento de la mano de obra; sustituyo la industria casera, por el sistema de fábrica; incluyo el trabajo femenino e infantil; fomento la deserción de los campesinos a los centros urbanos; genero una nueva clase trabajadora y consiguiente fenómeno del sindicalismo; produjo el nacimiento de nuevos movimientos políticos – comunismos, anarquismo, socialismo, interesados en resolver los problemas de la clase obrera, esta revolución se fue extendiendo paulatinamente a los países del continente europeo.¹

2.1.2 Historia de industria de alimentos en Latinoamérica y Colombia. El “boom de las posguerra”, produjo una enorme excedente de capitales en los países imperialistas que en parte, producto de la explotación capitalista en pequeñas propiedades que obligaban la inversión de capital, fue invertido en la agricultura de estas naciones. Se iniciaría lo que se dio en llamar “La Revolución Verde” una mayor utilización de maquinarias, el uso de semillas científicamente tratadas, etc. Hobsbawm, más allá de sus consideraciones describe bien este proceso, los países desarrollados industrializados, con una o dos excepciones, también se convirtieron en los principales productores de productos agrícolas destinados al mercado mundial, y esto al tiempo que reducían constantemente su población agrícola, hasta llegar a veces a porcentajes ridículos.

Todo esto se logró evidentemente gracias a un salto extraordinario en la productividad en uso intensivo de capital por agricultor. Su aspecto más visible era la enorme cantidad de maquinaria que los campesinos de los países ricos y desarrollados tenían a su disposición, y que convirtió en realidad los sueños de abundancia gracias a la mecanización de la agricultura visibles aún, aunque igualmente significativo, fueron los logros cada vez que impresionantes de la agronomía. En estas condiciones la agricultura ya no necesitaba la

¹ BROSS, W. Proceedings of the World Conference on Edible Fats and Oils Processing: Basic Principles and Modern Practices". Erickson, DE. 1990. Champaign, Illinois: American Oil Chemists Society

cantidad de manos sin las cuales, en la era pretecnológica, no se podía recoger la cosecha ni tampoco la gran cantidad de familias con sus auxiliares permanentes.²

En las regiones más pobres del mundo la revolución agrícola no estuvo ausente aunque fue más incompleta sin embargo en conjunto los países del tercer mundo y parte del segundo mundo dejaron de alimentarse a sí mismos, y no producían los excedentes alimentarios exportables que serían de esperar en el caso de países agrícolas. Como máximo se le animaba a especializarse en cultivos de explotación para los mercados del mundo desarrollado, mientras sus campesinos cuando no compraban los excedentes alimentarios subvencionados de los países del norte, continuaban cavando y arando al viejo estilo con uso incentivo del trabajo.

El salto de la productividad en la agrícola de las naciones imperialistas con la revolución verde, produjo un importante cambio en las condiciones del mercado mundial amenazando con apropiarse una parte cada vez mayor de la renta de los terratenientes de AL, lo que sentaría las bases para el futuro proceso de dominio directo de las grandes corporaciones transnacionales en todo el proceso desde la producción a la comercialización.

Las nuevas condiciones de la penetración directa de las grandes corporaciones transnacionales de la agroindustria en el campo AL, produce un aumento de la dependencia, por dos vías: Por un lado dependen de la exportación de agro insumos reduciendo la producción para el mercado interno, y por otro, se transforma en importadora de algunos alimentos que las agroindustrias producen, elaboran y comercializan.

Esta mayor dependencia y subordinación al imperialismo se sellaría en pactos como NAFTA/TLC en México, que reimpulsó la velada lucha entre las grandes corporaciones transnacionales, los terratenientes y los campesinos por la tierra, promoviendo y obteniendo la derogación del artículo 27 constitucional que aseguraba los elegidos y las tierras comunales para los campesinos. También con pacto políticos-militares, como en Bolivia, que tras el monto de la DEA y la campaña de erradicación de la coca relanza “La liberación” de la compra-venta de tierra (Es decir, nueva concentración en manos terratenientes y monopolios imperialista) con la ley INRA. Así en Colombia sin pacto alguno, con la misma campaña se desarrolla una masacre para-militar contra el campesino. Las consecuencias sociales de este proceso no significaron la liquidación del campesino, sino que dio lugar al desarrollo de tres situaciones: El fenómeno de los campesinos sin tierra; el de mayor concentración y transformación de los campesinos en asalariados agrícolas; y el de mayor pauperización, que ha desatado la lucha por recuperar parcelas de tierra o poder cultivar productos que permitan la subsistencia de la familia campesina. Esto en parte porque el desarrollo desigual y cambiando en estas regiones ha producido la industrialización parcial que impide absorber a la masa de campesinos que emigran a las ciudades y deben retornar al campo y también encontrándose el caso de que , por ejemplo, el capital necesita de una alimentación barata de su fuerza de trabajo para disminuir sus

² INDUSTRIAS ALIMENTARIAS (online). 1ed. [Perú]: s.l., 2010 [citado 15 feb., 2014]. Disponible en: www.critica.com.pa/archivo/08282007/ntierra.html

costos, por lo que se debe permitir que el proletario que no encuentra trabajo en las sobrevivir.

En síntesis, la nueva división mundial del trabajo, que desplaza parcialmente la producción de subsistencia campesina, dominada por el aumento de productividad en los países centrales, aumentan desmedidamente la sobreproducción mundial, dándose el caso típico de la economía capitalista de que al lado de millones de hambrientos se genera una producción que no encuentra demanda solvente, lo que explica los subsidios multimillonarios a la producción de tipo “FARMER” en Europa Occidental y Estados Unidos, para que los pequeños propietarios capitalistas de estas naciones imperialistas, base social de los regimenes imperiales, reduzcan su producción o directamente no produzcan. Así mismo condena a la des-inversión a las nuevas cuencas agrícolas de la UCRANIA (Una de las regiones más fértiles del mundo, tanto como la de la pampa húmeda en Argentina) o en Europa central, que luego de la liquidación del monopolio del comercio exterior y de la planificación de la economía en los Estados obreros deformados y degenerados, se incorpora al mercado capitalista.

2.1.3 Historia de la industria local. Historia de Gran Señora.³ La Comercializadora Gran Señora, es una empresa Norte Santandereana, procesadora, empaquetadora y distribuidora de productos alimenticios, principalmente de arroz, avena, harina siete granos, crema de arroz. En el año de 1.979, en la ciudad de Ocaña (Norte de Santander), el señor Noel López Meneses (q.e.p.d.), fundó un establecimiento llamado Arroz Motilón, este se encargaba solo de empacar y distribuir arroz por la región; al pasar de los años y luego de su fallecimiento sus hijos se hicieron cargo de esta empresa, cambiándole el nombre a COMERCIALIZADORA GRAN SEÑORA; desde entonces esta se encarga de producir y distribuir sus productos (arroz, harina siete cereales, crema de arroz, pastas, café, sal, avena,etc.). Debido a su crecimiento comercial, decidieron expandirse y abrir en el año de 2.003, una sucursal en la ciudad de Barranquilla con el nombre de EMPACADORA DE ARROZ Y GRANOS GRAN SEÑORA, que está ubicada en la Cr. 43 No. 6 -104, sector de barranquillita, mercado público de la ciudad. Se encarga de distribuir los productos que elaboran en la planta principal de Ocaña y a su vez de empacar diferentes clases de arroz de excelente calidad, que se distribuyen por toda la región Caribe.

En la actualidad, estas dos empresas trabajan unidas para el progreso y para satisfacer las necesidades de todos sus clientes y consumidores.

Satisfacer las necesidades y expectativas del mercado y de nuestros clientes, a través de la producción y comercialización de productos alimenticios de excelente calidad, mediante el uso de la tecnología en el desarrollo de los procesos agroindustriales, con un recurso humano competente y comprometido con la empresa, y el apoyo de nuestros proveedores.

La comercializadora tiene como visión convertirse en diez años, en la empresa líder en el sector de alimentos en el ámbito regional, convirtiéndose en una empresa prestigiosa y

³ LÓPEZ, Said.. Historia de la comercializadora Gran Señora. Información brindada por su gerente. 2015.

posicionada comercialmente del norte y oriente Colombiano, produciendo y comercializando productos alimenticios de excelente calidad que respondan a las exigencias de nuestros clientes.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

El Proceso Administrativo es la interacción dinámica de las diferentes funciones administrativas convertidas en la herramienta básica que permite la corrección y ajuste continuo mediante la retroalimentación para la evolución y el cambio permanente. El proceso permite el curso de acciones concibiendo la aplicación de los principios (planeación, organización, dirección y control) y funciones para la consecución de los objetivos, y teniendo en cuenta que para que una empresa funcione como debe ser se requiere de la aplicación del proceso administrativo.

2.2.1 Proceso administrativo. Los partidarios de la escuela del proceso administrativo consideran la administración como una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen el proceso administrativo único. Este proceso administrativo formado por 4 funciones fundamentales, planeación, organización, ejecución y control. Constituyen el proceso de la administración. Una expresión sumaria de estas funciones fundamentales de la administración es:

La planeación para determinar los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse.

La organización para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.

La ejecución por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo.

El control de las actividades para que se conformen con los planes.

2.2.2 Planeación. Para un gerente y para un grupo de empleados es importante decidir o estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. El siguiente paso es alcanzarlos. Esto origina las preguntas de que trabajo necesita hacerse? ¿Cuándo y cómo se hará? Cuáles serán los necesarios componentes del trabajo, las contribuciones y como lograrlos. En esencia, se formula un plan o un patrón integrando predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, de visualizar, del propósito de ver hacia delante.⁴

2.2.3 Organización. Después de que la dirección y formato de las acciones futuras ya hayan sido determinadas, el paso siguiente para cumplir con el trabajo, será distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo. Esta distribución del trabajo esta guiado por la consideración de cosas tales como la naturaleza de las actividades componentes, las personas del grupo y las instalaciones físicas disponibles. Estas actividades componentes están agrupadas y asignadas de manera que un mínimo de gastos o un máximo de

⁴ AGUILAR, Rosa. Proceso administrativo. Edición Mac Gaw Hill. Bogotá. 2010. P 54

satisfacción de los empleados se logre o que se alcance algún objetivo similar, si el grupo es deficiente ya sea en el número o en la calidad de los miembros administrativos se procuraran tales miembros. Cada uno de los miembros asignados a una actividad componente se enfrenta a su propia relación con el grupo y la del grupo con otros grupos de la empresa.

2.2.4 Dirección. Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el gerente para poner el grupo en acción está dirigir, desarrollar a los gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución.

2.2.5 Control. Los gerentes siempre han encontrado conveniente comprobar o vigilar lo que se está haciendo para asegurar que el trabajo de otros está progresando en forma satisfactoria hacia el objetivo predeterminado. Establecer un buen plan, distribuir las actividades componentes requeridas para ese plan y la ejecución exitosa de cada miembro no asegura que la empresa será un éxito. Pueden presentarse discrepancias, malas interpretaciones y obstáculos inesperados y habrán de ser comunicados con rapidez al gerente para que se emprenda una acción correctiva.⁵

2.2.6 Productividad. La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.⁶

2.2.7 Competitividad. La competitividad se entiende como la relación entre varias entidades, países, etc. para ofrecer el mejor servicio y obtener los mayores resultados de forma equiparable con respecto al resto del mundo.

En la economía de un país hay varios factores clave: el sector público, el sector privado, el sector financiero (que rigen los bancos y la bolsa) y los consumidores. Dicha economía está enfocada de forma diferente dependiendo si el país es desarrollado, en desarrollo o subdesarrollado. Un país que no esté desarrollado no tendrá la misma capacidad de producción que uno que sí lo esté, que es la clave para el crecimiento económico.

La competitividad y productividad son dos términos que van estrechamente ligados. Actualmente, la competitividad de un país está estrechamente relacionada con su capacidad de producción principalmente industrial. En un mundo que cada vez requiere más

⁵ *Ibíd.* p 55

⁶ SCHROEDER, Roger G. Administración de operaciones, Edición McGraw Hill, 2011. P. 533.

automatización, la tecnología punta es la clave para estar en la cumbre de la productividad y competitividad.

Para analizar si un país es productivo y competitivo, se observan los bienes producidos, el nivel de empleo y las relaciones internacionales o de exportación. Es fundamental en la competitividad de un país la exportación e importación de bienes.

2.2.8 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”.⁷

2.2.9 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.

2.2.10 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.

2.2.11 Estudio administrativo: Es un estudio quedará 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.

2.2.12 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.

2.2.13 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

⁷ MENDOZA VARELA, EDUARDO. Estudio de factibilidad. Tunja, Academia Boyacense de Historia, 1986. P 45

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.

2.2.14 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.⁸

2.2.15 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.

Con la puesta en práctica de un Sistema Integrado de Gestión Organizacional la fundación se hace consciente de todos sus aspectos ambientales y no sólo de los que están regulados por una legislación vigente, es decir, se encuentra diseñado para atender todas las facetas de las operaciones, actividades, productos y servicios que puedan tener impacto en, o interactuar con, el ambiente.

Dentro del enfoque del Sistema Integrado de Gestión Organizacional se reconoce la manera en la cual una organización afronta su entorno competitivamente sin desligar cada una de sus Funciones de manera particular, sino con visión y comprensión holística de la misma.

La puesta en marcha del Sistema Integrado de Gestión Organizacional producirá un cambio cultural gradual dentro de la fundación. Esta es una expectativa razonable ya que el sistema requerirá de una percepción creciente, educación, capacitación y ocupación de parte de los individuos para que comprendan y respondan a los aspectos ambientales y competitivos del entorno.

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

⁸ MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL. Capacitación en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública. Bogotá. 2011. P 7

manejo ambiental no sólo en términos financieros, sino también los riesgos por no tratar adecuadamente los aspectos ambientales.⁹

2.3 MARCO TEÓRICO

Teorías Administrativas.¹⁰ 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 empresas 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 corrientes de la teoría administrativa.

Las cinco variables básicas, (tarea, estructura, personas, tecnología y ambiente) constituyen los principales componentes en el estudio de administración de las empresas. 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. El comportamiento del conjunto de estas variables es diferente de la suma del comportamiento de cada variable por separado. La adecuación de estas cinco variables constituye el principal desafío de la administración. En una subunidad especializada (por ejemplo, un departamento, una división, una sección), algunas de estas variables pueden cumplir un papel predominante.¹¹

Teoría económica. La teoría económica institucional estudia la creación de empresas bajo el supuesto de que “la decisión de convertirse en empresario y, por lo tanto, la creación de nuevas empresas está condicionada por factores externos o del entorno”. De esta manera, la capacidad para crear una empresa es percibida como un acto deliberado, circunscrito a un momento y lugar determinado, en el que las limitaciones formales e informales son importantes para el desarrollo de la capacidad emprendedora y la creación de nuevas empresas. La legislación sobre la actividad emprendedora, constituida por normas, leyes y organismos, hace parte de las limitaciones formales pues pueden fomentar o inhibir la propensión de una nación o región a crear nuevas empresas.

Teoría del valor¹². 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 está compuesta por principios que describen las relaciones que se presentan en un sistema económico y que se manifiestan

⁹ Ibíd. p 1

¹⁰BENETTI, Carlo. “El problema de la tradición clásica y marxista” En: Lecturas de Economía n. 34 Enero – Julio 1999. p 345.

¹¹ GROSS, Manuel. Teoría administrativa. On line. Actualizado el 12 de octubre de 2005. Citado el 23 feb., 2014. Disponible en Internet En: http://manuelgross.bligoo.com/content/view/217193/La_Teoria_Administrativa_segun_el_Enfoque_de_la_Co ntigencia.html

¹²Ibíd., p.5.

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. Para La creación de la fábrica de estribos para la construcción de edificaciones y obras civiles la teoría del valor resulta muy importante y aplicativa, sin embargo la teoría económica y administrativa también sirve de base para el desarrollo del proyecto.

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.

Decisiones de inversión. Implican planificar el destino de los ingresos netos de la empresa flujos netos de fondos a fin de generar utilidades futuras.¹³

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.

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.

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.¹⁴

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.

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.

¹³ VALENTÍN AZOFRA, Ana. Nociones de economía y empresa. davidematiasbatalla. 2013. P 7

¹⁴ PALOMARES, Carlos. Teoría de la transparencia. Barcelona. Editorial norma. 1999. P 29

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:

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).¹⁵

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.¹⁶

¹⁵ REPÚBLICA DE COLOMBIA. Constitución Política de Colombia. Edición Cupido. 2010. P 8

¹⁶ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 410 de 1971. (marzo 27). por el cual se expide el código de comercio. Edición norma. 2009. P 21

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.¹⁷

Artículo 19. Es obligación de todo comerciante:

1. Matricularse en el registro mercantil;

¹⁷ *Ibíd.* p 22

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.

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.¹⁸

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 tuvo 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 ciudad de Aguachica, la apertura de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora.

3.2 POBLACIÓN

Para el desarrollo de esta investigación se tuvo en cuenta la población conformada, según el DANE¹⁹, por las 103.944 personas que habitan en el municipio de Aguachica, Cesar, de quienes se conoció su apreciación respecto a la apertura de una sucursal de la empresa Gran Señora en este municipio.

3.3 MUESTRA

Para determinar la población finita se consideró la aplicación de la fórmula estadística que permitió un mayor análisis relacionado con las personas que habitan en el municipio de Aguachica.

La fórmula a utilizar es:

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

¹⁸ RIVAS, I (1995). Técnicas de Documentación Investigación I. UNA. Caracas, Venezuela.

¹⁹ DANE, Aguachica, 2005.

Donde:

n = muestra

N = población dada en el estudio = 103.944 personas

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

$$n = \frac{103.944 (1.96)^2 * (0.5).(0.5)}{103.944 - 1(0.05)^2 + (1.96)^2. (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{103.944 (3,8416) * 0,25}{103.943 (0,0025) + (3.8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{99827,817}{259,8575 + 0,9604}$$

$$n = \frac{99827,817}{260,8179}$$

$$n = 382,74 = 383$$

Muestra = 383 personas.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACION

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

El instrumento aplicado fue el cuestionario el cual se diseñó con base a preguntas de tipo cerrado y en algunos casos se solicitó justificación para solidificar las respuestas. (Anexo 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 analizó cuantitativamente mediante tablas y gráficas estadísticas que representadas adecuadamente dieron mayor claridad y elevan el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto.

4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ESTUDIO DE MERCADO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECERÁ LA EMPRESA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA, CESAR

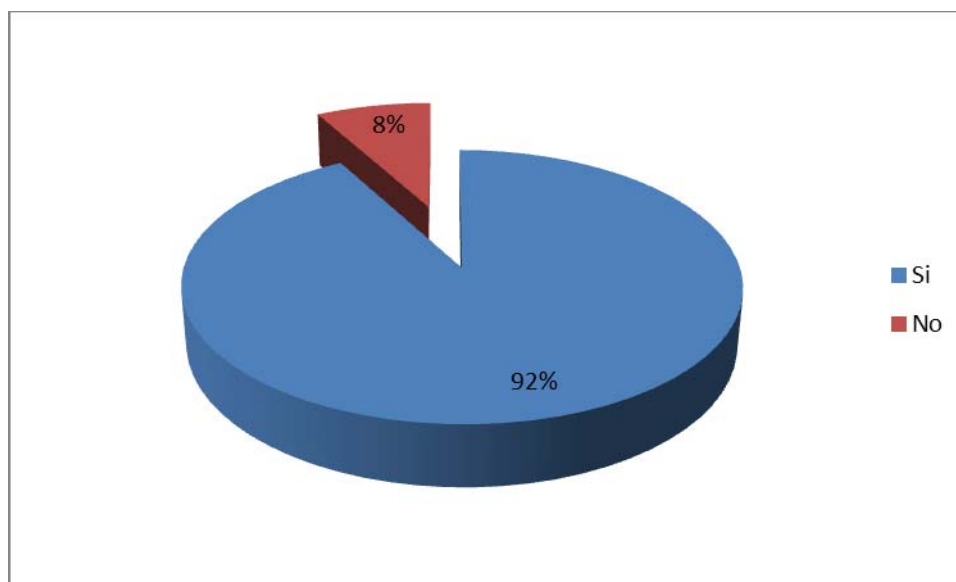
4.1.1 Análisis de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Tabla 1. Compra de productos de la canasta familiar

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	354	92%
No	29	8%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 1. Compra de productos de la canasta familiar.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

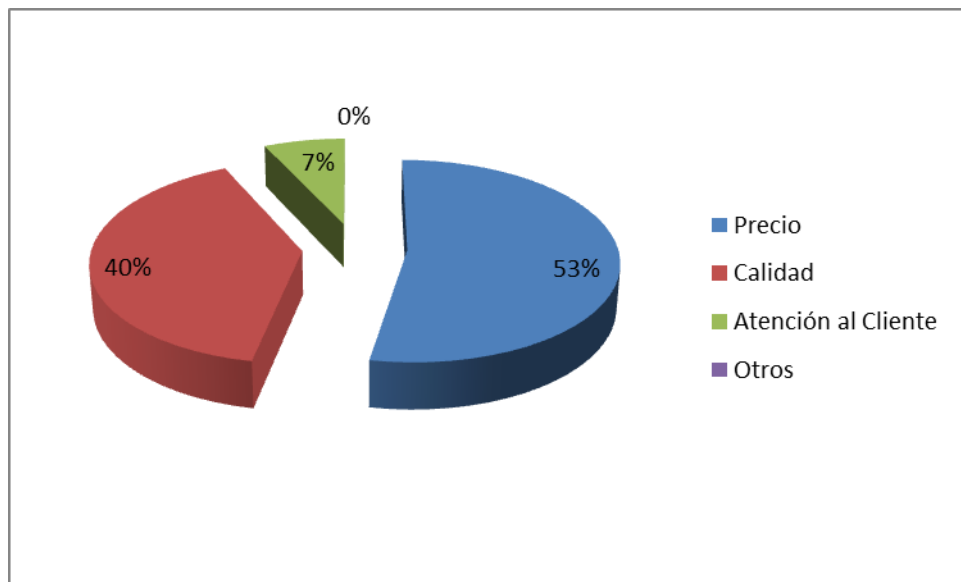
Acudiendo al trabajo de campo, se aplicó la encuesta a los habitantes de la ciudad de Aguachica, a los cuales inicialmente se les preguntó si compraban productos de la canasta familiar, diciendo en un 92% que sí lo hacen, siendo éstos de primera necesidad. El 8% restantes dicen no hacerlo, aunque si aportan para lo mismo.

Tabla 2. Características tenidas en cuenta al comprar un producto en un establecimiento comercial.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	203	53%
Calidad	155	40%
Atención al Cliente	25	7%
Otros	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 2. Características tenidas en cuenta al comprar un producto en un establecimiento comercial.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

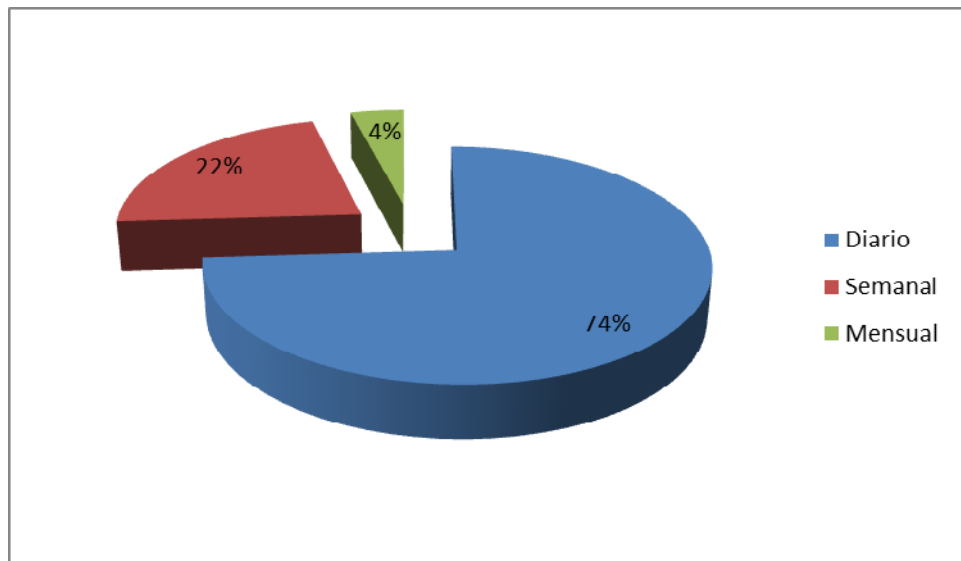
Las personas encuestadas opinan que a la hora de comprar un producto lo primero que tienen en cuenta es el precio (53%). Otro 40% dice que la calidad del producto incide mucho en su compra, pues piensan que lo barato en muchas ocasiones les sale más caro. Y el 7% opina que la atención al cliente es un factor influyente en la compra de un producto.

Tabla 3. Frecuencia con la que adquiere productos alimenticios.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	284	74%
Semanal	85	22%
Mensual	14	4%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 3. Frecuencia con la que adquiere productos alimenticios.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

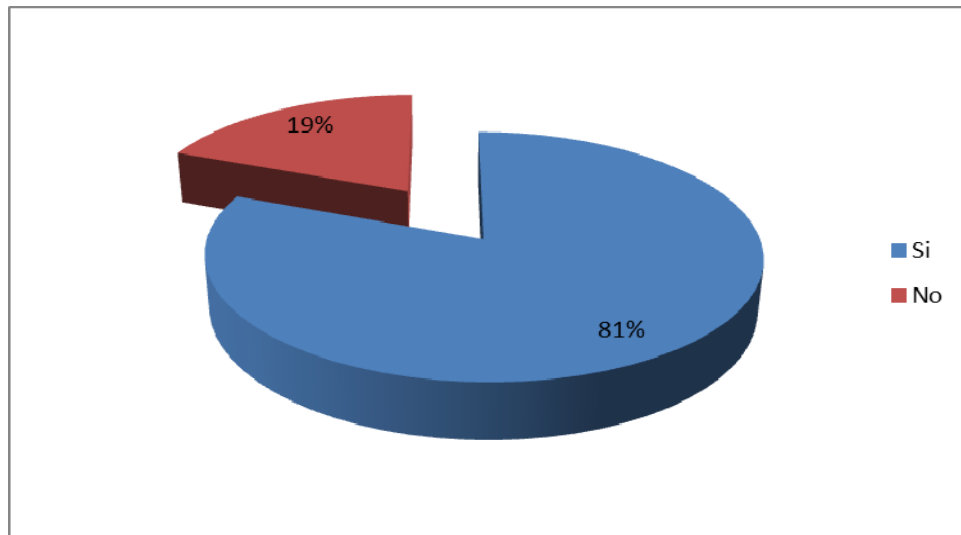
El 74% de las personas encuestadas adquieren productos alimenticios de manera constante, diariamente acuden a las tiendas o establecimientos de ventas de comestibles. Un 22% opina que lo hace semanal y el 4% lo hace mensual, pues el pago de su salario es igualmente mensual.

Tabla 4. Conocimiento de los productos que comercializa la Distribuidora Gran Señora

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	311	81%
No	72	19%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 4. Conocimiento de los productos que comercializa la Distribuidora Gran Señora.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

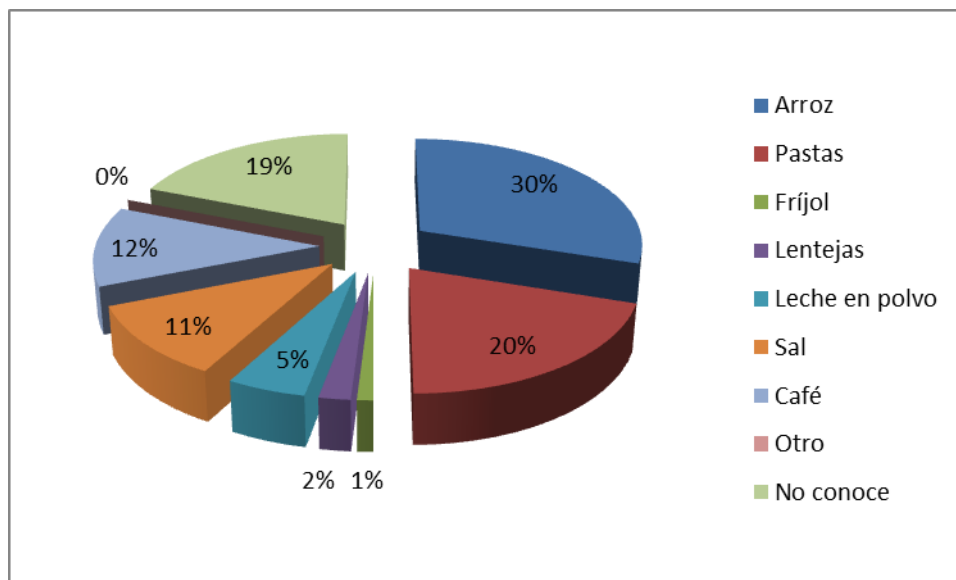
En la ciudad de Aguachica es muy conocido y vendido los productos que comercializa la Distribuidora Gran Señora, por tal razón, sus habitantes conocen del mismo y lo adquieren con frecuencia, opina el 81% de los mismos. Un 19% dice no conocerlo, pero no descarta la posibilidad de compra de los mismos.

Tabla 5. Productos conocidos de la marca Gran Señora

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Arroz	115	30%
Pastas	78	20%
Fríjol	3	1%
Lentejas	8	2%
Leche en polvo	20	5%
Sal	42	11%
Café	45	12%
Otro	0	0%
No conoce	72	19%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 5. Productos conocidos de la marca Gran Señora.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

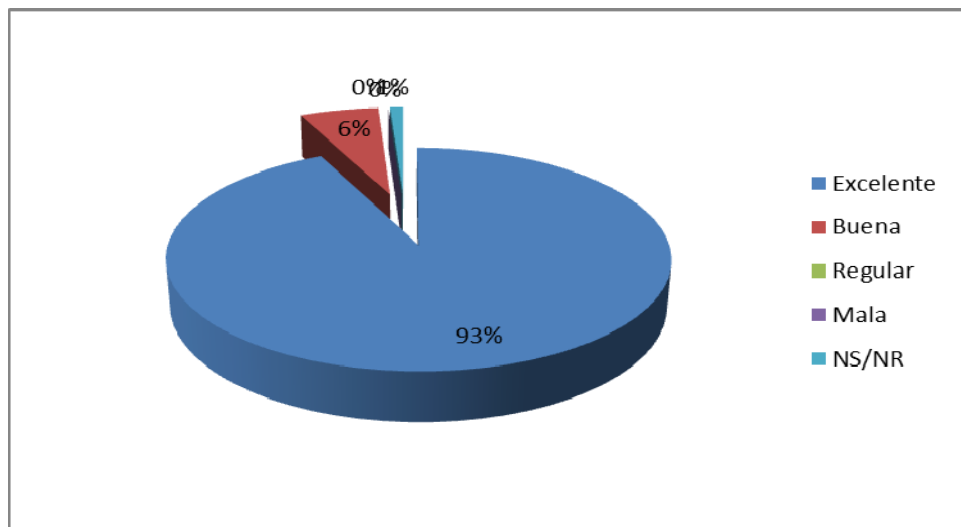
Teniendo en cuenta que los productos de la marca Gran Señora son conocidos por una gran parte de la población de la ciudad de Aguachica, dentro de los más reconocidos se encuentran el arroz con un 30%, las pastas en un 20%, café con un 12% y sal un 11%. En menos proporción se encuentran la leche en polvo, lentejas y fríjol.

Tabla 6. Propuesta de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	356	93%
Buena	24	6%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
NS/NR	3	1%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 6. Propuesta de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

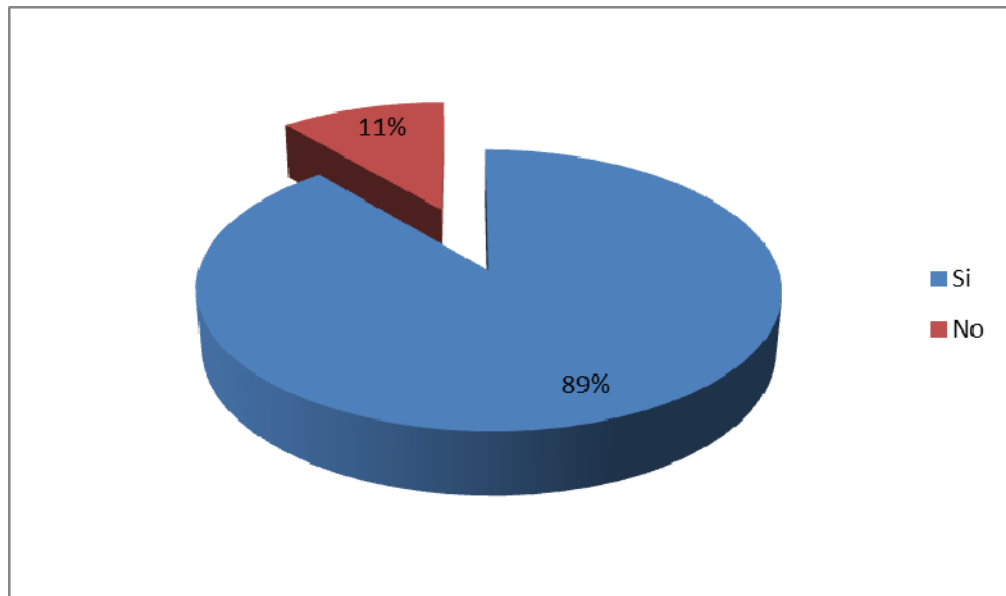
El 93% de las personas encuestadas en la ciudad de Aguachica, se encuentran de acuerdo con la idea de la apertura de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en esta ciudad, pareciendo para ellos excelente la propuesta. Otro 6% dice parecerles buena, por la proyección del mercado en la ciudad. El 1% restante no sabe ni responde.

Tabla 7. Satisfacción con las empresas que comercializan productos alimenticios en la ciudad de Aguachica

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	341	89%
No	42	11%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 7. Satisfacción con las empresas que comercializan productos alimenticios en la ciudad de Aguachica.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

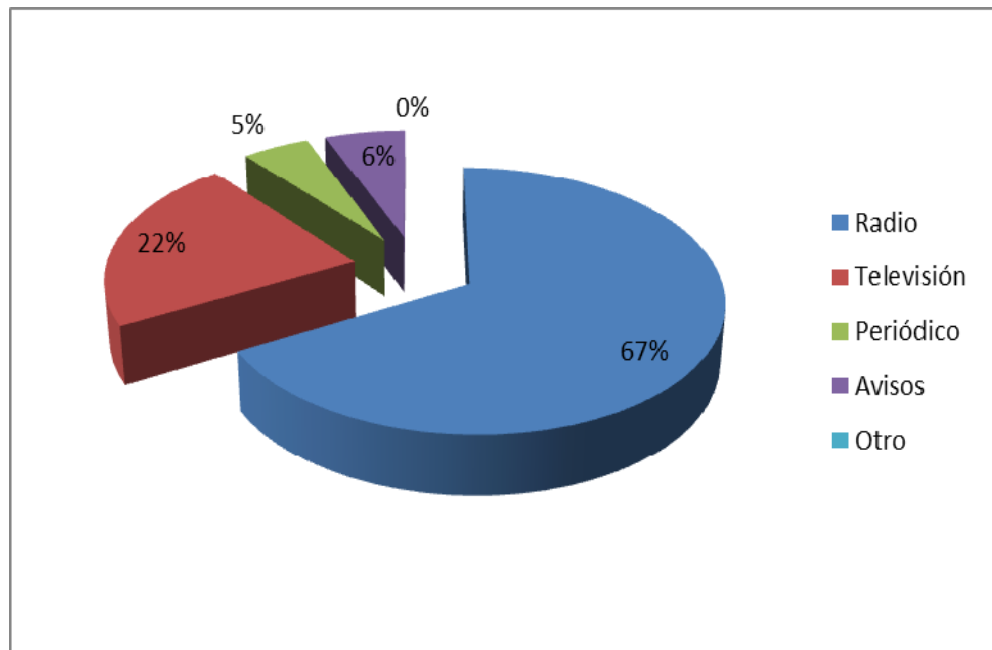
El 89% de personas encuestadas habitantes de la ciudad de Aguachica, opinan que sienten satisfacción con las empresas que comercializan productos alimenticios en la ciudad, caso contrario ocurre con el 11% restante, a quienes no les parece que sea bueno el servicio. Aún así, se espera seguir contando con empresas que presten esta clase de servicios en la venta de productos alimenticios.

Tabla 8. Medio de comunicación preferido para la publicidad

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	258	67%
Televisión	83	22%
Periódico	19	5%
Avisos	23	6%
Otro	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 8. Medio de comunicación preferido para la publicidad.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

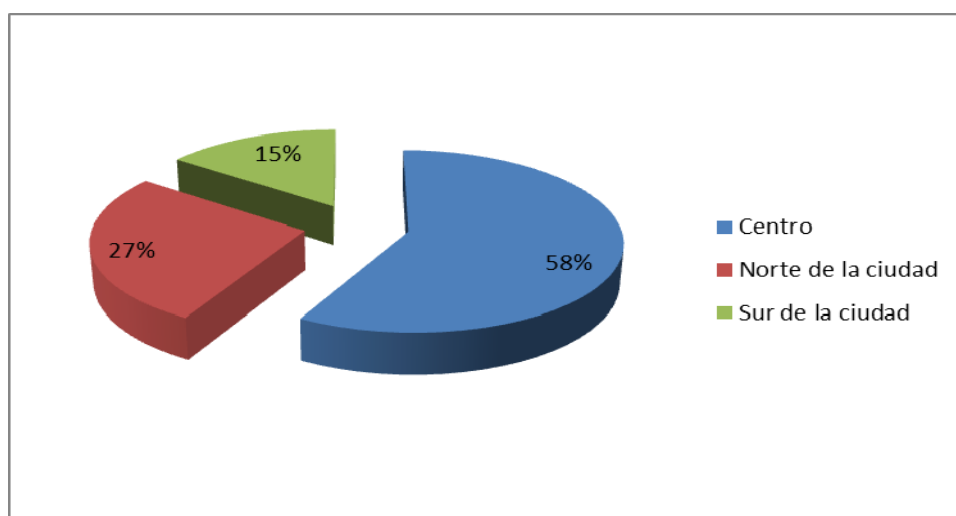
Para los habitantes de la ciudad de Aguachica que fueron encuestados, los medios de comunicación preferidos en un 67% fue la radio, por ser el medio más usado por la mayor parte de las personas. Otro 22% opina que la televisión también es un medio visto para conocer de productos. El restante dice que los avisos y periódicos, serían medios buenos para mostrar la empresa en la ciudad.

Tabla 9. Zona de la ciudad preferida para ubicar la Distribuidora Gran Señora

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro	221	58%
Norte de la ciudad	105	27%
Sur de la ciudad	57	15%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

Gráfica 9. Zona de la ciudad preferida para ubicar la Distribuidora Gran Señora.



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Aguachica.

En la ciudad de Aguachica la zona preferida por las personas encuestadas es el centro, por ser más fácil el acceso a la misma.

Otros en un 27% opinan que al norte de la ciudad puede estar bien ubicada la empresa, pues también es concurrido este sector de la ciudad. El 15% restante dice que al sur de la ciudad, por encontrarse cerca a sus viviendas.

4.1.2 Descripción del producto. La comercializadora Gran Señora, es una empresa regional que maneja una serie de productos que son indispensables para el consumo de las familias. Su planta principal se encuentra situada en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, la cual se encarga de distribuir los siguientes productos:

Cuadro 1. Descripción del producto.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	VALOR
Avena Gran Señora Molida bulto x 10 Kl.	\$24.000
Avena Gran Señora Hojuela bulto x 10 Kl.	29.000
Avena Gran Señora Molida paca x 48 und x 220 gr.	32.000
Avena Gran Señora Hojuela paca x 58 und x 220 gr.	32.000
Avena Gran Señora Molida caja x 12 display x 70 gr.	33.000
Avena Gran Señora Hojuela caja x 12 display x 70 gr.	33.000
Avena Gran Señora Instantánea caja x 200 gr. x 24 und.	33.000
Avena Gran Señora Saborizada caja x 400 gr. x 12 und.	46.000
Crema de Arroz Babu caja x 70 gr. x 12 display.	46.000
Crema de Arroz Babu caja x 450 gr. x 12 und.	24.000
Pasta Extra Señora paca x 1000 gr. x 10 und.	24.000
Pasta Extra Señora x 100 gr. x 100 und.	21.000
Café Gran Señora x 25 lb.	125.000
Sal Gran Señora paca x 1000 gr. x 20 und.	10.800
Sal Gran Señora paca x 500 gr. x 25 und.	6.800
Arroz Extra x 500gr x 24 und.	35.500
Arroz Laura x 500gr x 24 und.	36.700
Arroz Extra x 1000gr x 12 und.	37.000

Fuente: Autores del proyecto.

4.1.3 Descripción de la Demanda. Para realizar el estudio de la demanda de los productos; 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 los productos ofrecidos por la empresa Gran Señora, lo cual indica una cantidad de 103. demostrando así que existiría una demanda bastante amplia para el funcionamiento de la misma en la ciudad de Aguachica. La demanda de los productos dependerá de preferencias, necesidades, expectativas del cliente, de los precios fijados entre otros aspectos.

4.1.4 Determinación de la Oferta

4.1.4.1 El Precio. La definición del precio es muy relativa, ya que depende exclusivamente de los costos de producción del producto a ofrecer.

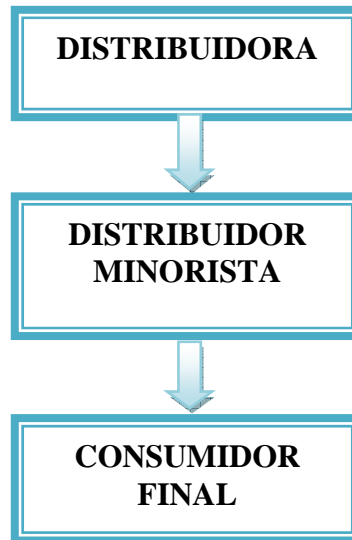
En el caso de la empresa propuesta, debido a la múltiple variedad de productos y al cambio constante de los precios, se propone que en el momento de ejecutar el proyecto se determinen los mismos, teniendo en cuenta los costos, la competencia y el mercado objetivo.

4.1.5 Canales de Distribución. Considerando que el Canal de distribución es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del

origen del producto hasta el consumidor, por esta razón la empresa utilizará el canal detallista estructurado de la siguiente manera: Empresa – 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 1. Canal de distribución.



Fuente: Autores del proyecto.

4.1.6 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 han dinamizado la oferta y promoción de productos y servicios. En este sentido el proyecto tendrá como estrategia, la utilización de estos medios masivos, principalmente la televisión y la radio, para pautar en ellos publicidad referente a la nueva alternativa de empresa.

En este punto es preciso identificar los medios opcionales para la publicidad de la Comercializadora Gran Señora, como lo son televisión regional y emisoras de la ciudad, de las cuales se tendrán en cuenta:

La Voz de Aguachica.

4.1.6.1 Logotipo.

Figura 2. Logotipo.



Fuente: Distribuidora Gran Señora, Ocaña. 2015.

4.1.6.2 Slogan. El slogan que la empresa tiene en su distribución principal, es el mismo que se utilizará en las sucursales de la empresa Gran Señora.

“Mediana Empresa Industrial que se dedica a producir, empaclar y distribuir productos alimenticios básicos para la canasta familiar”

4.2 ESTUDIO TÉCNICO DONDE SE DETERMINÓ LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO, LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA Y LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO LA APERTURA DE LA SUCURSAL DE LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA

4.2.1 Localización

4.2.1.1 Macro localización. La sucursal de la distribuidora Gran Señora estará ubicada en la ciudad de Aguachica (Cesar).

4.2.1.2 Micro localización. Según los gustos de las personas encuestadas (tabla 9), la sucursal de la distribuidora se ubicará en el Centro de la ciudad de Aguachica.

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

Tabla 10. Equipos de oficina.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Escritorio	2	270.000	540.000
Mesa Computador	2	125.000	250.000
Silla Computador	2	75.000	150.000
Archivador	2	350.000	700.000
Tablero acrílico	1	120.000	120.000
Ventilador	2	130.000	260.000
TOTAL			\$2.020.000

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 11. Equipo de computación, comunicación y otros.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Computador	2	1.800.000	3.600.000
Impresora	1	420.000	420.000
Teléfono	2	40.000	80.000
Software	2	350.000	700.000
Aire acondicionado	1	5.500.000	5.500.000
Cámara de seguridad	2	500.000	1.000.000
TOTAL			\$11.300.000

Fuente: Autores del proyecto.

4.2.3 Tamaño del Proyecto

4.2.3.1 Capacidad Diseñada. Según la investigación de mercados realizada se pudo detectar que el tamaño del mercado objetivo es de 103.944 personas que habitan en la ciudad de Aguachica, y que al 93% de las mismas, les parece excelente la idea de abrir una sucursal de la distribuidora Gran Señora en esta ciudad, lo cual corresponde a 96.668 personas. Por lo cual la empresa optará por responder en el primer año de operatividad a un 20% de éstas.

Se estima un incremento anual del 20% en la cobertura total del proyecto con el fin de atender las necesidades de los clientes.

4.2.3.2 Capacidad instalada. La Distribuidora Gran Señora cuenta con disponibilidad de recursos para su buen funcionamiento y operatividad en pro de lograr su eficiencia y eficacia organizacional. Durante su primer año de funciones se atenderá el 20% de las personas objeto del estudio de investigación es decir 20.789 habitantes del municipio de Aguachica.

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 distribuidora Gran Señora en Aguachica. (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 DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA Y EL RECURSO HUMANO REQUERIDO PARA EL ADECUADO FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA

4.3.1 Misión. Satisfacer las necesidades y expectativas del mercado y de nuestros clientes, a través de la producción y comercialización de productos alimenticios de excelente calidad, mediante el uso de la tecnología en el desarrollo de los procesos agroindustriales, con un recurso humano competente y comprometido con la empresa, y el apoyo de nuestros proveedores.²⁰

4.3.2 Visión. Gran Señora, tiene como meta convertirse en diez años, en la empresa líder en el sector de alimentos en el ámbito regional, convirtiéndose en una empresa prestigiosa y posicionada comercialmente del norte y oriente colombiano, produciendo y comercializando productos alimenticios de excelente calidad que respondan a las exigencias de nuestros clientes.²¹

4.3.3 Valores. Los siguientes valores son propuestos a la Distribuidora Gran Señora, con el fin que sean tenidos en cuenta en el momento de apertura de la sucursal Aguachica.

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.

²⁰ DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA. Ocaña, 2014.

²¹ Ibid., p.2.

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

4.3.4 Política y objetivos de calidad. Las siguientes políticas son propuestas a la Distribuidora Gran Señora, con el fin que sean tenidos en cuenta en el momento de apertura de la sucursal Aguachica.

Política de Calidad. El personal que se contrate deberá pasar por el proceso de selección, mejorar el liderazgo, responsabilidad social y seguridad para asegurar el éxito continuo de la empresa, tener conciencia de la importancia de cuidar la distribuidora, impulsar las actividades de innovación y desarrollo para satisfacer a los clientes, todos los empleados, sin excepción, deben portar el carnet y su respectivo uniforme y el empleado tiene derecho a su salario conforme a la ley y debe cumplir con sus obligaciones conforme al manual de funciones y reglamento interno de trabajo.

Los estados financieros deben ser claros y veraces, cumpliendo con las normas de contabilidad y las leyes, se deben llevar los libros de contabilidad que ayuden a la realización de informes, declaraciones tributarias y parafiscales y preparar las declaraciones tributarias, mensuales, bimestrales y anuales.

Objetivos de la Calidad:

Objetivos de crecimiento. Consolidación en el mercado actual, la empresa deberá en los próximos 5 años aumentar su cobertura anualmente, en cuanto a la producción y comercialización de sus productos

Objetivos de rentabilidad. La empresa deberá incrementar sus ingresos obtenidos mediante el aumento de sus ventas, para ello promoverá estrategias de comercialización en busca de ampliación de nuevos sectores y de otras poblaciones para aumentar sus ingresos.

Desarrollo tecnológico. La empresa promoverá la consecución de la actualización constante de tecnológica de los equipos utilizados en su proceso de producción.

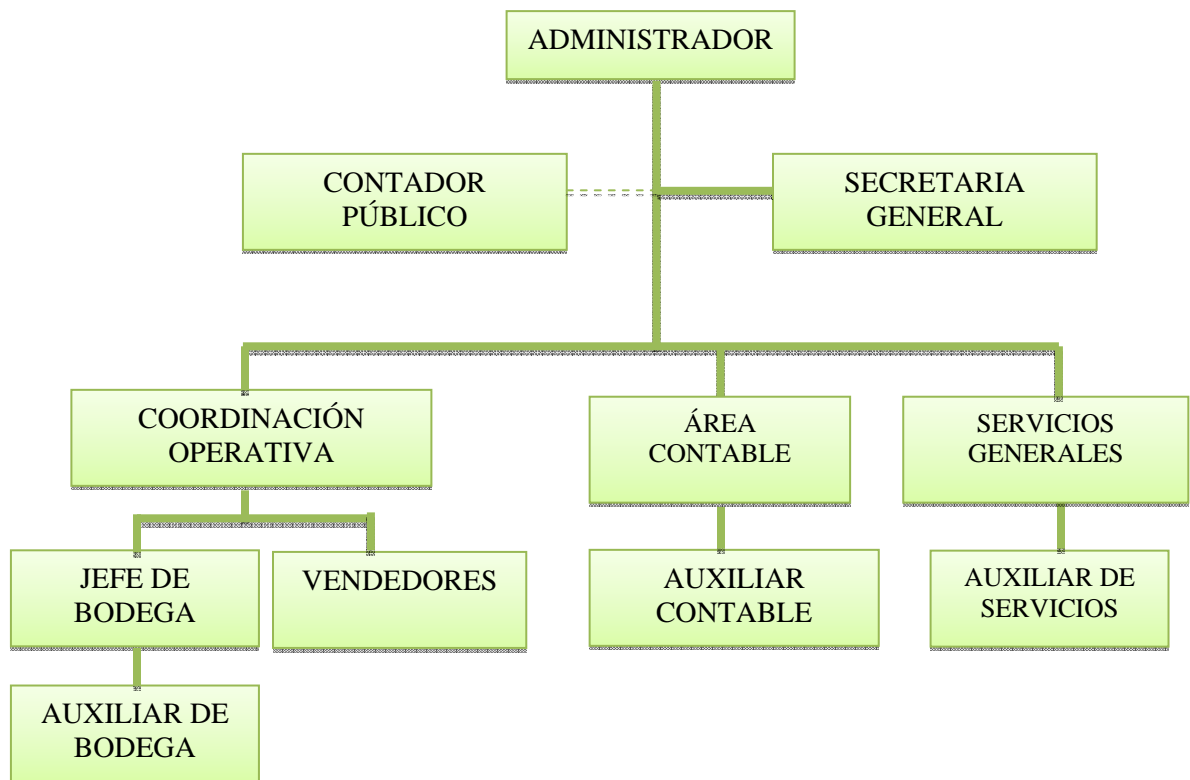
Desarrollo humano. Promoverá capacitaciones constantes en busca de fortalecer el sentido de pertenencia de cada uno de los empleados y las expectativas de crecimiento organizacional así como en temas de productividad y mejoramiento continuo, además de la realización de integraciones de manera formal e informal.

Conocimiento del mercado. Conocer el mercado, la competencia, y los productos, es una tarea fundamental para la Distribuidora Gran Señora, para ello, se establecen sistemas que permitan hacer un seguimiento sistemático al mercado y a la competencia.

Calidad. La calidad como cultura de vida productiva permanente, será un compromiso y obligación permanente de la Distribuidora Gran Señora con los clientes internos, externos y comunidad en general.

Productividad. Uno de los retos que debe afrontar la empresa es estar en busca de su permanencia, crecimiento y desarrollo y lograr los niveles óptimos de productividad, que hagan que el funcionamiento de la organización sea una actividad eficiente, eficaz y rentable.

Figura 3. Organigrama



Fuente: Autores del proyecto.

4.3.5 Manual de funciones. Con el siguiente manual, se dan a conocer funciones específicas, cargos, dependencia de cada uno de los empleados.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	ADMINISTRADOR
JEFE INMEDIATO:	Propietario
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar eficientemente los recursos de la empresa. 2. Celebrar contratos y realizar gestiones que tengan que ver con la actividad económica de la empresa. 3. Vigilar que los bienes y valores de la empresa se mantengan con la seguridad necesaria. 4. Las demás que se le asigne al reglamento de la empresa. 	
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.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR PÚBLICO
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 pública Experiencia: 1 año

Fuente: Autores del proyecto.

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.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	JEFE 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. 	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 6 meses

Fuente: Autores del proyecto.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	VENDEDOR
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 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.


MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR CONTABLE
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Programar y organizar las actividades propias de su cargo. 2. Colaborar en la organización y ejecuciones del proceso de Inscripciones. 3. Realizar el archivo y documentación de los papeles que genera la empresa. 4. Elaborar la relación diaria de caja donde se consigna el detalle de los ingresos y egresos del día. 5. Preparar la nómina, liquidaciones y pago de aporte parafiscales correspondiente 6. Procesar los movimientos de contabilidad. 7. Atender al público en el horario establecido. 8. Cumplir las demás funciones que le sean asignadas de acuerdo con la naturaleza del cargo. 	
Requisitos	Escolaridad: Técnico en auxiliar contable Experiencia: 1 año


Fuente: Autores del proyecto.


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.


4.3.6 Manual de procedimientos.

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






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

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

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






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

Cuadro 2. Procedimiento para el control contable de la Distribuidora Gran Señora

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

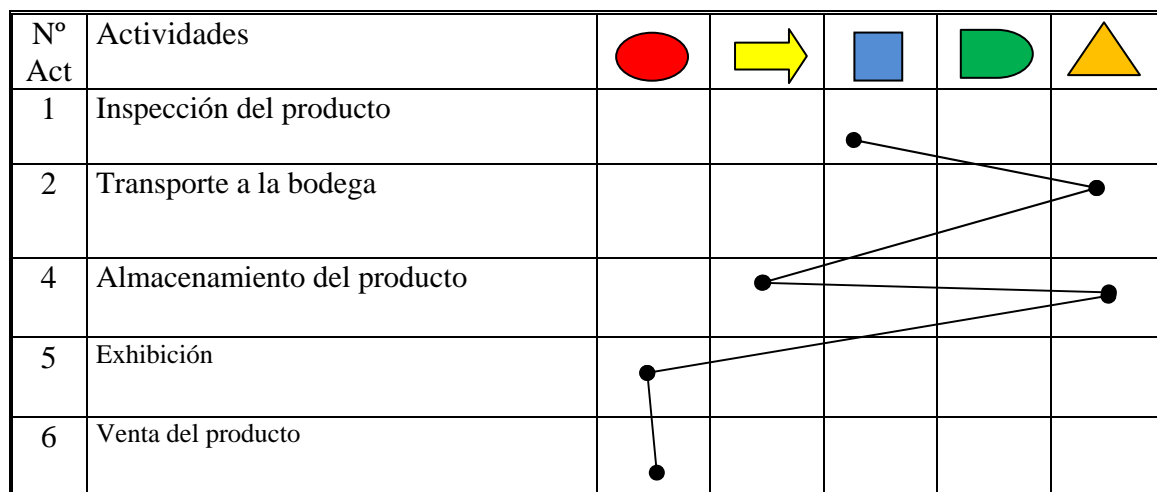
Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 3. Procedimiento de compras.

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

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 4. Proceso de almacenamiento y venta de productos.



Fuente: Autores del proyecto

4.3.7 Reglamento interno de trabajo para la Distribuidora Gran Señora, sucursal Aguachica Cesar.

CAPÍTULO I.

Artículo 1. El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la Distribuidora Gran Señora, queda sometido a disposición tanto para la empresa como a sus trabajadores.

CAPÍTULO II.

Artículo 2. Pueden presentarse en la Distribuidora Gran Señora del municipio de Aguachica, en las distintas áreas, aquellas personas que tengan experiencia en relacionada con el cargo.

Artículo 3. La Distribuidora Gran Señora del municipio de Aguachica, podrá someter al aspirante a un período de prueba que no exceda a dos meses.

CAPÍTULO III

HORARIO DE TRABAJO.

Artículo 4. Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se presentan, así:

Primera jornada de trabajo: 6:00 a.m. a 12:00 p.m.

Segunda jornada de trabajo: 2:00 p.m. a 4:00 p.m.

Parágrafo 1. Los días laborales son de lunes a sábado.

Parágrafo 2. El horario de trabajo podrá ser modificado de acuerdo a las necesidades, no excediendo la jornada máxima legal.

CAPÍTULO IV.

JORNADA DIURNA Y JORNADA DE TRABAJO SUPLEMENTARIO.

Artículo 5. La jornada diurna está comprendida entre las 6:00 a.m. y las 10:00 p.m., la jornada nocturna está comprendida entre las 10:00 p.m. y las 6:00 a.m.

Artículo 6. Trabajo suplementario o de horas extras es el que excede de la jornada ordinaria.

Artículo 7. El trabajo suplementario o de horas extras, se pagará por la empresa en su caso así: si es diurno con un recargo de veinticinco (25) por ciento sobre el valor del trabajo ordinario diurno, y si es nocturno, con un recargo de setenta y cinco (75) por ciento, sobre el trabajo diurno ordinario.

Artículo 8. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y de recargo nocturno en su caso, se efectuará junto con el salario del período siguiente.

Artículo 9. La Distribuidora Gran Señora de la ciudad de Aguachica, reconocerá trabajo suplementario o de horas extras, cuando expresamente lo exija a sus trabajadores el propietario.

CAPITULO V.

DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS.

Artículo 10. Serán de descanso obligatorio remunerado los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1 de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1 de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre; además de los días jueves y viernes santo, Ascensión del Señor, Corpus Cristhi y Sagrado Corazón de Jesús.

2. Las prestaciones y derechos que para el trabajador originen el trabajo en los días festivos, se reconocerá en relación al día de descanso remunerado establecido.

CAPÍTULO VI.

VACACIONES REMUNERADAS.

Artículo 11. Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un año en la Distribuidora Gran Señora de la ciudad de Aguachica, tienen derecho a quince días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Artículo 12. La época de vacaciones debe ser señalada por la Distribuidora Gran Señora de la ciudad de Aguachica, a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser

concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.

El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince días de anticipación, la fecha en que le concederán las vacaciones.

Artículo 13. Si se presentan interrupciones justificadas en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas.

Artículo 14. Se podrá compensar las vacaciones en dinero, previa autorización del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, por los días que éste autorice.

CAPÍTULO VII PERMISOS

Artículo 15. Los trabajadores tienen derecho a obtener concesión de permisos cuya duración sea fijada por el Administrador.

CAPITULO VIII SERVICIOS MÉDICOS, RIESGOS PROFESIONALES Y PRIMEROS AUXILIOS.

Artículo 16. Es obligación de la Distribuidora Gran Señora de la ciudad de Aguachica, velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores. Igualmente es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo y en higiene y seguridad industrial.

Artículo 17. Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguridad Social o EPS, ARP, a través de la IPS a la cual se encuentren asignados. En caso de no afiliación, estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

Artículo 18. En caso de accidente de trabajo, el administrador ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo las consecuencias del accidente.

Artículo 19. En caso de accidente no laboral, aún el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará las consecuencias del accidente y la fecha en que será la incapacidad.

CAPITULO IX PRESCRIPCIONES DE ORDEN

Artículo 20. Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a. Respeto y subordinación a los superiores.
- b. Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c. Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d. Ejecutar los trabajos que le confíen, con honradez, voluntad de la mejor manera posible.
- e. Permanecer en el lugar de trabajo por conducto del respectivo superior, siendo en consecuencia prohibido pasar al puesto del compañero.
- f. Ser verídico en todo caso, recibir y aceptar órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo.
- g. Observar rigurosamente las medidas y precauciones que indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas.

CAPITULO X. OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA DE LA CIUDAD DE AGUACHICA Y SUS EMPLEADOS.

Artículo 21. Son obligaciones de la Distribuidora Gran Señora de la ciudad de Aguachica:

- a. Poner a disposición de los trabajadores, los instrumentos adecuados y materias primas necesarias para la realización de labores.
- b. Dotar a los trabajadores de elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales, de forma que se garantice la seguridad y la salud.
- c. Brindar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes y enfermedad, a este efecto en el establecimiento se mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades necesarias.
- d. Cancelar al trabajador los sueldos y demás derechos en el tiempo establecido.

Artículo 22. Son obligaciones del trabajador:

- a. Cumplir órdenes e instrucciones que de manera particular le permite la empresa.

b. No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que tenga sobre su trabajo.

c. Guardar la moral y las relaciones con sus superiores.

Artículo 23. Se prohíbe a los trabajadores:

a. Sustraer de la Distribuidora Gran Señora de la ciudad de Aguachica, las materias primas sin permiso del administrador.

b. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o de drogas alucinógenas.

c. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal llevan los celadores.

d. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de su superior.

4.4 ESTUDIO FINANCIERO Y DE INVERSIÓN DE LA SUCURSAL DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA EN LA CIUDAD DE AGUACHICA, A TRAVÉS DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA

Para la cuantificación de la inversión, se realiza un estudio económico, con el que se pretende conocer el comportamiento de los diferentes flujos de ingresos propuestos para la apertura de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar.

4.4.1 Gastos de funcionamiento. Aseo y elementos. Para el montaje de la sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar, se requiere de elementos de aseo como: jabón de tocador, jabón en polvo, trapero, escoba, recogedor, desinfectantes, ambientadores, entre otros.

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

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

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

Cuadro 5. Gastos de funcionamiento.

Concepto	Vr/mensual	Vr/annual
Aseo y elementos	150.000	1.800.000
Mantenimiento y reparaciones	120.000	1.440.000
Papelería y útiles de oficina	70.000	840.000
Publicidad y propaganda	120.000	1.440.000
Total	\$460.000	\$5.520.000

Fuente: Autores del proyecto.

Servicios Públicos. Para la apertura de la sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar, se requiere de los siguientes servicios públicos:

Cuadro 6. Servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar Año 1.

Concepto	V/unitario	V/annual
Agua	50.000	600.000
Energía eléctrica	110.000	1.320.000
Telefonía	65.000	780.000
TOTAL	\$225.000	\$2.700.000

Fuente: Autores del proyecto.

Arriendo. En lo que refiere al arriendo, la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar, requiere de \$1.800.000 mensuales para la cancelación del canon, lo cual suma anualmente \$21.600.000

Cuadro 7. Servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar Año 1.

Concepto	V/unitario	V/annual
Arriendo	1.800.000	21.600.000
TOTAL	1.800.000	\$21.600.000

Fuente: Autores del proyecto.

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

Cuadro 8. Sueldos de personal

Cargo	Sueldos básico mensual	Valor anual
Administrador	1.500.000	18.000.000
Secretaria	650.000	7.800.000
Auxiliar Contable	500.000	6.000.000
Servicios generales	300.000	3.600.000
Vendedor 1	800.000	9.600.000
Vendedor 2	800.000	9.600.000
Jefe de bodega	800.000	9.600.000
Auxiliar de bodega 1	600.000	7.200.000
Auxiliar de bodega 2	600.000	7.200.000
TOTAL	6.550.000	78.600.000

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 9. Honorarios

Cargo	Sueldos básico mensual	Valor anual
Contador Público	400.000	4.800.000
Conductores	800.000	7.200.000
TOTAL	1.200.000	12.000.000

Fuente: Autores del proyecto.

Cuadro 10. Gastos de Personal.

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
Sueldo	78.600.000	82.530.000	86.656.500	90.989.325	95.538.791
Aux. Trans.	7.992.000	8.391.600	8.811.180	9.251.739	9.714.326
Dotación	960.000	1.008.000	1.058.400	1.111.320	1.166.886
Prima 8.33%	6.547.380	6.874.749	7.218.486	7.579.411	7.958.381
Cesantías 8.33%	6.547.380	6.874.749	7.218.486	7.579.411	7.958.381
Int/ces 12%	785.685	824.969	866.217	909.528	955.005
Vacaciones 4.17%	3.277.620	3.441.501	3.613.576	3.794.255	3.983.967
Parafiscales 9%	7.074.000	7.427.700	7.799.085	8.189.039	8.598.491
Salud 8.5%	6.681.000	7.015.050	7.365.802	7.734.093	8.120.797
Pensión 12%	9.432.000	9.903.600	10.398.780	10.918.719	11.464.654
ARP 0.5%	393.000	412.650	433.282	454.947	477.694
TOTAL	128.290.065	134.704.568	141.439.796	148.511.786	155.937.376

Fuente: Autores del proyecto.

4.4.3 Gastos varios. Como forma de hacer frente a imprevistos se establece un presupuesto de \$100.000 mensuales para cubrir gastos no programados, los cuales al año dará un total de \$1.200.000.

Impuesto, contribuciones y tasas

Predial unificado	\$270.000
Notariales	<u>\$180.000</u>
Total	\$450.000

Cuadro 11. Resumen de gastos año 1

Gastos	Valor anual
Arriendo	21.600.000
Aseo y elementos	1.800.000
Mantenimiento y reparaciones	1.440.000
Servicios públicos	2.700.000
Papelería y útiles de oficina	840.000
Publicidad y propaganda	1.440.000
Gastos de personal	78.600.000
Honorarios	12.000.000
Impuestos, contribuciones y tasas	450.000
Gastos varios	1.200.000
TOTAL	\$122.070.000

Fuente: Autores del proyecto.

Proyección anual de los gastos operacionales. Realizando sumatoria de los diferentes gastos relacionados, se tiene un total de \$122.070.000 para el año 1, los cuales son proyectados con un incremento anual del 5%, cifra promedio de la inflación colombiana de los últimos años, proyectada a 5 años más.

Cuadro 12. Proyección anual de los gastos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Gastos totales anuales	122.070.000	128.173.500	134.582.175	141.311.284	148.376.848

Fuente: Autores del proyecto.

4.4.4 Ingresos. Para hallar los ingresos, la Distribuidora Gran Señora de Aguachica, dependerá de los mismos que sean percibidos por concepto de la venta de los productos alimenticios que ésta ofrezca.

Por tal motivo se prevé unos ingresos para el año 1 de \$350.000.000. Este valor se ha proyectado anualmente en un 10%, teniendo en cuenta el aumento en el índice de ventas.

Cuadro 13. Ingresos operacionales anuales percibidos por la Distribuidora Gran Señora de Aguachica Cesar

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANT.	VR UNIT.	TOTAL MENSUAL
Avena Gran Señora Molida bulto x 10 Kl.	20	\$24.000	\$480.000
Avena Gran Señora Hojuela bulto x 10 Kl.	14	29.000	406.000
Avena Gran Señora Molida paca x 48 und x 220 gr.	30	32.000	960.000
Avena Gran Señora Hojuela paca x 58 und x 220 gr.	25	32.000	800.000
Avena Gran Señora Molida caja x 12 display x 70 gr.	15	33.000	495.000
Avena Gran Señora Hojuela caja x 12 display x 70 gr.	15	33.000	495.000
Avena Gran Señora Instantánea caja x 200 gr. x 24 und.	25	33.000	825.000
Avena Gran Señora Saborizada caja x 400 gr. x 12 und.	20	46.000	920.000
Crema de Arroz Babu caja x 70 gr. x 12 display.	9	46.000	414.000
Crema de Arroz Babu caja x 450 gr. x 12 und.	20	24.000	480.000
Pasta Extra Señora paca x 1000 gr. x 10 und.	30	24.000	720.000
Pasta Extra Señora x 100 gr. x 100 und.	40	21.000	840.000
Café Gran Señora x 25 lb.	80	125.000	10.000.000
Sal Gran Señora paca x 1000 gr. x 20 und.	73	10.800	788.470
Sal Gran Señora paca x 500 gr. x 25 und.	92	6.800	625.600
Arroz Extra x 500gr x 24 und.	90	35.500	3.195.000
Arroz Laura x 500gr x 24 und.	90	36.700	3.303.000
Arroz Extra x 1000gr x 12 und.	90	37.000	3.330.000
TOTAL			29.166.670
Ingresos percibidos por venta de productos		Valor mensual	Valor anual
Productos Ofertados por la Distribuidora Gran Señora de Aguachica Cesar		\$29.166.670	\$350.000.000

Fuente: Autores del proyecto.

Los ingresos percibidos anualmente tienen un aumento del 10%.

Cuadro 14. Proyección de ingresos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Ingresos totales anuales	350.000.000	385.000.000	423.500.000	465.850.000	512.435.000

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 15. Fondo de depreciación

Años	0	1	2	3	4	5
Equipo de oficina	2.020.000					
Depreciación		202.000	202.000	202.000	202.000	202.000
Equipo de comunicación y computación	11.300.000					
Depreciación		2.260.000	2.260.000	2.260.000	2.260.000	2.260.000
Total	13.320.000	2.462.000	2.462.000	2.462.000	2.462.000	2.462.000
Depreciación						

Fuente: Autores del proyecto.

Diferidos. Estos constituyen ciertos cargos requeridos para la puesta en marcha de la sucursal de Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica, Cesar.

Papelería y útiles de oficina	\$840.000
Publicidad y propaganda	\$1.440.000
Estudios y proyectos (de viabilidad).....	<u>\$1.720.000</u>
Total	\$4.000.000

Cuadro 16. Amortización de diferidos

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

Fuente: Autores del proyecto.

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

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

$$\text{C.T.} = \frac{122.070.000}{12 \text{ meses}} \times 4 \text{ meses}$$

$$\text{C.T.} = \$40.690.000$$

De esta manera, se requiere tener en Bancos como garantía para el montaje de la sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar, la suma de \$40.690.000

4.4.7 Balance inicial. A continuación se presenta el balance inicial para la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar, definiendo total de activos, pasivos y patrimonio.

**DISTRIBUIDORA GRAN SEÑORA
BALANCE INICIAL**

ACTIVOS		\$58.010.000
DISPONIBLE		
Bancos	\$40.690.000	
Propiedad, planta y equipo	\$13.320.000	
Diferidos	\$4.000.000	
TOTAL ACTIVOS		
PASIVOS	-0-	
PATRIMONIO		
Aportes Sociales	\$58.010.000	
Pasivo+Patrimonio		\$58.010.000

4.4.8 Estado de resultados proyectado

Cuadro 17. Estado de resultados proyectado.

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	350.000.000	385.000.000	423.500.000	465.850.000	512.435.000
- Costos	210.000.000	231.000.000	254.100.000	279.510.000	307.461.000
Utilidad bruta	140.000.000	154.000.000	169.400.000	186.340.000	204.974.000
- Gastos	122.070.000	128.173.500	134.582.175	141.311.284	148.376.848
Utilidad operac.	17.930.000	25.826.500	34.817.825	45.028.716	56.597.152
-Depreciación	2.462.000	2.462.000	2.462.000	2.462.000	2.462.000
-Diferidos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
utilidad AI	14.668.000	22.564.500	31.555.825	41.766.716	53.335.152
Imptos. 35%	5.133.800	7.897.575	11.044.539	14.618.351	18.667.303
Util D. Imptos	9.534.000	14.666.925	20.511.286	27.148.365	34.667.849
Reserva legal 10%	953.400	1.466.692	2.051.128	2.714.836	3.466.784
Util. Neta	8.580.800	13.200.233	18.460.158	24.433.529	31.201.065

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 18. Flujo de caja

Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	8.580.800	13.200.233	18.460.158	24.433.529	31.201.065
+Depreciac.	2.462.000	2.462.000	2.462.000	2.462.000	2.462.000
+Diferidos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Flujo de caja	11.842.800	16.462.233	21.722.158	27.695.529	34.463.065

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:

$$PE = \frac{122.070.000}{1 - \frac{210.000.000}{350.000.000}}$$

$$PE = \frac{122.070.000}{1 - 0,6}$$

$$PE = \frac{122.070.000}{0,4}$$

$$PE = 305.175.000 \text{ anual}$$

Para lograr el punto de equilibrio, la empresa debe tener ingresos, en el primer año, de \$305.175.000.

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:

$$\%CV_{enPE} = \frac{CV}{PV}$$

$$\%C_{VenPE} = \frac{210.000.000}{350.000.000}$$

$$\%C_{VenPE} = 0,6$$

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:

$$C_{VenPE} = 305.175.000 \times 0,6$$

$$C_{VenPE} = 183.105.000$$

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

Ingresos en el PE.....	\$305.175.000
Menos CV en el PE.....	183.105.000
UTILIDAD BRUTA...	122.070.000
Menos Costos Fijos.....	<u>122.070.000</u>
Utilidad.....	\$ 0

Por lo anterior, queda demostrado que la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$305.175.000 en el primer año.

4.5 EVALUACIÓN PARA CONOCER EL NIVEL DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO, A TRAVÉS DE UN ESTUDIO ECONÓMICO QUE PERMITA CONOCER 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 Distribuidora Gran Señora de la ciudad de Aguachica, bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos netos de caja con recursos propios.

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

Donde:

Tasa de oportunidad (6%)
 n = número de años

$$VPN = \frac{11.842.800}{(1+0.12)^1} + \frac{16.462.233}{(1+0.12)^2} + \frac{21.722.1588}{(1+0.12)^3} + \frac{27.695.529}{(1+0.12)^4} + \frac{34.463.065}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN = 10.573.929 + 13.169.786 + 15.515.827 + 17.640.464 + 19.581.287$$

$$VPN = 76.481.293$$

El VPN del proyecto se muestra en \$76.481.293 resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que es superior a la inversión inicial que es de \$58.010.000.

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 Distribuidora Gran Señora Aguachica.

$$\begin{aligned} VAN &= VPN - \text{Inversión Inicial} \\ VAN &= \$76.481.293 - 58.010.000 \\ VAN &= \$18.471.293 \end{aligned}$$

El valor actual neto de \$18.471.293 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 empresa en la ciudad de Aguachica.

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 empresa.

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

$$RCB = \frac{\$76.481.293}{\$58.010.000}$$

RCB = 1.31 veces

La inversión inicial es recuperada 1.31 veces al cabo de los primeros cinco años de apertura de la sucursal de Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica, 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

$$\$58.010.000 = \$76.481.293$$

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

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN = \frac{11.842.800}{(1+0.10)^1} + \frac{16.462.233}{(1+0.10)^2} + \frac{21.722.158}{(1+0.10)^3} + \frac{27.695.529}{(1+0.10)^4} + \frac{34.463.065}{(1+0.10)^5}$$

$$VPN = 10.766.182 + 13.605.151 + 16.332.450 + 18.969.540 + 21.405.630$$

$$VPN = 81.078.953$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = \frac{11.842.800}{(1+0.15)^1} + \frac{16.462.233}{(1+0.15)^2} + \frac{21.722.158}{(1+0.15)^3} + \frac{27.695.529}{(1+0.15)^4} + \frac{34.463.065}{(1+0.15)^5}$$

$$VPN = 10.298.087 + 12.471.389 + 14.290.893 + 15.916.971 + 17.145.803$$

$$VPN = 70.123.143$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[\begin{array}{l} 81.078.953 \text{ ---- } 10\% \\ 58.010.000 \text{ ---- } X \\ 70.123.143 \text{ ---- } 15\% \end{array} \right]$$

$$81.078.953 - 58.010.000 = 23.068.953$$

$$81.078.953 - 70.123.143 = 10.955.810$$

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

$$\frac{X}{5} = \frac{23.068.953}{10.955.810}$$

$$23.068.953X = 10.955.810 (5)$$

$$X = 54.779.050 / 23.068.953$$

$$X = 2.37$$

$$X = 2.37\%$$

$$TIR = 10 + 2.37\%$$

$$TIR = 12.37\%$$

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 12.37%, de esta manera se muestra atractivo para invertir.

4.6 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL IMPACTO EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y EL AMBIENTE CULTURAL

4.6.1 Estudio social. El montaje de la sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica, traerá consecuencias positivas para la comunidad beneficiaria del proyecto, porque ofrecerá productos para la canasta familiar, que serán distribuidos en la región.

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

Oportunidad de inversión. La Distribuidora Gran Señora sucursal Aguachica, 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 Distribuidora Gran Señora Aguachica, 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 empresa, 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.

5. 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 el tamaño del mercado objetivo, que corresponde a 103.944 personas habitantes de la ciudad de Aguachica, el 93% están dispuestas a demandar los productos ofrecidos por la Distribuidora Gran Señora en esa ciudad.

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

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. El establecimiento comercial 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.

En lo referente al estudio financiero y económico se puede señalar la viabilidad que se tiene para abrir la sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica, el cual es rentable según resultados arrojados en los diferentes indicadores financieros establecidos, logrando un punto de equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$305.175.000 en el primer año.

Se deben establecer parámetros para el manejo integral de los residuos sólidos en las instalaciones donde ira ser ubicada la empresa, 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 de la ciudad de Aguachica, al adquirir productos de la canasta familiar de óptima calidad.

6. RECOMENDACIONES

Luego de realizado el estudio, se recomienda diseñar e implementar estrategias de mercadeo para el vital conocimiento de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica Cesar, como es la de hacer una campaña publicitaria agresiva que logre dar a conocer a la empresa en toda la ciudad, la cual consta de la utilización del nombre de la empresa en los distintos medios que estén autorizados en la ciudad; también mediante la vinculación en eventos deportivos, culturales y sociales. A la vez, formular planes para posesionarse y penetrar nuevos mercados, con el fin de incrementar ventas y, así mismo, aumentar su rentabilidad.

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.

Para evitar la generación de impactos ambientales en la ciudad de Aguachica, se hace necesario establecer algunas acciones a desarrollar con el fin de evitar la contaminación ambiental de la región.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Rosa. Proceso administrativo. Edición Mac Gaw Hill. Bogotá. 2010. P 54

BENETTI, Carlo. “El problema de la tradición clásica y marxista” En: Lecturas de Economía n. 34 Enero –Julio 1999. p 345.

BROSS, W. Proceedings of the World Conference on Edible Fats and Oils Processing: Basic Principles and Modern Practices". Erickson, DE. 1990. Champaign, Illinois: American Oil Chemists Society

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 410 de 1971. (marzo 27). por el cual se expide el código de comercio. Edición norma. 2009. P 21

DANE, Aguachica, 2005.

LÓPEZ, Said.. Historia de la comercializadora Gran Señora. Información brindada por su gerente. 2015.

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

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

PALOMARES, Carlos. Teoría de la transparencia. Barcelona. Editorial norma. 1999. P 29

REPÚBLICA DE COLOMBIA. Constitución Política de Colombia. Edición Cupido. 2010. P 8

RIVAS, I (1995). Técnicas de Documentación Investigación I. UNA. Caracas, Venezuela.

SCHROEDER, Roger G. Administración de operaciones, Edición McGraw Hill, 2011. P. 533.

VALENTÍN AZOFRA, Ana. Nociones de economía y empresa. davidematiasbatalla. 2013. P 7

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

GROSS, Manuel. Teoría administrativa. On line. Actualizado el 12 de octubre de 2005. Citado el 23 feb., 2014. Disponible en Internet En: http://manuelgross.bligoo.com/content/view/217193/La_Teoria_Administrativa_segun_el_Enfoque_de_la_Contingencia.html

INDUSTRIAS ALIMENTARIAS (online). 1ed. [Perú]: s.l., 2010 [citado 15 feb., 2014]. Disponible en: www.critica.com.pa/archivo/08282007/ntierra.html

ANEXOS

Anexo A. Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Aguachica, Cesar

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Conocer la posibilidad de la apertura de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica.

1. ¿Compra usted productos de la canasta familiar?

SI _____ NO _____

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 _____

3. ¿Con que frecuencia adquiere productos alimenticios?

Diario _____

Semanal _____

Mensual _____

4. ¿Conoce o ha escuchado hablar de los productos que comercializa la Distribuidora Gran Señora?

SI _____ NO _____

5. ¿Qué productos conoce de la marca Gran Señora?

Arroz _____

Pastas _____

Fríjol _____

Lentejas _____

Leche en polvo _____

Sal _____

Café _____

Otro ____ cuál? _____

6. ¿Cómo le parece la idea de una sucursal de la Distribuidora Gran Señora en la ciudad de Aguachica?

Excelente _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____
No sabe/ no responde _____

7. ¿Cree usted que actualmente las empresas que comercializan productos alimenticios en la ciudad de Aguachica, satisfacen a cabalidad las necesidades y expectativas del cliente?

SI _____ NO _____

8. ¿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 _____

9. ¿En qué zona de la ciudad le gustaría que quedara ubicada la Distribuidora Gran Señora?

Centro _____ Sur de la ciudad _____ Norte de la ciudad _____

GRACIAS POR SU COLABORACION!!

Anexo B. Distribución en planta

