	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento <b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	Código <b>F-AC-DBL-007</b>	Fecha <b>10-04-2012</b>	Revisión <b>A</b>
Dependencia <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	Aprobado <b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		Pág. <b>1(91)</b>	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>FABIÁN ANDRÉS BARBOSA SANDOVAL</b>
FACULTAD	<b>DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b>
PLAN DE ESTUDIOS	<b>ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b>
DIRECTOR	<b>GUSTAVO ADOLFO PALLARES</b>
TÍTULO DE LA TESIS	<b>CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA PULVERIZADA SABORIZADA EN SOBRES, EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER</b>

#### RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)

EL DESARROLLO DEL PRESENTE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA PULVERIZADORA SABORIZADA EN SOBRES, TUVO COMO PUNTO DE PARTIDA, EL DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS, LOS CUALES CONSISTIERON EN EFECTUAR UN ESTUDIO DE MERCADOS PARA DETERMINAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, DEMANDA, OFERTA, PRECIO, CANALES DE DISTRIBUCIÓN, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN; DESARROLLAR UN ESTUDIO TÉCNICO DONDE SE DETERMINE EL TAMAÑO DEL PROYECTO.

#### CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 91	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:
-------------	---------	----------------	---------



**CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
PANELA PULVERIZADA SABORIZADA EN SOBRES, EN LA CIUDAD DE  
OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

**FABIÁN ANDRÉS BARBOSA SANDOVAL**

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

**CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
PANELA PULVERIZADA SABORIZADA EN SOBRES, EN LA CIUDAD DE  
OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

**FABIÁN ANDRÉS BARBOSA SANDOVAL**

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

**Director  
GUSTAVO ADOLFO PALLARES  
Administrador de Empresas**

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

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	14
<b>1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA PULVERIZADA SABORIZADA EN SOBRES, EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.....</b>	<b>15</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	15
1.3 OBJETIVOS.....	15
1.3.1 General.....	15
1.3.2 Específicos.....	16
1.4 JUSTIFICACION .....	16
1.5 DELIMITACIONES.....	16
1.5.1 Conceptual.....	16
1.5.2 Operativa.. ..	17
1.5.3 Temporal.....	17
1.5.4 Geográfica.....	17
<b>2. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>18</b>
2.1 MARCO HISTÓRICO .....	18
2.1.1 Historia de la panela a nivel mundial.....	18
2.1.2 Historia de la panela a nivel nacional.....	19
2.1.3 Historia de la panela a nivel local .....	20
2.2 MARCO TEÓRICO .....	20
2.2.1 Teoría de la Empresa.....	20
2.2.2 Teoría del Valor Trabajo.....	21
2.2.3 Teoría del proceso administrativo.....	22
2.2.4 Teoría de la oferta y la demanda.....	22
2.3 MARCO CONCEPTUAL .....	22
2.3.1 Estudio de factibilidad.....	22
2.3.2 Estudio de mercados.....	23
2.3.3 Estudio técnico.....	24
2.3.4. Estudio administrativo y legal .....	25
2.3.5. Estudio financiero.....	25
2.3.6 Evaluación económica.....	26
2.3.7 Evaluación socioambiental.....	27
2.3.8 La panela.....	27
2.4 MARCO LEGAL .....	28
2.4.1 Constitución política de Colombia.....	28
2.4.2 Código del Comercio.....	28
2.4.3 Ley 09 de 1979.....	29
2.4.4 Decreto 3075 de 1997 .....	35

<b>3. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>36</b>
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	36
3.2 POBLACIÓN .....	36
3.3 MUESTRA.....	36
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACION...	38
3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	38
<b>4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>39</b>
4.1 ESTUDIO DE MERCADO .....	39
4.1.1 Descripción del producto.....	49
4.1.2 Descripción de la Demanda.....	50
4.1.3 Determinación de la Oferta.....	50
4.1.4 El Precio.....	50
4.1.5 Canales de Distribución.....	52
4.1.6 Publicidad.....	53
4.2 ESTUDIO TÉCNICO .....	54
4.2.1 Localización .....	54
4.2.2 Requerimiento Físico. Equipo de Oficina.....	54
4.2.3 Tamaño del Proyecto .....	55
4.2.4 Distribución en planta.....	56
4.2.5 Proceso de producción del producto.. .....	56
4.2.6 Necesidades del recurso humano.....	57
4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....	57
4.3.1 Misión.....	57
4.3.2 Visión.....	57
4.3.3 Valores. Disciplina.....	57
4.3.4 Política y objetivos de calidad.....	57
4.3.5 Objetivos.....	58
4.3.6 Estrategias de la empresa.....	59
4.3.7 Organigrama.. .....	59
4.3.8 Manual de funciones.....	61
4.3.9 Manual de procedimientos.....	65
4.3.10. Reglamento interno de trabajo para la empresa PulviPanela, de la ciudad de Ocaña, N.S. ....	67
4.4 ESTUDIO ECONÓMICO.....	71
4.4.1 Gastos de funcionamiento.....	71
4.4.2 Gastos de personal.....	72
4.4.3 Gastos varios.....	73
4.4.4 Ingresos. Pa.....	74
4.4.5 Depreciación y diferidos. Depreciación.....	75
4.4.6 Capital de trabajo.....	76
4.4.7 Balance inicial.....	77
4.4.8 Estado de resultados proyectado .....	77
4.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	79
4.5.1 Valor presente neto (VPN).....	79

<b>4.5.2 Valor actual neto.</b> .....	<b>80</b>
<b>4.5.3 Razón costo beneficio (RCB).</b> .....	<b>80</b>
<b>4.5.4 Tasa interna de retorno.</b> .....	<b>81</b>
<b>4.6 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL</b> .....	<b>82</b>
<b>4.6.1 Estudio social.</b> .....	<b>82</b>
<b>4.6.2 Estudio ambiental.</b> .....	<b>83</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>84</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>85</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>86</b>
<b>REFERENCIAS ELECTRÓNICAS</b> .....	<b>87</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>88</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo propuesto.....	49
Figura 2. Canal de distribución.....	53
Figura 3. Flujograma de proceso de producción de azúcar pulverizada en sobres.....	56
Figura 4. Organigrama .....	60

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Proyección de la demanda.....	50
Cuadro 2. Materiales directos. ....	50
Cuadro 3. Proyección de los materiales directos. ....	51
Cuadro 4. Costos de mano de obra directa.....	51
Cuadro 5. Proyección de los costos de mano de obra directa. ....	51
Cuadro 6. Determinación de los CIF .....	51
Cuadro 7. Proyección de los CIF .....	52
Cuadro 8. Proyección del precio. ....	52
Cuadro 9. Procedimiento para el control contable. ....	66
Cuadro 10. Procedimiento de compras. ....	66
Cuadro 11. Proceso de almacenamiento y venta de productos. ....	67
Cuadro 12. Gastos de funcionamiento. ....	71
Cuadro 13. Servicios públicos requeridos para el funcionamiento.....	72
Cuadro 14. Arriendo requerido para el funcionamiento de la empresa PulviPanela. ....	72
Cuadro 15. Sueldos de personal .....	72
Cuadro 16. Honorarios .....	73
Cuadro 17. Gastos de Personal.....	73
Cuadro 18. Resumen de gastos año 1.....	74
Cuadro 19. Proyección anual de los gastos operacionales.....	74
Cuadro 20. Ingresos operacionales .....	75
Cuadro 21. Proyección de ingresos operacionales.....	75
Cuadro 22. Proyección de costos. ....	75
Cuadro 23. Fondo de depreciación.....	76
Cuadro 24. Amortización de diferidos .....	76
Cuadro 25. Estado de resultados proyectado. ....	77
Cuadro 26. Flujo de caja .....	78



## LISTA DE GRÁFICOS

Grafica 1. Producto utilizado para endulzar las comidas o bebidas.....	39
Grafica 2. Presentación preferida para comprar panela .....	40
Grafica 3. Adquisición en Ocaña de panela pulverizada en sobre y saborizada.....	41
Grafica 4. Disposición de compra de panela pulverizada en sobres y saborizada.....	42
Grafica 5. Opinión sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander .....	43
Grafica 6. Sector preferido para la ubicación de la empresa.....	44
Grafica 7. Peso preferido a la hora de comprar, la panela pulverizada en sobres.....	45
Grafica 8. Precio dispuesto a pagar por un sobre de panela pulverizada en sabores .....	46
Grafica 9. Lugar de preferencia para la compra del producto.....	47
Grafica 10. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la empresa.....	48

## **LISTA DE ANEXOS**

Anexo A. Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Ocaña .....	89
Anexo B. Distribución en planta.....	91

## RESUMEN

El desarrollo del presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizadora saborizada en sobres, tuvo como punto de partida, el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales consistieron en efectuar un estudio de mercados para determinar las características del producto, demanda, oferta, precio, canales de distribución, publicidad y promoción; desarrollar un estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto, la distribución en planta, el proceso de producción y los recursos necesarios para llevar a cabo del proyecto; diseñar la estructura administrativa y legal adecuada para la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, en la ciudad de Ocaña; hacer un estudio económico para conocer los ingresos, costos y gastos necesarios para la puesta en marcha de la empresa; realizar una evaluación económica que permita determinar la rentabilidad del proyecto; y, evaluar social y ambientalmente el proyecto, buscando conocer el impacto en el ámbito social y ambiental.

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

En la realización del proyecto se pudo conocer la buena aceptación de la empresa y del producto a ofrecer, así mismo en el estudio técnico se determinó los requerimientos de equipo de oficina, maquinaria y elementos necesarios para el funcionamiento; el estudio financiero y la evaluación económica permitió conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto, las evaluaciones social y ambiental analizan el impacto del estudio, obteniendo una favorabilidad en la creación de la empresa. Igualmente, se obtuvieron las conclusiones y recomendaciones que permiten la determinación en forma precisa de buenos resultados para la organización.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de grado titulado estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizadora saborizada en sobres en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, tuvo como importancia la proyección del municipio.

Con el presente proyecto se busca conocer la viabilidad en la región del posicionamiento de una empresa que produzca y comercialice la panela de manera pulverizada y saborizada; por tal motivo se hace necesario realizar un diagnóstico situacional a través de la técnica de la encuesta sobre la aceptación o rechazo del producto a ofertar, de la misma forma se realizaron los estudios de mercados, técnico, financiero, económico, social y ambiental los cuales determinaron la viabilidad, rentabilidad, recursos e incidencias de la creación de esta nueva empresa.

Para llevar a cabo la realización del proyecto se formularon los siguientes objetivos con su respectiva metodología: efectuar un estudio de mercados para determinar las características del producto, demanda, oferta, precio, canales de distribución, publicidad y promoción; desarrollar un estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto, la distribución en planta, el proceso de producción y los recursos necesarios para llevar a cabo del proyecto; diseñar la estructura administrativa y legal adecuada para la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, en la ciudad de Ocaña; hacer un estudio económico para conocer los ingresos, costos y gastos necesarios para la puesta en marcha de la empresa; realizar una evaluación económica que permita determinar la rentabilidad del proyecto; y, evaluar social y ambientalmente el proyecto, buscando conocer el impacto en el ámbito social y ambiental.

Es así como se determinó la viabilidad de crear una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en la ciudad de Ocaña, obteniendo resultados bastante positivos en la rentabilidad arrojada luego de los estudios desarrollados en el proyecto, lo cual genera una nueva modalidad de inversión para las personas interesadas en el industria y el comercio de la región.

# **1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA PULVERIZADA SABORIZADA EN SOBRES, EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La panela es un producto obtenido de la evaporación de los jugos de la caña y la consiguiente cristalización de la sacarosa que contiene vitaminas y minerales. Esta se puede utilizar en la fabricación de productos alimenticios, además como proveedora de insumos para otras industrias entre las que se encuentra la farmacéutica. Actualmente el producto líder es la panela pulverizada ideal para agregarle a bebidas frías y/o calientes; también es utilizada para endulzar todo tipo de postres, dulces y salsas para aderezar comidas. Es práctica y de fácil utilización para el consumidor; debido a que su capacidad de dilución les permite utilizarla en muchas preparaciones.<sup>1</sup>

Se observa que, la producción de panela en la provincia de Ocaña es unos de los motores agrícolas, ya que este producto es traído al mercado diariamente, por los campesinos de la región. En la actualidad existe gran cantidad de consumidores que adquieren la panela debido a que la incluyen en su alimentación diaria. Son muchas las personas que solicitan en los supermercados o tiendas, la panela pulverizada, por su facilidad a la hora de servir un café, además, en las cafeterías de la ciudad los clientes solicitan en lugar de azúcar, su café con panela, obviamente debe servirse en sobre, teniendo en cuenta que es la misma manera como se serviría un café con azúcar. En Ocaña, aún no se encuentra una empresa que produzca y comercialice la panela pulverizada, siendo ya un producto de primera necesidad que por naturaleza debe incluir la canasta familiar.

Teniendo en cuenta todo lo anterior es necesario realizar un estudio de factibilidad que permita conocer la aceptación o no de la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, contribuyendo al desarrollo en la ciudad de Ocaña

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?

## **1.3 OBJETIVOS**

**1.3.1 General.** Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

---

<sup>1</sup> MARTINEZ, Marco. Panela pulverizada (online). 1 ed. [Bucaramanga]: 2013. [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.donapanela.com/productos/panela-pulverizada.html>

**1.3.2 Específicos.** Efectuar un estudio de mercados para determinar las características del producto, demanda, oferta, precio, canales de distribución, publicidad y promoción.

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

Diseñar la estructura administrativa y legal adecuada para la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, en la ciudad de Ocaña.

Hacer un estudio económico para conocer los ingresos, costos y gastos necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

Realizar una evaluación económica que permita determinar la rentabilidad del proyecto.

Evaluar social y ambientalmente el proyecto, buscando conocer el impacto en el ámbito social y ambiental.

## **1.4 JUSTIFICACION**

Actualmente en Ocaña no se cuenta con una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada, lo que hace necesaria su creación, teniendo como oportunidad las ventajas que ofrece el mercado, y la inexistencia de productos en la ciudad con características similares.

El proyecto propone una alternativa diferente a la ciudadanía en general, teniendo en cuenta que está diseñado con el fin de ofrecer un producto que brinde confiabilidad al cliente en su calidad. Además, esta idea plantea que se produzca la materia prima, la cual será trasformada producida y empacada por parte de la misma empresa productora, de igual manera su distribución y comercialización, tratando de generar la mayor cantidad de empleos directos y, por consiguiente, rentabilidad para sus propietarios.

La Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña se verá beneficiada con el estudio de factibilidad debido que a través de un estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, se estará aportando al crecimiento y desarrollo de la ciudad de Ocaña, al crear una empresa productora e innovadora en la región. Además, los futuros clientes, por tener una opción diferente de encontrar la panela, finalmente, la comunidad en general por contar con opciones de empresa que tengan como principio un enfoque socialmente responsable en cuanto a calidad de vida y generación de empleo.

## **1.5 DELIMITACIONES**

**1.5.1 Conceptual.** En la realización de este estudio se tendrán en cuenta las temáticas: Estudio de Factibilidad que está compuesto por un estudio de mercados, estudio técnico,

estudio financiero, estudio económico, estudio ambiental y social, estudio administrativo y legal, y temática sobre la panela.

**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 duración de ocho (8) semanas, a partir de la aprobación del mismo, 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 Ocaña, Norte de Santander.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1 MARCO HISTÓRICO

**2.1.1 Historia de la panela a nivel mundial.** Son contradictorias las versiones sobre los orígenes de la caña a nivel mundial, continental y nacional; para algunos autores es de Nueva Guinea y se extendió posteriormente a Borneo, Sumatra y la India. Posteriormente Alejandro Magno la llevó a Persia (331AC) y los árabes la diseminaron en Siria, Palestina, Arabia, Egipto, de donde pasó a Africa y España. Otros estudiosos del tema ubican su origen en Indochina, otros aseguran que tuvo lugar en la India, de donde más tarde se llevó a Indochina y China.

Para algunos autores es la región nordeste de la India, específicamente la Provincia de Bengala la que se considera como la región originaria de la caña, de aquí el nombre de su capital, Gaura, de la palabra “Gur” que significa azúcar. Hay algunos textos antiguos muy interesantes: “Todos nos inclinan a creer, dice Liautaud, que fue en las regiones intertropicales del Indostán, donde los Indios cultivaron por primera vez la caña y que más tarde la llevaron al norte de la Península hasta los 37 grados de latitud boreal, pues sabemos que unas de las variedades más precoces, “La caña verde” (Arichú), se cultiva desde Patua hasta Bahar y en el reino de Cabul. Por otra parte, el azúcar constituyó siempre un objeto del rico comercio entre el Indostán y los demás países del antiguo mundo, sobre todo la Persia y la Arabia”.

Pero tal vez el texto de vieja data en el que se hace referencia a la caña es el Código de Manú, escrito por el primero de los Manú, personajes heroicos de la India, más de mil años antes de la era cristiana, habla de la caña dulce y en su ley o versículo 341 del libro 8, dice: “El Duidja que viaja y cuyas provisiones son muy mezquinas, si coge dos o tres cañas de azúcar o dos pequeñas raíces en el campo del vecino, no debe pagar tributo alguno”. Y en el versículo 143, del libro II, se dice: “Por haber muerto toda clase de insectos que nacen en el arroz y en otros granos y en los líquidos como el jugo de la caña de azúcar... etc.

La hizo Cristóbal Colón en su segundo viaje (1493) a la Isla de la Española, hoy Haití y República Dominicana; de ahí pasó a Puerto Rico en 1513., Perú 1535, México 1553, Brasil 1551; anteriormente Cuba 1523.

Para Gonzalo Fernández de Oviedo, primer cronista del Nuevo Mundo, las primera cañas se introdujeron en la Española (Santo Domingo) en 1505 por don Pedro de Atienza; versión en la que coinciden el padre Fray Bartolomé de las Casas y don Antonio de Herrera cronista mayor de su majestad de la India y cronista de Castilla y el padre Bernabé Cobo en su libro “Historia del Nuevo Mundo”.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> MANRIQUE ESTUPIÑÁN, Roberto. Manual de caña de azúcar (online). 1 ed. [Bogotá]: Corpoica, 2000 [citado 23 jun., 2015]. Disponible en: <http://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/69%29pdf.PDF>



Parece sin embargo más convincente el testimonio de J.A. Saco en su “Historia de la Esclavitud de la Raza Africana en el Nuevo Mundo”, cuando dice “ Erróneas son las opiniones de todos los autores que acabo de citar, porque la caña entró en aquella isla (La Española) al siguiente año de su descubrimiento, siendo Cristóbal Colón su primer introductor desde el segundo viaje que hizo a ella en 1493.”<sup>3</sup>

**2.1.2 Historia de la panela a nivel nacional.**<sup>4</sup> En Colombia se sembró por primera vez en 1510 en Santa María Antigua del Darién; posteriormente en el Valle del Cauca. Belalcázar, que más que conquistador fue gran fundador y poblador, trajo desde Quito caballos, acémilas, aves domésticas y, según memoria no comprobada, las primeras estacas de caña de azúcar. Por tradición oral se afirmó que en el fondo que poseyó en las tierras que habían sido de los yumbos, nacieron cañamelares que llegaron a ser centenarios.

En el Valle del Cauca, ningún producto ha precipitado tantas transformaciones culturales como la caña de azúcar. Ellas se pueden observar desde épocas tan tempranas como el siglo XVI, cuando Sebastián de Belalcázar introdujo la gramínea desde Santo Domingo y la sembró en su estancia situada en cercanías a lo que hoy es Jamundí, desde donde se dispersó por la banda izquierda del río Cauca. Los estancieros más grandes de la zona en la época de Belalcázar, Gregorio de Astigarreta y los hermanos Lázaro y Andrés Cobo, empezaron a sembrarla e instalaron trapiches en sus tierras. Esto permitió que los indígenas fueran trasladados desde las cordilleras al valle, surgiendo así el pueblo de San Jerónimo de los Ingenios, hoy Amaime.

Según Víctor Manuel Patiño en su libro “Esbozo Histórico sobre la Caña de Azúcar” : “La caña vino a Colombia en el año 1538 a través del Puerto de Cartagena y dos años después en 1540 entró por Buenaventura al valle geográfico del Río Cauca, plantándose inicialmente en la margen izquierda del río Cauca, en Arroyohondo y Cañas Gordas, lugares muy cercanos a Cali, donde operaron sendos trapiches paneleros”. Para el mismo autor la penetración en el resto del país se hizo a partir de María La baja en Bolívar, Valle de Apulo, Rionegro y Guaduas en Cundinamarca, Valle de Tensa en Boyacá y Vélez en Santander. “La caña criolla que trajeron los españoles a fines del periodo colonial, llegó de las Guayanas; la caña Tahití u “Otahití” fue introducida al Valle entre 1802 y 1808”. Entre 1930 y 1932 llegó la variedad POJ-2878 que hoy persiste en gran proporción en todas las zonas cañicultoras de Colombia, por recomendación de la Misión Chardón procedente de Puerto Rico.

A mediados del siglo XVI se inicia el cultivo sistemático de la caña de azúcar. Pedro de Atienza, un español bragado, es su primer industrial. La milagrosa gramínea había sido transportada en viveros especiales, construidos en la sentina de las carabelas, desde la Gran Canaria hasta Santo Domingo. En la isla se dio con un furor genésico irresistible. De este modo esos cañaduzales vinieron a ser los abuelos de los que hoy presentan sus armas a los vientos de toda la zona tropical. El cita Pedro de Atienza fue el primer testigo de un milagro

---

<sup>3</sup>ibid., p.12.

<sup>4</sup>ibid., p.13.

agrícola, cuando comprobó que en este valle la gramínea producía durante todo el año, sin que fuera necesario limitarse a las periódicas zafras. Con ese argumento parece que convenció a los estancieros que no querían salir del cultivo del maíz, el cacao o el plátano; o de la ganadería, que había sido impulsada por Belalcázar. El vasco Gregorio de Astigarreta tampoco se andaba por las ramas.

A finales del siglo XVI compró fundos en el río Amaime, con impresionante intuición, y los sembró de caña de azúcar. Trajo de España a Juan Francisco, Pedro Miranda y Rafael Guerra, quienes parece que habían sido cultivadores de cañamelares en Granada y las Islas Canarias, para que dirigiesen sus fundos.

Al vizcarrieta y su hijo se unieron los hermanos Andrés y Lázaro Cobo, y poco a poco se fue extendiendo la mancha de los cañaduzales por toda la planicie.<sup>5</sup>

**2.1.3 Historia de la panela a nivel local.** La caña panelera se da en los municipios de Convención, Teorama, San Calixto. La producción de la panela de la provincia se comercializa en primer lugar con intermediarios del municipio de Ocaña y estos la comercializan en la Costa Atlántica.

La principal competencia para los productores paneleros de la provincia de Ocaña son los ubicados entre los departamentos de Boyacá y Santander, especialmente la Hoya del río y Suárez, sin embargo, la panela de la zona de Ocaña tiene la ventaja de poseer bajos químicos, lo cual la puede hacer más llamativa ante un mercado que prefiere los productos biológicos.

## **2.2 MARCO TEÓRICO**

**2.2.1 Teoría de la Empresa.** Estudio del comportamiento de las organizaciones empresariales, de cómo compran las materias primas, de las técnicas de producción, de las cantidades que producen y de cómo fijan los precios. La teoría tradicional supone que la empresa pretende maximizar beneficios.

Las interpretaciones más recientes intentan tener en cuenta las complejas características de las empresas modernas, que suelen tener varias líneas de producción y en las que asumir decisiones se logra, en mayor o menor medida, de forma descentralizada. Así, según las concepciones modernas, las empresas prefieren aplazar el objetivo de la maximización de ganancias para lograr beneficios satisfactorios e intentan maximizar las ventas o el crecimiento de la empresa.

La teoría basada en el comportamiento de la empresa reconoce que en las grandes compañías es inevitable que existan conflictos entre individuos y subgrupos, y que los

---

<sup>5</sup>Ibid., p.13.

objetivos de la organización dependan de las consecuencias de estos conflictos. Los defensores de esta teoría afirman que las empresas deberían tener varios objetivos (incrementar su producción, su cuota de mercado, el valor de sus acciones, sus ventas y beneficios), y cada uno de estos objetivos un directivo responsable. Estos directivos diseñarán líneas de acción para alcanzar sus objetivos, pero en ocasiones habrán de llegar a acuerdos con los responsables de otros departamentos, que pueden tener objetivos diferentes. De las negociaciones entre los directivos surgirán los fines globales de la organización. Además, esta teoría defiende que, a diferencia de la teoría tradicional que suponía que la adopción de decisiones se hacía de modo racional, en la práctica los objetivos se alcanzan de forma imperfecta y, por lo tanto, pueden ser incompatibles con las políticas existentes. Por otra parte, esta teoría afirma que los objetivos pueden cambiar con el tiempo por diversas causas, como la experiencia acumulada o la falta de comunicación entre los altos ejecutivos y los ejecutivos intermedios (en quienes se suelen delegar importantes decisiones), que a veces hacen difícil el cumplimiento de los objetivos impuestos por los altos directivos.

La teoría del comportamiento de las empresas parte de dos supuestos. Uno es que los propietarios de las grandes empresas no tienen el control de las mismas; en otras palabras, serían los directivos de las empresas, y no los accionistas, los que imponen los objetivos reales de la empresa. El otro supuesto es que los directivos están más interesados en la producción y las ventas, por ejemplo, que en los beneficios, porque son la producción y las ventas las que demuestran su eficacia en la gestión.

**2.2.2 Teoría del Valor Trabajo.** Teoría del valor trabajo, principio que afirma que el valor de un bien o servicio depende de forma directa de la cantidad de trabajo que lleva incorporado. Adam Smith pensaba que el trabajo era la unidad de medida exacta para cuantificar el valor, pero no el factor determinante de los precios. Durante los 25 años posteriores al fallecimiento de Smith, David Ricardo desarrolló la teoría del valor trabajo en sus Principios de economía política y de la imposición (1817) en la que afirmaba que todos los costos de producción son, de hecho, costos laborales que se pagan, bien de una forma directa o bien acumulándolos al capital (por ejemplo, maquinaria adquirida gracias al esfuerzo de los trabajadores). Por ello se defendía que los precios dependerían de la cantidad de trabajo incorporado en los bienes o servicios. Sin embargo, el posible fallo de la teoría es que si dos bienes se producen utilizando la misma cantidad de factor trabajo, pero uno de ellos utiliza más factor capital, el productor del bien intensivo en capital tendrá que recoger el valor de este capital e incluirlo en el precio si quiere obtener la misma tasa de beneficios o ganancias que la del productor del bien intensivo en trabajo. No obstante, la teoría del valor basada en el trabajo se convirtió en un principio fundamental en el pensamiento económico de Karl Marx, que suponía que sólo el factor trabajo podía crear valor.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> UNAL. Teoría Del Valor Trabajo. [Online]. Actualizado en el 2006. [Citado el 18 de sep., 2013]. Disponible en Internet En: [http://www.fce.unal.edu.co/docs/ Teoría Del Valor Trabajo. \\_092-1997.pdf](http://www.fce.unal.edu.co/docs/Teoría%20Del%20Valor%20Trabajo._092-1997.pdf) p.2

**2.2.3 Teoría del proceso administrativo.** Henri Fayol, de origen francés, es para algunos, el autor más distinguido de la teoría administrativa. Señaló que la teoría administrativa se puede aplicar a toda organización humana (universalidad). Se le considera el padre del proceso administrativo, y creador e impulsador de la división de las áreas funcionales para las empresas.

Los primeros trabajos de Henri Fayol, representan la escuela de la teoría del "Proceso Administrativo". En el año de 1916 publicó el libro *Administration Industrielle et Générale* (Administración Industrial y General). El libro compendia sus opiniones sobre la administración adecuada de las empresas y de las personas dentro de éstas. Fayol identificó cinco reglas o deberes de la administración:

Planeación: diseñar un plan de acción para el mañana.

Organización: brindar y movilizar recursos para la puesta en marcha del plan.

Dirección: dirigir, seleccionar y evaluar a los empleados con el propósito de lograr el mejor trabajo para alcanzar lo planificado.

Coordinación: integración de los esfuerzos y aseguramiento de que se comparta la información y se resuelvan los problemas.

Control: garantizar que las cosas ocurran de acuerdo con lo planificado y ejecución de las acciones correctivas necesarias de las desviaciones encontradas.

**2.2.4 Teoría de la oferta y la demanda.** Describen, simplemente, la interacción en el mercado de un determinado bien entre los consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de dicho bien. Este modelo predice que, en un mercado libre y competitivo, el precio se establecerá en función de la solicitud por los consumidores y la cantidad provista por los productores, generando un punto de equilibrio en el cual los consumidores estarán dispuestos a adquirir todo lo que ofrecen los productores al precio marcado por dicho punto.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**2.3.1 Estudio de factibilidad.** Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>MENDOZA VARELA, EDUARDO. Estudio de factibilidad. Tunja: Academia Boyacense de Historia, 1986.p.45.

**2.3.2 Estudio de mercados.**<sup>8</sup> 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.

**Mercado.** Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros.

**Demanda.** Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un número de factores que determinaran la cantidad de producto solicitado o demandado.

Los determinantes de la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutivos, y el precio de los bienes complementarios.

**Precio.** El precio se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio. El precio corresponde al valor monetario (en moneda) asignado a un bien o servicio que representa elementos como trabajo, materia prima, esfuerzo, atención, tiempo, utilidad, etc.

**Oferta.** Pretende explicar el comportamiento de los agentes económicos que actúan como productores, especialmente las empresas, análisis que requiere la aplicación de la teoría de la empresa.

Teniendo completamente claro estos dos conceptos de demanda y oferta se buscara un equilibrio en el mercado donde se satisfaga tanto el productor como los clientes para que no existan inconformidades entre ellos.

**Servicio.**<sup>9</sup> Al hablar de servicio se hace referencia a todo que se puede ofrecer a determinado mercado para que se adquiera, se use, se consuma o se le preste atención con el objetivo se satisfacer un deseo o necesidad. El servicio puede llegar a ser tangible o intangible. Las características del servicio son eficacia, funcionalidad, rapidez, oportunidad, atención al usuario, honradez, conformidad.

---

<sup>8</sup>FISCHER DE LA VEGA Laura, ESPEJO Jorge. Investigación de mercados. 4 ed McGraw-Hill.Mexico 1993. p.162.

<sup>9</sup>Ibid., p. 168.

Es lo contrario de un bien, y que éste no es percibido por los sentidos, la competencia, las mejores tecnologías necesidades de los consumidores, los costos de y el valor agregado que le pueda incorporar. Por esto, es importante que la empresa identifique el servicio que va a prestar para que el establecimiento de estrategias y políticas concierne a ellas.

A cada servicio se le debe ejecutar un estudio de mercados que se refiere al registro, control y análisis de datos relacionados con problemas de mercado de bienes/servicios; lo anterior implica una planeación de cada una de las etapas de la investigación para que su interrelación contribuya al logro de objetivos del estudio, el estudio de mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y suministro de la información precisa necesario para la toma de decisiones en el área del Mercado.

**Publicidad.** Actividades que intervienen en la presentación de un mensaje pagado, no personal, de un patrocinador identificado respecto a una organización y a sus productos, servicios o ideas. La publicidad debe ser clara y sencilla pero sobre todo que sea fácil de captar. La publicidad es una forma impersonal de comunicación pagada por un patrocinador identificado y que se comunica a través de los medios de publicidad masivos como periódicos, revista, televisión, radio, correo, vehículos de transporte y anuncios exteriores. La publicidad no es tan precisa como lo son otros medios promocionales puesto que se orienta a grupos masivos más que a consumidores individuales, debe utilizar atractivos básicos - sexo, prestigio, estima, hambre para captar la atención de los receptores. En resumen, los mensajes de publicidad no se pueden dirigir a ningún individuo en lo particular.

**Cliente.** Tomando como base la definición de demanda, oferta y plaza, el cliente es el cuarto factor, que interviene dentro de esta cadena pues es el que satisface necesidades y el que hace un negocio rentable.<sup>10</sup>

**2.3.3 Estudio técnico.** El estudio técnico, como etapa de formulación del proyecto supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y obviamente la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sea consecuente con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

Entre sus ítems se encuentran la definición de la capacidad de proyecto, que viene siendo la cantidad de producción o prestación de un servicio por unidad de tiempo; la capacidad instalada, que es la capacidad máxima disponible permanentemente.

De igual manera, se define la distribución interna, donde cada uno de los muebles y equipos participan en el proceso de prestación del servicio se dispone en forma tal que garantice condiciones de trabajo y seguridad, una eficaz utilización del espacio disponible, una mejor movilización de los insumos y una mayor eficiencia en la operación.

---

<sup>10</sup>Ibid., p.180.

La localización define el análisis de diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

Otro factor del estudio técnico es la consecución de mano de obra es decir; la cantidad y calidad de mano de obra depende de muchos factores, pero principalmente de tipo de empresa, producto, servicio, tecnología y el costo de la misma.

**2.3.4. Estudio administrativo y legal.**<sup>11</sup> Otra de las etapas que conlleva al proyecto es el estudio administrativo, suponiendo la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, identificación de canales de comunicación y definición de personal necesario para la operación de la entidad; como fase del estudio de factibilidad presenta componentes, tales como la misión que constituye el propósito general de una organización y en cuyo logro deben ir enfocados los planes y recursos de la entidad; los estatutos o normas internas que le permitan a una empresa tener calidad sobre su funcionamiento, manejo y disposiciones legales. Así mismo, el manual de funciones y organigrama, el primero se presenta como una herramienta organizacional en la que se describe las funciones que tienen los trabajadores en su respectivo cargo, recopila las actividades de cada operario, los requisitos, dependencia que pertenece y la definición del cargo. El organigrama es la representación gráfica de la estructura formal empresarial, siendo su importancia la comprensión de las relaciones de autoridad y empalme entre los órganos de nuevo ente.

**2.3.5. Estudio financiero**<sup>12</sup>. El estudio financiero, es la técnica que permite analizar los estatutos contables de la empresa, con el fin de tomar decisiones encaminadas a la optimización de los recursos financieros y a la planeación y control financiero de la empresa.

En el estudio financiero, se evalúan los costos y gastos contra los ingresos y en base al resultado se toma la decisión más conveniente. En este estudio se empieza a jugar con los números, los egresos e ingresos que se proyectan, a un periodo dado, arrojando un resultado sobre el cual el inversionista fundamentará su decisión.

Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la operación de la planta, que abarque las funciones de producción, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. La que es muy importante para la toma de decisiones, ya que la información obtenida debe de servir como base de la decisión tomada. Demostrar la rentabilidad económica del proyecto, de igual manera la viabilidad financiera del proyecto y aportar las bases para su evaluación económica.

---

<sup>11</sup>RAMÍREZ CARDONA, Carlos. Teoría y enfoques sobre administración. Santa Fe de Bogotá, 1998. p.182.

<sup>12</sup>Ibid. p.183

Los elementos que componen el estudio financiero, son: Identificar, clasificar y programar las inversiones a realizar en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones se consideran los recursos indispensables para la instalación de cualquier tipo de empresa, independientemente de su giro. Estas inversiones constituyen el capital fijo, la inversión diferida o activo diferido y el capital de trabajo de un proyecto.

Conjuntar los datos del programa de producción y venta formulados en los estudios de mercado, ingeniería y administrativo; incluidos volúmenes de producción y venta, precios alternativos de mercado, elementos a bases técnicas para la determinación de los costos de producción así como de las inversiones a realizar.

Formular presupuestos de Ventas o ingresos - Costos y gastos de producción, Gastos de administración y ventas; Pagos del principal e intereses.

Formular los estados financieros de: Pérdidas y ganancias, Balance general, Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo.<sup>13</sup>

**2.3.6 Evaluación económica.** “La evaluación constituye un balance de las ventajas y desventajas de asignar al proyecto analizado los recursos asignados para su realización. “Esta evaluación es definir el proyecto desde un punto de vista económico,”... consiste en comparar los beneficios y los costos del proyecto con miras a determinar si el cociente que expresa la relación entre unos y otros presenta o no ventajas mayores que las que se obtendrían con proyectos distintos igualmente viables.” La evaluación económica de un proyecto de inversión estudia los indicadores de:

Liquidez, es el tiempo que se tarda en recuperar una inversión. Se reúnen los flujos de caja generados para ver en cuánto tiempo igualan a los absorbidos.

Rentabilidad, es el excedente bruto, es la diferencia entre los fondos generados y los fondos absorbidos pero sin utilizar la actualización, por tanto es un método no tan recomendable. El método que calcula el beneficio actual del proyecto es el del valor actual neto, o sea, es el valor actual usando el descuento financiero de los flujos y es la diferencia entre el valor actual de los fondos generados menos el valor actual de los fondos absorbidos.

Riesgo económico, no se puede evitar que en todo proyecto de inversión nos veamos expuestos a un riesgo el cual debemos determinar con un análisis de sensibilidad, el riesgo en la evaluación de un proyecto es la incertidumbre que se tiene sobre la TIR. Es necesario evaluar los diferentes escenarios de un proyecto para analizar si se va a cumplir esa tasa interna de retorno o no. Este análisis de sensibilidad se hace en dos etapas:

Análisis de recalcular la TIR bajo diferentes hipótesis para averiguar la sensibilidad, es decir, cuáles son las variables con mayor repercusión en la TIR del proyecto.

---

<sup>13</sup>Ibid., p.185.



Una vez hecho lo anterior se plasman distintos escenarios con los resultados y tendríamos no una medida matemática pero si una idea de aproximación al riesgo del proyecto.

**2.3.7 Evaluación socioambiental.** <sup>14</sup>Procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo.

Este procedimiento jurídico administrativo se inicia con la presentación de la memoria resumen por parte del promotor, sigue con la realización de consultas previas a personas e instituciones por parte del órgano ambiental, continúa con la realización del estudio de impacto ambiental a cargo del promotor y su presentación al órgano sustantivo.

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

**2.3.8 La panela.** Lapanela es un tipo de azúcar considerado como el más puro, natural y artesano, sin blanquear y sin refinar, elaborada directamente a partir del jugo extraído de la caña de azúcar. La panela procede de Colombia y generalmente se consume mucho en toda América Latina.

En cuanto a su sabor, es acaramelado y tiene un poder endulzante mucho mayor que el azúcar refinado, teniendo los mismos usos que este. Es altamente beneficioso ya que lleva a cabo un proceso de producción único de tal manera, que a diferencia de los azúcares refinados normales, la panela conserva su sabor natural y todos sus nutrientes, entre los cuales encontramos muchas vitaminas y minerales esenciales.

La panela, al ser pura, su elaboración está libre de toda clase de aditivos químicos propios de la elaboración de azúcar refinado, el cual pierde la melaza (continente de todos los nutrientes presentes en el jugo de caña de azúcar como minerales, aminoácidos y vitaminas) al ser sometido a procesos como sulfatación, decoración y filtración.<sup>15</sup>

Comúnmente se vende en bloques duros y planos, o en polvo, lo que lo hace un producto económico y disponible para muchos consumidores.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup>Ibid. p.188.

<sup>15</sup> EL TRAPICHE. La panela (online). 1 ed. [Antioquia]: Comercialweb, 2013 [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.dulceseltrapiche.com/usos-y-beneficios-de-la-panela>

<sup>16</sup>Ibid., p.2.

## 2.4 MARCO LEGAL

**2.4.1 Constitución política de Colombia.** Artículo 14. Toda persona tiene derecho alreconocimiento de su personería jurídica.

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones.

El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

**2.4.2 Código del Comercio.**<sup>17</sup> Artículo 10. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

Artículo 13. Se afirma que una persona para efectos legales ejerce el comercio en los siguientes casos:

Cuando se halla inscrita en el registro mercantil.

Cuando tenga establecimiento de comercio abierto y

Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

El artículo 20. Define que son mercantiles para todos los efectos legales:

La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos y la enajenación de los mismos.

El recibo de dinero en mutuo interés, con garantía o si ella, para darlo en préstamo así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés.

Artículo 21. Establece que se tendrán así mismo como mercantiles todos los actos de los comerciantes relacionados con actividades o empresas de comercio y los ejecutados por

---

<sup>17</sup> NUEVO CÓDIGO DE COMERCIO. Santafé de Bogotá: Momo Ediciones, 2000. p.15.

cualquier persona para asegurar el cumplimiento de obligaciones comerciales.

### **2.4.3 Ley 09 de 1979.**<sup>18</sup> Por la cual se dictan Medidas Sanitarias.

Artículo 1º.- Para la protección del Medio Ambiente la presente Ley establece:  
Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar y mejorar las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana;

Los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.

Parágrafo. Para los efectos de aplicación de esta Ley se entenderán por condiciones sanitarias del Ambiente las necesarias para asegurar el bienestar y la salud humana.

Artículo 2º.- Cuando en esta Ley o en sus reglamentaciones se hable de aguas, se entenderán tanto las públicas como las privadas.

Las normas de protección de la calidad de las aguas se aplicarán tanto a unas como a otras.  
Del control sanitario de los usos del agua.

Artículo 3º.- Para el control sanitario de los usos del agua se tendrán en cuenta las siguientes opciones, sin que su enunciación indique orden de prioridad.

Consumo humano;  
Doméstico;  
Preservación de la flora y fauna;  
Agrícola y pecuario;  
Recreativo;  
Industrial;  
Transporte.

Artículo 4º.- El Ministerio de Salud establecerá cuáles usos que produzcan o puedan producir contaminación de las aguas, requerirán su autorización previa a la concesión o permiso que otorgue la autoridad competente para el uso del recurso.

Artículo 5º.- El Ministerio de Salud queda facultado para establecer las características deseables y admisibles que deben tener las aguas para efectos del control sanitario.

Artículo 6º.- En la determinación de las características deseables y admisibles de las aguas deberá tenerse en cuenta, por lo menos, uno de los siguientes criterios:  
La preservación de sus características naturales;

---

<sup>18</sup> CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 09 (ene. 24, 1979). Por la cual se dictan Medidas Sanitarias.

La conservación de ciertos límites acordes con las necesidades del consumo humano y con el grado de desarrollo previsto en su área de influencia;

El mejoramiento de sus características hasta alcanzar las calidades para consumo humano y las metas propuestas para un conveniente desarrollo en el área de influencia.

Artículo 7°.- Todo usuario de las aguas deberá cumplir, además de las disposiciones que establece la autoridad encargada de administrar los recursos naturales, las especiales que establece el Ministerio de Salud.

Artículo 8°.- La descarga de residuos en las aguas deberá ajustarse a las reglamentaciones que establezca el Ministerio de Salud para fuentes receptoras.

Artículo 9°.- No podrán utilizarse las aguas como sitio de disposición final de residuos sólidos, salvo los casos que autorice el Ministerio de Salud.

Artículo 51°.- Para eliminar y evitar la contaminación del agua para el consumo humano la presente Ley establece:

Regulaciones sobre la toma de aguas y las condiciones de los lugares cercanos al sitio donde se efectúa esta actividad;

Regulaciones sobre canales o tuberías que dan paso al agua desde la fuente de abastecimientos hasta la planta de potabilización o, en defecto de ésta, hasta el tanque de almacenamiento;

Regulaciones sobre las estaciones de bombeo y los equipos destinados a elevar el agua de la fuente de abastecimiento o de cualquier otra parte del sistema de suministro;

Regulaciones sobre los procesos necesarios para la potabilización del agua;

Regulaciones sobre almacenamiento del agua y su transporte hasta el usuario, con excepción de los aspectos correspondientes a la fontanería o instalación interior;

Regulaciones para el cumplimiento de los requisitos establecidos en este Título.

## SALUD OCUPACIONAL

Artículo 80°.- Para preservar, conservar y mejorar la salud de los individuos en sus ocupaciones la presente Ley establece normas tendientes a:

Prevenir todo daño para la salud de las personas, derivado de las condiciones de trabajo;

Proteger a la persona contra los riesgos relacionados con agentes físicos, químicos, biológicos, orgánicos, mecánicos y otros que pueden afectar la salud individual o colectiva en los lugares de trabajo;

Eliminar o controlar los agentes nocivos para la salud en los lugares de trabajo;

Proteger la salud de los trabajadores y de la población contra los riesgos causados por las radiaciones;

Proteger a los trabajadores y a la población contra los riesgos para la salud provenientes de la producción, almacenamiento, transporte, expendio, uso o disposición de sustancias peligrosas para la salud pública.

## ALIMENTOS

Artículo 243°.- En este título se establecen las normas específicas a que deberán sujetarse:

Los alimentos, aditivos, bebidas o materias primas correspondientes o las mismas que se produzcan, manipulen, elaboren, transformen, fraccionen, conserven, almacenen, transporten, expendan, consuman, importen o exporten;

Los establecimientos industriales y comerciales en que se realice cualquiera de las actividades mencionadas en este artículo, y

El personal y el transporte relacionado con ellos.

Parágrafo.- En la expresión bebidas se incluyen las alcohólicas, analcohólicas no alimenticias, estimulantes y otras que el Ministerio de Salud determine.

### **Requisitos de funcionamiento.**

Artículo 244°.- Para instalación y funcionamiento de establecimientos industriales o comerciales, relacionados con alimentos o bebidas, se requerirá licencia sanitaria expedida conforme a lo establecido en esta Ley.

Artículo 245°.- Los establecimientos comerciales e industriales a la vez, cumplirán con las regulaciones establecidas para uno y otro.

Artículo 246°.- Solamente los establecimientos que tengan licencia sanitaria podrán elaborar, producir, transformar, fraccionar, manipular, almacenar, expender, importar o exportar alimentos o bebidas.

Artículo 247°.- Para realizar en un mismo establecimiento actividades de producción, elaboración, transformación, fraccionamiento, conservación, almacenamiento, expendio, consumo de alimentos o bebidas y de otros productos diferentes a éstos, se requiere autorización previa del Ministerio de Salud o de la autoridad delegada al efecto.

Parágrafo. Cada área destinada a una de las actividades mencionadas en este artículo, cumplirá con las normas señaladas para la actividad que realiza.

Artículo 248°.- Los establecimientos industriales deberán estar ubicados en lugares aislados de cualquier foco de insalubridad y separados convenientemente de conjuntos de viviendas.

Artículo 249°.- Los establecimientos industriales o comerciales a que se refiere este título, cumplirán con los requisitos establecidos en la presente Ley y, además, las siguientes:

Contar con espacio suficiente que permita su correcto funcionamiento y mantener en forma higiénica las dependencias y los productos;

Los pisos de las áreas de producción o envasado, serán de material impermeable, lavable, no poroso ni absorbente, los muros se recubrirán con materiales de características similares hasta una altura adecuada;

La unión de los muros con los pisos y techos se hará en forma tal que permita la limpieza;

Cada una de las áreas tendrá la ventilación e iluminación adecuadas y contará con los servicios sanitarios, vestideros y demás dependencias conexas, conforme a lo establecido en la presente Ley y sus reglamentaciones.

Artículo 250°.- El Ministerio de Salud establecerá los plazos para que los establecimientos industriales y comerciales existentes, a que se refiere este título se ajusten a los requisitos establecidos en la presente Ley y sus reglamentaciones.

#### **De los equipos y utensilios.**

Artículo 251°.- El material, diseño, acabado e instalación de los equipos y utensilios deberán permitir la fácil limpieza, desinfección y mantenimiento higiénico de los mismos, y de las áreas adyacentes. Tanto los equipos como los utensilios se mantendrán en buen estado de higiene y conservación y deberán desinfectarse cuantas veces sea necesario para evitar problemas higiénico-sanitarios.

Artículo 252°.- Todas las superficies que estén en contacto directo con alimentos o bebidas deberán ser atóxicas e inalterables en condiciones de usos.

Artículo 253°.- Las conexiones y los mecanismos de equipos que requieran lubricación, estarán contruidos de manera que el lubricante no entre en contacto con los alimentos o bebidas ni con las superficies que estén en contacto con éstos.

Artículo 254°.- La limpieza, lavado y desinfección de equipos y utensilios que tengan contacto con alimentos o bebidas, se hará en tal forma y con implementos o productos que no generen ni dejen sustancias peligrosas durante su uso.

Parágrafo.- El uso de lubricantes, utensilios, equipos y productos de limpieza, lavado y desinfección se ajustarán a las normas que para tal efecto establezca el Ministerio de Salud. De las operaciones de elaboración, proceso y expendio.

Artículo 255°.- Para la elaboración de alimentos y bebidas se deberán utilizar materias primas cuyas condiciones higiénico-sanitarias permitan su correcto procesamiento. Las

materias primas cumplirán con lo estipulado en la presente Ley, su reglamentación y demás normas vigentes.

Artículo 256°.- Las materias primas, envases, empaques, envolturas y productos terminados para alimentos y bebidas se almacenarán en forma que se evite su contaminación y se asegure su correcta conservación.

Parágrafo.- Los depósitos de materias primas y productos terminados para alimentos y bebidas ocuparán espacios independientes, salvo en aquellos casos en que a juicio del Ministerio de Salud o de la autoridad delegada no se presenten peligros de contaminación para los productos.

Artículo 257°.- Las zonas donde se reciban o almacenen materias primas estarán separadas de las que se destinan a la preparación o envasado del producto final. La autoridad sanitaria competente podrá eximir del cumplimiento de este requisito a los establecimientos en los cuales no exista peligro de contaminación para los productos.

Artículo 258°.- No se permitirá reutilizar alimentos, bebidas, sobrantes de salmuera, jugos, salsas, aceites o similares, salvo en aquellos casos que el Ministerio de Salud o la autoridad delegada lo autorice porque no trae riesgos para la salud del consumidor.

Artículo 259°.- Los establecimientos a que se refiere este título, los equipos, las bebidas, alimentos y materias primas deben protegerse contra las plagas.

Los plaguicidas y los sistemas de aplicación que se utilicen para el control de plagas en alimentos y bebidas cumplirán con la reglamentación que al efecto dicte el Ministerio de Salud.

Las reglamentaciones sobre materias primas agrícolas se establecerán conjuntamente con el Ministerio de Agricultura.

Artículo 260°.- Se prohíbe el almacenamiento de sustancias peligrosas en cocinas o espacios en que se elaboren, produzcan, almacenen o envasen alimentos o bebidas.

Artículo 261°.- En los establecimientos comerciales las actividades relacionadas con alimentos o bebidas, como fraccionamiento, elaboración, almacenamiento, empaque y expendio, deben efectuarse en áreas que no ofrezcan peligro de contaminación para los productos.

Artículo 262°.- En los establecimientos comerciales o industriales a que se refiere este título, los espacios destinados a vivienda o dormitorio deberán estar totalmente separados de los dedicados a las actividades propias de los establecimientos.

Artículo 263°.- Los establecimientos en que se produzcan, elaboren, transformen, fraccionen, expendan, consuman o almacenen productos de fácil descomposición contarán con equipos de refrigeración adecuados y suficientes.

Artículo 264°.- Los establecimientos a que se refiere este título deberán disponer de agua y elementos para lavado y desinfección de sus equipos y utensilios en cantidad y calidad suficientes para mantener sus condiciones adecuadas de higiene y limpieza.

Artículo 265°.- En los establecimientos a que se refiere este título se prohíbe la entrada de personas desprovistas de los implementos de protección adecuados a las áreas de procesamiento, para evitar la contaminación de los alimentos o bebidas.

Parágrafo.- No se deberá permitir la presencia de animales en las áreas donde se realice alguna de las actividades a que se refiere este título.

### **De los empaques, o envases y envolturas.**

Artículo 266°.- Las superficies que estén en contacto con los alimentos o bebidas deben ser inertes a éstos, no modificar sus características organolépticas o físico-químicas y, además, estar libres de contaminación.

Artículo 267°.- Los envases, empaques o envolturas que se utilicen en alimentos o bebidas deberán cumplir con las reglamentaciones que para tal efecto expida el Ministerio de Salud.

Artículo 268°.- Se prohíbe empacar o envasar alimentos o bebidas en empaques o envases deteriorados, o que se hayan utilizado anteriormente para sustancias peligrosas.

Artículo 269°.- La reutilización de envases o empaques, que no hayan sido utilizados anteriormente para sustancias peligrosas, se permitirá únicamente cuando estos envases o empaques no ofrezcan peligro de contaminación para los alimentos o bebidas, una vez lavados, desinfectados o esterilizados.

Artículo 270°.- Queda prohibida la comercialización de alimentos o bebidas, que se encuentren en recipientes cuyas marcas o leyendas correspondan a otros fabricantes o productos.

### **De los aditivos y residuos.**

Artículo 296°.- Se prohíbe el uso de aditivos que causen riesgos para la salud del consumidor o que puedan ocasionar adulteraciones o falsificaciones del producto.

Artículo 297°.- El uso de aditivos cumplirá las disposiciones sobre:

Aditivos permitidos;



Dosis de empleo y límites de tolerancia;  
Alimentos a los cuales se pueden adicionar;  
Las demás que el Ministerio de Salud estime necesarias.

Parágrafo.- Las disposiciones a que se refiere este artículo se mantendrán actualizadas, teniendo en cuenta los cambios en las condiciones de aplicación y en la tecnología.

Artículo 298°.- El Ministerio de Salud o la entidad que éste delegue ejercerá el control del empleo de aditivos en alimentos y bebidas.

Artículo 299°.- El Ministerio de Salud, dentro de las disposiciones de esta Ley y sus reglamentaciones, fijará los límites máximos de residuos de plaguicidas permitidos en el agua, los alimentos y las bebidas.

**2.4.4 Decreto 3075 de 1997.** Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones. Regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

### 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.<sup>19</sup>

La Investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Para el desarrollo del presente trabajo se tendrá en cuenta la investigación descriptiva, buscando delimitar hechos característicos del problema en estudio donde se indaga, describe y se observa una situación concreta, ya que gracias a esta se analizarán las ventajas y beneficios que traerá para la comunidad.

#### 3.2 POBLACIÓN

La población objeto del proyecto la constituye la población de Ocaña, conformada por 20.915 familias según censo de Centrales Eléctricas<sup>20</sup>.

#### 3.3 MUESTRA

En el análisis externo para determinar la población finita se considera la aplicación de la fórmula estadística que permitió un mayor análisis relacionado con las unidades familiares de la ciudad de Ocaña.

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

Donde:

---

<sup>19</sup>RIVAS, I (1995). Técnicas de Documentación Investigación I. UNA. Caracas, Venezuela.

<sup>20</sup>CENS. Ocaña, 2012.

n = muestra

N = población dada en el estudio = 20.915 familias

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 = 6% = 0.06

$$n = \frac{(20.915) (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(20.915 - 1) * (0.06)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{(20.915) (3.8416) * (0.25)}{(20.914) * (0.0036) + (3.8416) * (0.25)}$$

$$n = \frac{(80.347,064) * (0.25)}{75,2904 + 0.9604}$$

$$n = \frac{20.086,766}{76.2508}$$

$$n = 263$$

Por locual se aplicará en total 263 encuestas.

Prueba de viabilidad de lamuestra:

$$Em = 25$$

$$S = \sqrt{\frac{p \times q}{n}}$$

$$S = \sqrt{\frac{(0.5) \times (0.5)}{263}}$$

$$S = \sqrt{\frac{0.25}{263}}$$

$$S = \sqrt{0.0009505}$$

$$Em = 2 (0.030830)$$

$$Em = 0.06$$

$$\text{Error muestral} < \text{error probabilístico} = 0.06 = 0.06$$

### **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACION**

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

El instrumento aplicado será el cuestionario el cual se 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 analizará cuantitativamente mediante tablas y gráficas estadísticas que representadas adecuadamente darán mayor claridad y elevarán el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto. Se realiza interpretación cualitativa, porque la información se clasifica y procesa mediante un análisis de cada una de las respuestas.

## 4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

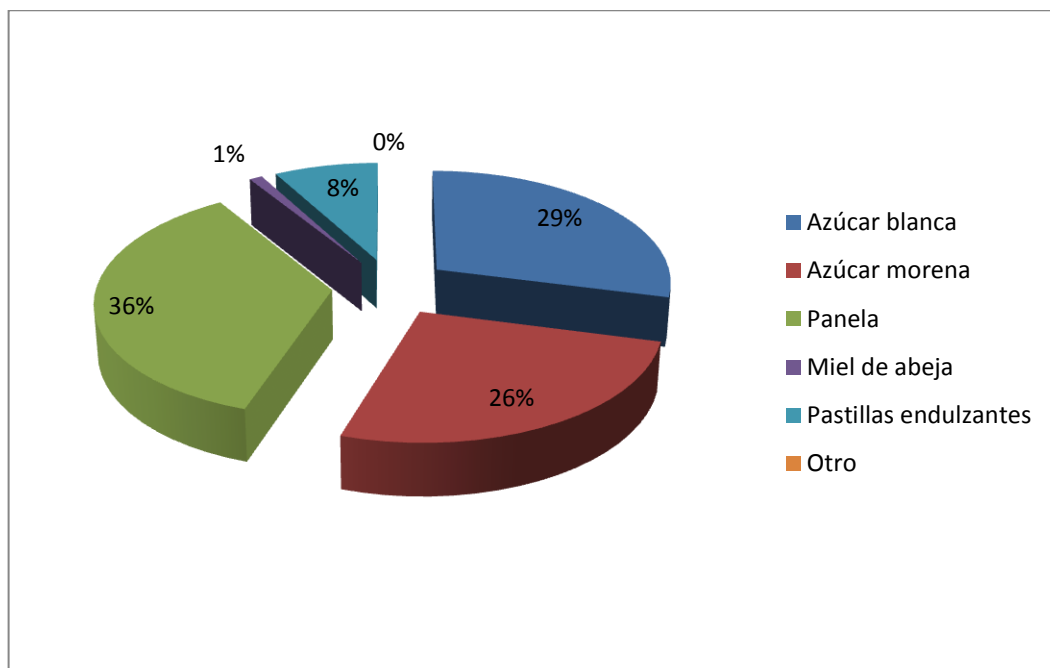
### 4.1 ESTUDIO DE MERCADO

**Tabla 1.** Producto utilizado para endulzar las comidas o bebidas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Azúcar blanca	78	29
Azúcar morena	67	26
Panela	95	36
Miel de abeja	2	1
Pastillas endulzantes	21	8
Otro	0	0
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 1.** Producto utilizado para endulzar las comidas o bebidas



Fuente: Autor del proyecto.

En la muestra tomada para la realización de la encuesta en los habitantes de la ciudad de Ocaña, se tiene que en su mayoría con un 36%, éstos endulzan sus comidas con panela, aduciendo que para ellos es un endulzante natural en sus dietas. Un 29% endulza con

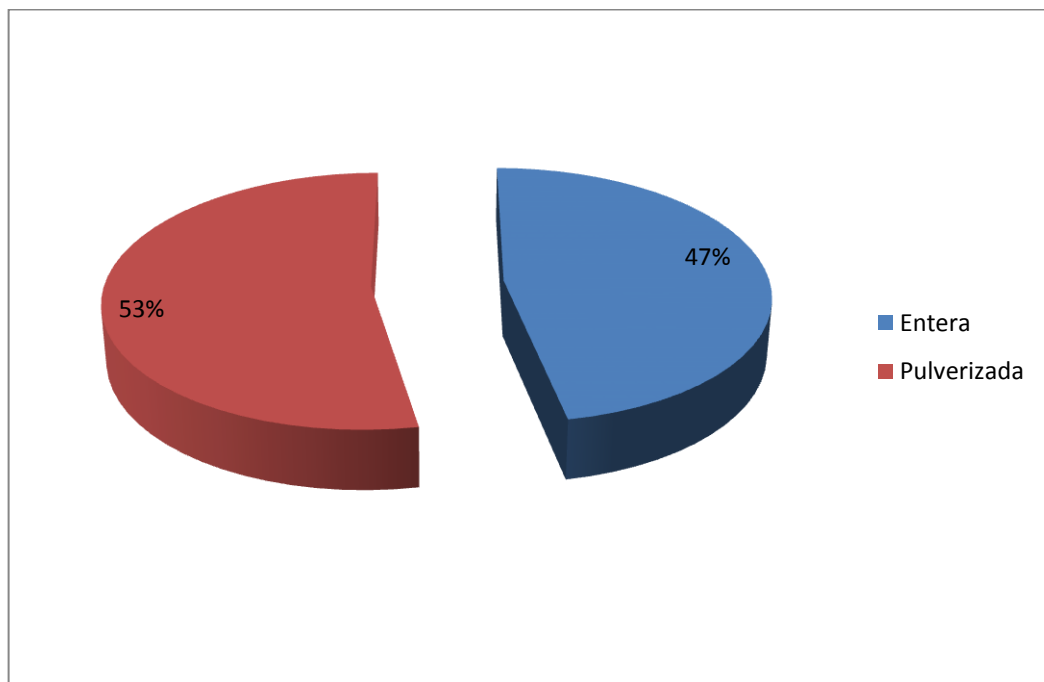
azúcar blanca y otro 26% con azúcar morena. En menor proporción lo hacen con pastillas endulzantes y miel de abeja.

**Tabla 2.** Presentación preferida para comprar panela

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Entera	125	47
Pulverizada	138	53
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 2.** Presentación preferida para comprar panela



Fuente: Autor del proyecto.

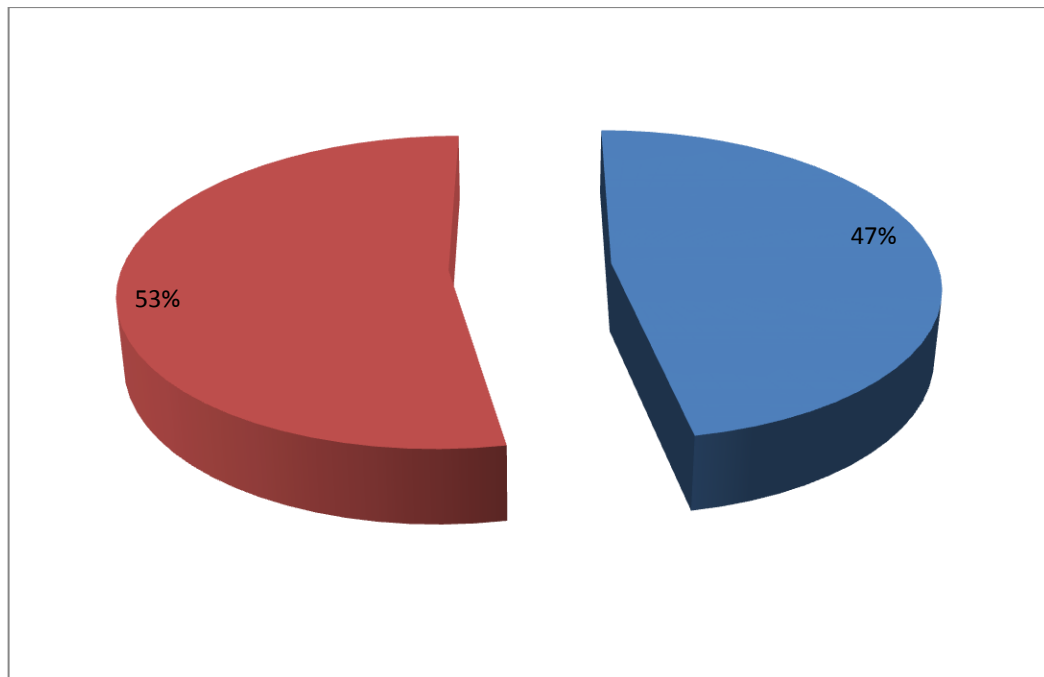
En cuanto a la preferencia de las personas a la hora de comprar la panela, éstas en un 53% la desearían pulverizada en bolsas, como la encuentran en los establecimientos de venta de comestibles. El otro 47% dice que la compran entera, pero no descartan la posibilidad de comprarla en otra presentación, pues muchas veces no lo hacen por el precio en el que se encuentra.

**Tabla 3.** Adquisición en Ocaña de panela pulverizada en sobre y saborizada

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	125	47
No	138	53
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 3.** Adquisición en Ocaña de panela pulverizada en sobre y saborizada



Fuente: Autor del proyecto.

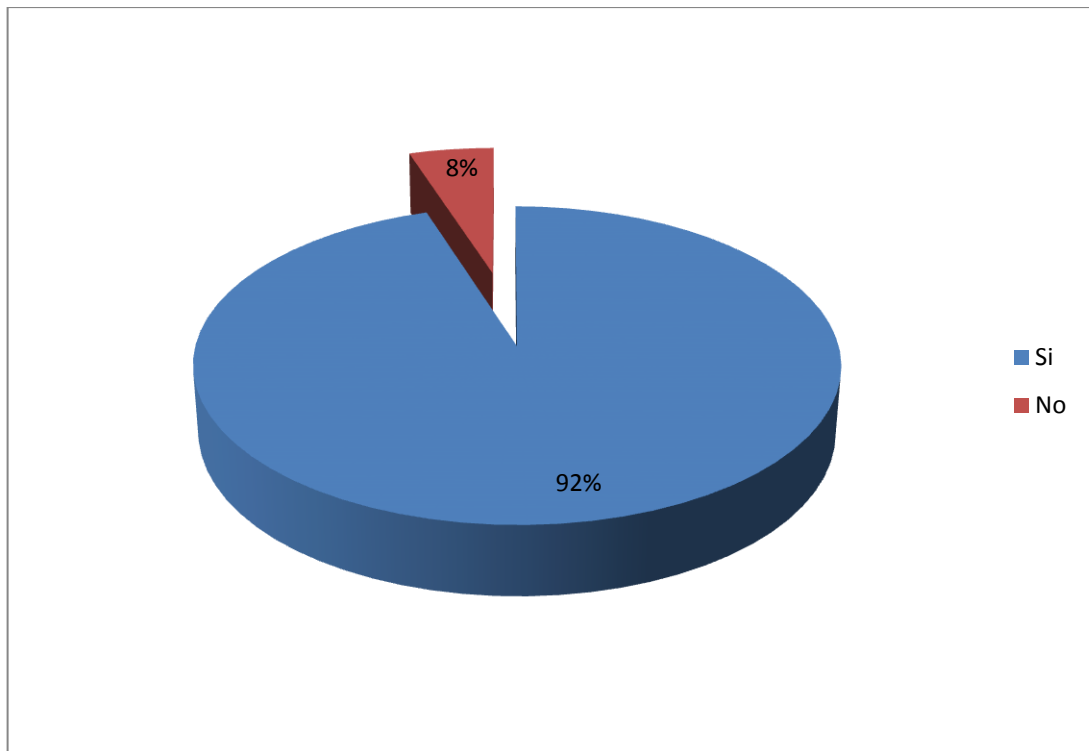
Al igual que la tabla anterior, las personas dicen en un 47% que sí han adquirido en Ocaña la panela pulverizada o molida, como también es llamada en la ciudad. Por consiguiente se prosiguió a preguntarles si el producto lo adquirirían con sabores, contestando que no, por lo que el producto que se aspira a ofrecer no cuenta con competencia en la región.

**Tabla 4.** Disposición de compra de panela pulverizada en sobres y saborizada

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	242	92
No	21	8
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 4.** Disposición de compra de panela pulverizada en sobres y saborizada



Fuente: Autor del proyecto.

El 92% de las personas encuestadas están dispuestas a adquirir la panela pulverizada saborizada en sobres, teniendo en cuenta que es una manera práctica de servir a la mesa y además pueden escoger el sabor de la misma. Opinan que la mejor forma de comprar es que éste sea a buen precio y con la calidad esperada.

El 8% restante no presta mucha atención a lo que adquiere, aun así no descarta la posibilidad de adquirir el producto.

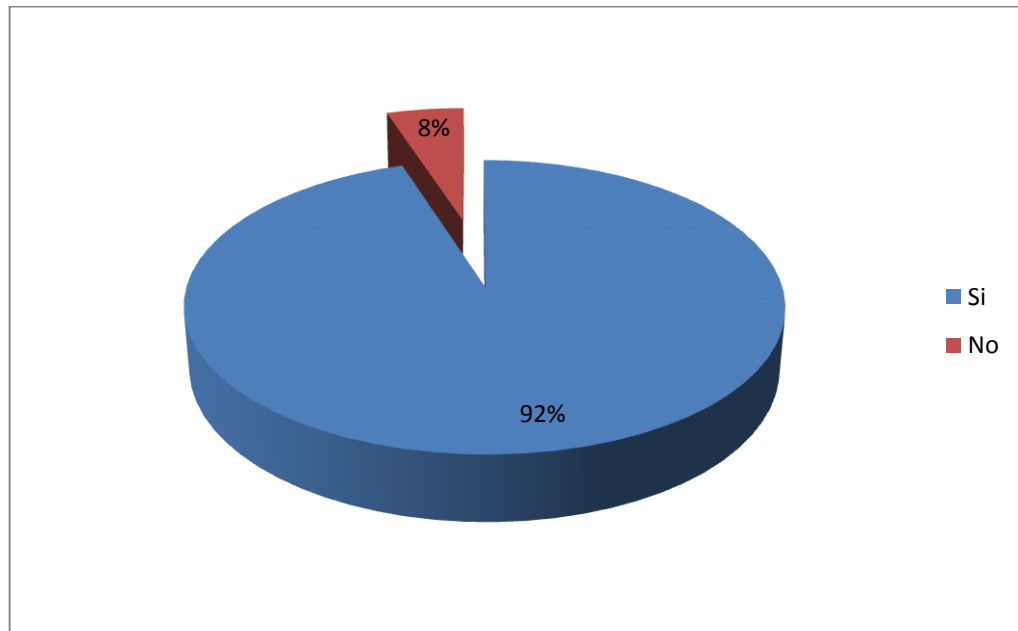


**Tabla 5.** Opinión sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	251	92
No	12	8
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 5.** Opinión sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander



Fuente: Autor del proyecto.

Como se comenta en la tabla anterior, el 95% de las personas encuestadas, están dispuestas a adquirir el producto a buen precio y con calidad; por lo tanto, el mismo 95% dice que está de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

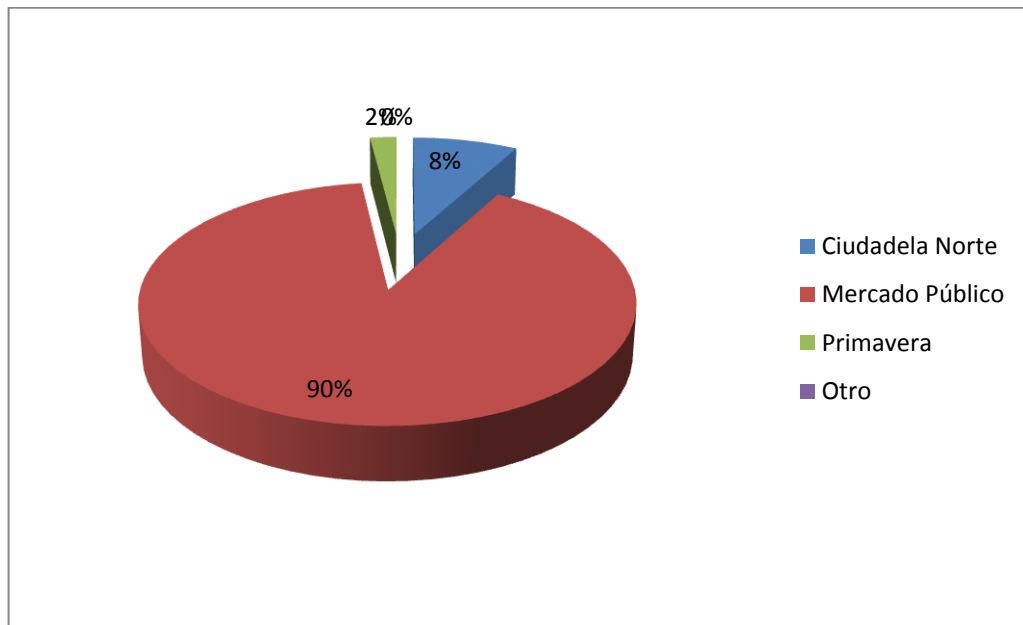
Para el mismo 5% que dice no adquirirla, le es indiferente la creación de la empresa, pero al igual que en la tabla 4, no descartan la posibilidad de adquirir el producto.

**Tabla 6.** Sector preferido para la ubicación de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ciudadela Norte	20	8
Mercado Público	238	90
Primavera	5	2
Otro	0	0
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 6.** Sector preferido para la ubicación de la empresa



Fuente: Autor del proyecto.

La gran mayoría de encuestados, un 90%, le gustaría que la empresa productora y comercializadora de panela en la ciudad de Ocaña, fuera ubicada en el sector del Mercado Público, aduciendo que es un sitio clave para la adquisición, tanto para los habitantes de Ocaña como sus visitantes, ya que es en este lugar donde gran parte de personas acuden a realizar las compras de los productos de la canasta familiar.

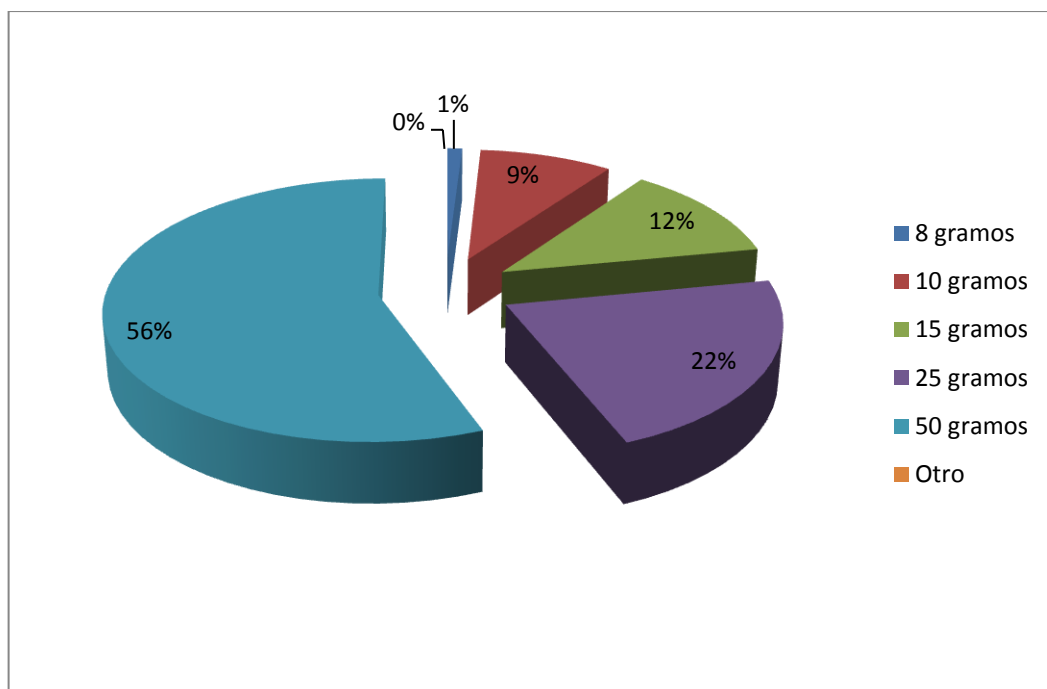
Un 8% opina que la Ciudadela Norte sería un buen sitio para la ubicación de la empresa y un 2% restante opina que en el barrio La Primavera.

**Tabla 7.** Peso preferido a la hora de comprar, la panela pulverizada en sobres.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
8 gramos	2	1
10 gramos	24	9
15 gramos	32	12
25 gramos	58	22
50 gramos	147	56
Otro	0	0
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 7.** Peso preferido a la hora de comprar, la panela pulverizada en sobres.



Fuente: Autor del proyecto.

En cuanto al peso preferido por las personas encuestadas, a éstas les gustaría en un 56%, que la panela pulverizada saborizada en sobres, tener una presentación de 50gr., ya que es una medida apta para la compra y el consumo diario. Un 22% opina que un sobre de 25gr también sería buen peso para adquirir el producto. En menor proporción opinan que 15, 10 y 8 gramos, es preferible para la compra del mismo.

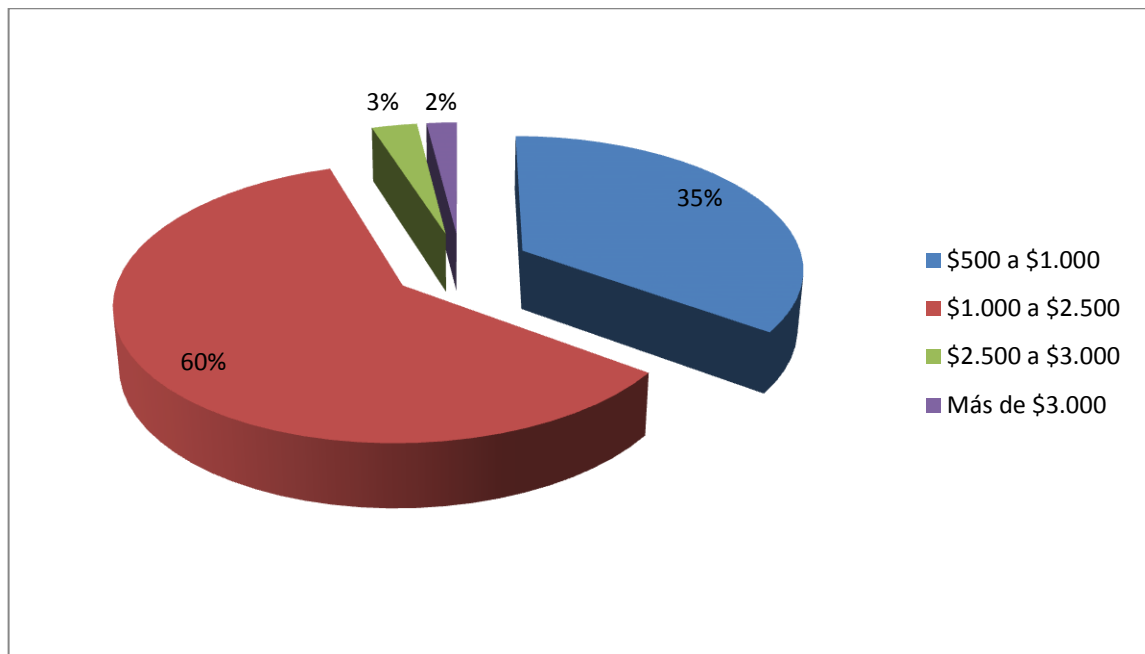
En este estudio se tendrá en cuenta el peso de 50 gramos, por ser una buena medida para el proyecto y la adquisición de las personas interesadas en el producto.

Tabla 8. Precio dispuesto a pagar por un sobre de panela pulverizada en sabores

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$500 a \$1.000	92	35
\$1.000 a \$2.500	158	60
\$2.500 a \$3.000	8	3
Más de \$3.000	5	2
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

Grafica 8. Precio dispuesto a pagar por un sobre de panela pulverizada en sabores



Fuente: Autor del proyecto.

A la hora de comprar, las personas siempre miran calidad y precio, es por ello que se les preguntó el precio que para ellos sería asequible a la hora de adquirir el producto; el 60% estuvo de acuerdo con que éste fuera entre los \$1.000 a \$2.500, siendo un valor medio para sus posibilidades de compra.

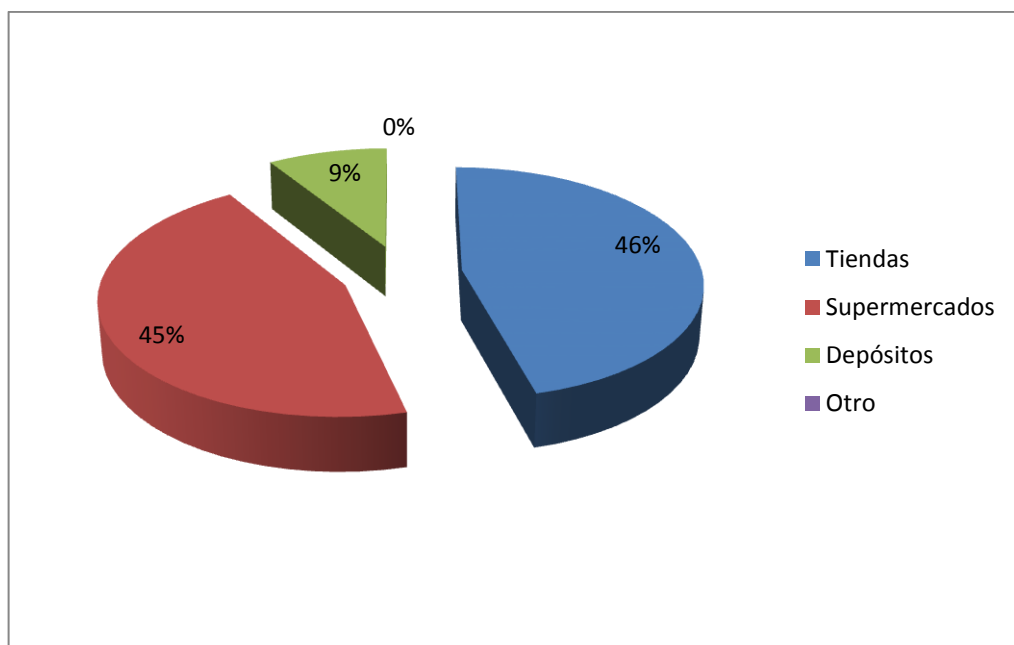
Un 35% opinó que el valor entre \$500 a \$1.000 también sería optativo, siempre y cuando no baje la calidad del producto.

**Tabla 9.** Lugar de preferencia para la compra del producto

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	120	46
Supermercados	118	45
Depósitos	25	9
Otro	0	0
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 9.** Lugar de preferencia para la compra del producto



Fuente: Autor del proyecto.

Los dos principales lugares de preferencia para la compra del producto que en este estudio se oferta, como lo es la panela pulverizada saborizada en sobres, son las tiendas, en un 46% y los supermercados, en un 45%, siendo éstos sitios los más visitados por las amas de casa y demás personas que adquieren productos de la canasta familiar.

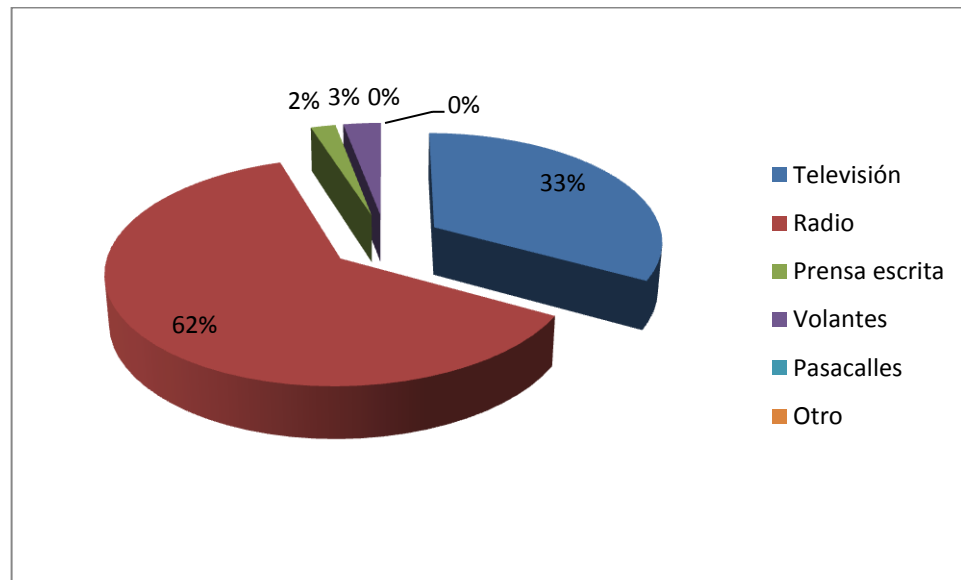
En un pequeño porcentaje, 9%, se encuentra quienes prefieren comprar en los depósitos, debido a que adquieren productos al por mayor.

**Tabla 10.** Medio de comunicación preferido para dar a conocer la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	88	33
Radio	163	62
Prensa escrita	5	2
Volantes	7	3
Pasacalles	0	0
Otro	0	0
Total	263	100

Fuente: Autor del proyecto.

**Grafica 10.** Medio de comunicación preferido para dar a conocer la empresa



Fuente: Autor del proyecto.

En cuanto a los medios de comunicación que considera mejor para dar a conocer la existencia de la productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, un 62% opina que la radio sería el mejor, dado que en Ocaña y la provincia se escucha mucho las emisoras regionales. El 33% dice que la televisión, debido a que en la ciudad se cuenta con tres canales televisivos que pueden atraer al cliente. En menor proporción se cree que los volantes, pasacalles y prensa serían opciones a tener en cuenta.

**4.1.1 Descripción del producto.** Para la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, éste será su único producto. Por lo tanto, es importante describirlo en cuanto a usos y especificaciones, además de los productos complementarios y sustitutos. La panela es un producto obtenido por evaporación y concentración de los jugos de caña de azúcar, elaborado exclusivamente en los sitios conocidos como trapiches. Este producto se consigue en distintas presentaciones: sólida, su forma será de acuerdo al molde que se utilice (cuadrado, redondo, etc.), granulada y pulverizada, éste último es comercializado por lo general en su sabor natural, lo que hace diferente el proyecto, para lo cual se tendrá la opción de comercializarla en sabores.

Teniendo en cuenta la importancia del producto en la canasta familiar, éste cuenta con otros sustitutos como lo son el azúcar de panela, llamada en la ciudad de Ocaña, azúcar negra o panela granulada; otro producto sustituto es la panela en bloque (redonda o cuadrada), éstos hacen parte del consumo diario y son de fácil adquisición por estar presentes en todos los sitios de distribución: tiendas, minimercados, supermercados y almacenes de cadena.

En cuanto a los productos complementarios, la empresa a crearse no comercializará productos complementarios, ni tendrá servicios complementarios que le reporten utilidades económicas.

La presentación de venta del producto, se dará en bolsas de 10 sobres x 50gr.

**4.1.1.1 Características de la empresa.** Los aspectos que se consideran para la presentación de la empresa son: logotipo y slogan.

**Logotipo.** A continuación se presenta el logotipo propuesto, para la empresa comercializadora de panela saborizada en sobres del municipio de Ocaña.

**Figura 1.** .Logotipopropuesto.



Fuente: Autor del proyecto.

**Slogan.**

## ***“Una forma dulce y natural”***

**4.1.2 Descripción de la Demanda.** Para realizar el estudio de la demanda del producto ofrecido por PulviPanela; se tuvo como base la aplicación de la encuesta realizada a las familias habitantes de la ciudad de Ocaña, siendo un total de 20.915, quienes en un 92% dicen estar dispuestos a adquirir este producto, dando como resultado que 19.242 familias que solicitarían el producto ofrecido por la empresa PulviPanela; demostrando así que existiría una demanda bastante amplia para el funcionamiento de la misma en la ciudad de Ocaña. La demanda de los productos dependerá de las necesidades y expectativas del cliente.

**Cuadro 1.** Proyección de la demanda.

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
Familias que solicitarán el producto	19.242	21.166	23.283	25.611	28.172

Fuente: Autor del proyecto.

### **4.1.3 Determinación de la Oferta**

**4.1.3.1 La competencia.** En la actualidad la empresa PulviPanela, cuenta con una competencia, toda vez que en el municipio de Ocaña solo se encuentra el producto como lo es el azúcar negra o panela granulada; otro producto sustituto es la panela en bloque (redonda o cuadrada). Este producto es distribuido en los distintos establecimientos que comercian productos para la canasta familiar. Aún en ellos, no se encuentra la panela pulverizada y saborizada, siendo éste el objetivo del proyecto.

**4.1.4 El Precio.** La definición del precio se determina a través de un estudio de este mercado, lo cual arroja que los clientes están en condiciones de comprar la panela pulverizada saborizada en bolsas de 10 sobres x 50gr., por un valor entre los \$1.000 y \$2.500. Aun así, se propone a la empresa que en el momento de ejecutar el proyecto se determine el mismo, teniendo en cuenta los costos y el mercado objetivo. Para determinar el precio del producto, se tendrá en cuenta el costo, para ello se hará de la siguiente manera:

### **Materiales directos (MD)**

**Cuadro 2.** Materiales directos.

Materia Prima	Vr. Libra
Panela	\$800
Saborizante	\$50
Total	\$850

Fuente: Autor del proyecto.



**Cuadro 3.** Proyección de los materiales directos.

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
Materia prima	850	935	1.028	1.131	1.244

Fuente: Autordelproyecto.

**Mano de obra directa (MOD).** Para analizar el costo de mano de obra directa, se hará teniendo en cuenta el gusto de las personas encuestadas, las cuales en su mayoría les parece bien que el peso del sobre de panela pulverizada, sea de 50gr. Por lo tanto, se tomará el costo a partir de una libra, lo cual corresponde a 500gr., (10 sobres de panela pulverizada saborizada).

**Cuadro 4.** Costos de mano de obra directa.

Labor	Cant. Empleados	Cant. Libras de panela/día	Vr. Día
Operario de máquina	1		\$25.000
Empaque	2	500 libras	50.000
Almacenamiento	1		25.000
Total	4	500 libras	\$100.000

Fuente: Autor del proyecto.

$500 \text{ lb} / 100.000 = \$200$  costo de mano de obra diario.

**Cuadro 5.** Proyección de los costos de mano de obra directa.

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
MOD	200	220	242	266	293

Fuente: Autordelproyecto.

**Costos indirectos de fabricación.** Para hallar los costos indirectos de fabricación, se tendrá en cuenta la bolsa donde irán los 10 sobres x 50mg de panela pulverizada, además del empaque del producto.

**Cuadro 6.** Determinación de los CIF

Detalle	Valor por Unidad
Bolsa	\$120
Empaque	\$ 25

Luz eléctrica	\$100
Publicidad	\$ 35
Total	\$280

Fuente: Autor del proyecto.

#### Cuadro 7. Proyección de los CIF

Ítems	Años	1	2	3	4	5
CIF		280	308	339	373	410

Fuente: Autordelproyecto.

Para obtener el costo total de 1 libra de panela pulverizada y saborizada, se toma la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Costo total} &= \text{MD} + \text{MOD} + \text{CIF} \\ \text{Costo total} &= 850 + 200 + 280 \\ \text{Costo total} &= \$1.330 \end{aligned}$$

Para determinar el precio del producto utilizaremos la siguiente fórmula:

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

$$\begin{aligned} \text{PV} &= \frac{\$1.330}{1 - 25\%} = 1.330 / 0,75\% \\ \text{PV} &= \$1.773 = \$1.800 \end{aligned}$$

El precio de venta de la libra de panela pulverizada en bolsas x 10 unidades de 50gr., será de \$1.800.

#### Cuadro 8. Proyección del precio.

Ítems	Años	1	2	3	4	5
Precio de venta		1.800	1.980	2.178	2.396	2.635

Fuente: Autordelproyecto.

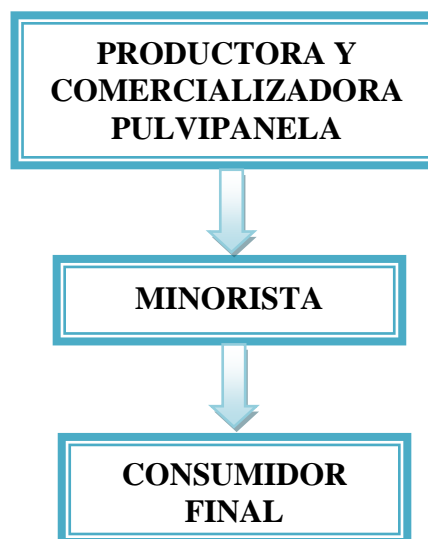
**4.1.5 Canales de Distribución.** Considerando que el Canal de distribución es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del

origen del producto hasta el consumidor, por esta razón la empresa utilizará el canal detallista estructurado de la siguiente manera:

Empresa – Minorista – Consumidor final

Teniendo en cuenta que es el más adecuado para la distribución del producto, favoreciendo tanto la actividad económica como a la empresa y a los clientes finales. Gráficamente el canal de distribución de la empresa es:

**Figura 2.** Canal de distribución.



Fuente: Autor 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 en el menor tiempo posible. Una ventaja que tiene la ciudad de Ocaña desde hace algunos años, es que 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 como lo es la bolsa de empleo, en la que se encontrarán aquellos servicios con los que en la actualidad no se cuenta en la ciudad de Ocaña. En este punto es preciso identificar los medios opcionales para la publicidad de PulviPanela, como lo son televisión regional y emisoras de la ciudad, de las cuales se tendrán en cuenta:

Canal comunitario TV San Jorge  
Emisora Sabrosa Estéreo  
Radio Catatumbo

La UFM  
Rumba Estéreo

Así mismo se tendrá en cuenta las siguientes fases a seguir para la ejecución de la campaña publicitaria.

Identificación y análisis del grupo meta de la campaña publicitaria  
Determinación de los objetivos de la campaña  
Fijación del presupuesto  
Especificación del enfoque o tema  
Elección de los medios  
Elaboración de la programación

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

## 4.2 ESTUDIO TÉCNICO

Tiene por objeto proveer información que permite cuantificar el monto de las inversiones requeridas en cuanto a instalaciones, equipos, muebles y enseres para posibilitar la puesta en marcha de la empresa.

### 4.2.1 Localización

**4.2.1.1 Macro localización.** La empresa PulviPanela estará ubicada en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

**4.2.1.2 Micro localización.** Según los gustos de las personas encuestadas (tabla 9), la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada se ubicará en el sector del Mercado Público de la ciudad de Ocaña.

**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 11.** Equipos de oficina.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Escritorio	2	270.000	540.000
Mesa Computador	1	125.000	125.000
SillaComputador	1	75.000	75.000
Archivador	1	350.000	350.000
Ventilador	2	130.000	260.000

TOTAL	\$1.350.000
-------	-------------

Fuente: Autor del proyecto.

**Tabla 12.** Equipo de computación, comunicación y otros.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Computador	1	2.100.000	2.100.000
Impresora	1	420.000	420.000
Teléfono	2	40.000	80.000
Cámara de seguridad	2	500.000	1.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.600.000</b>

Fuente: Autor del proyecto.

**Tabla 13.** Maquinaria y equipo.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Túnel termoencogido	1	3.000.000	3.000.000
Máquina pulverizadora	2	2.800.000	5.600.000
Máquina selladora	1	650.000	650.000
Báscula semiautomática de 10Kg	1	300.000	300.000
Báscula semiautomática de 50kg	1	1.000.000	1.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>7.750.000</b>	<b>\$10.550.000</b>

Fuente: Autor del proyecto.

### 4.2.3 Tamaño del Proyecto

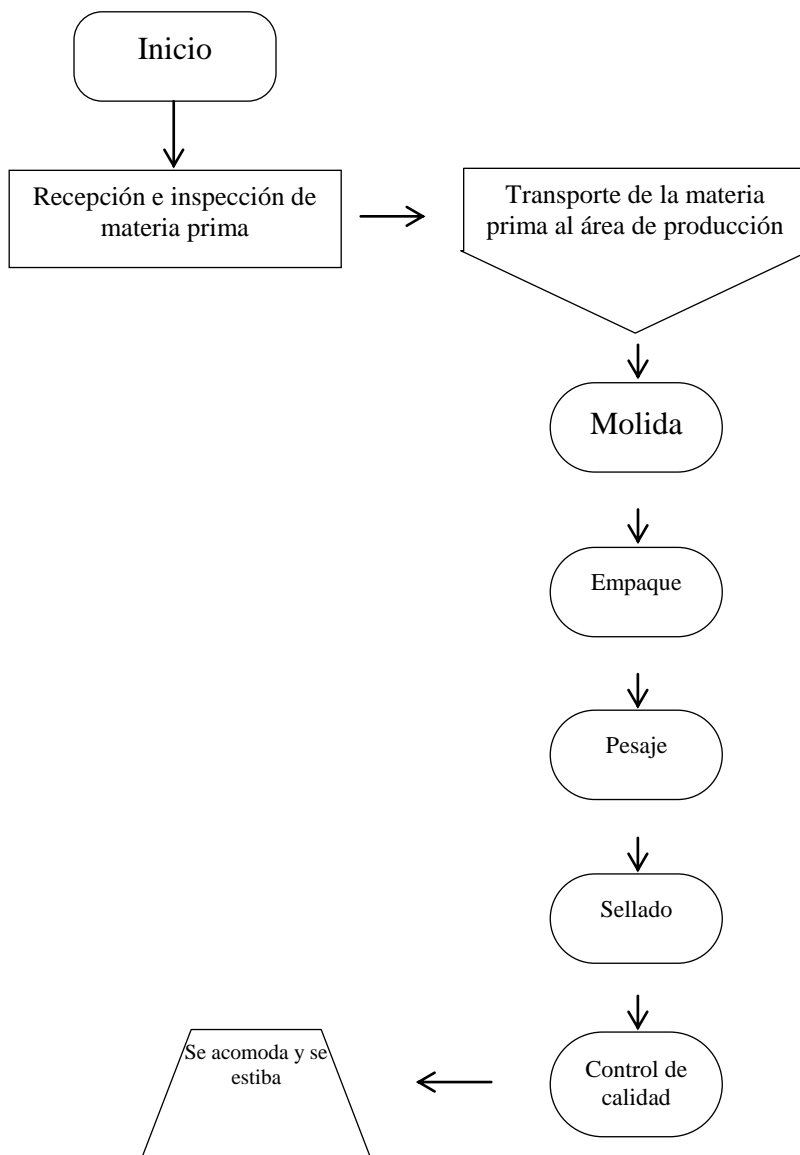
**4.2.3.1 Capacidad Diseñada.** Según la investigación de mercados realizada se pudo detectar que el tamaño del mercado objetivo es de 20.915 familias que habitan en la ciudad de Ocaña, y que al 82% de las mismas, les parece excelente la apertura de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada en sabores en esta ciudad, lo cual corresponde a 17.150 familias. 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 10% en la cobertura total del proyecto con el fin de atender las necesidades de los clientes.

**4.2.3.2 Capacidad instalada.** PulviPanela 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 17.150 familias habitantes del municipio de Ocaña.

**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 laborará en la empresa PulviPanela de la ciudad de Ocaña. (Ver anexo B)

**4.2.5 Proceso de producción del producto.** Una forma de describir y analizar el proceso de producción es mediante el uso de diagramas de flujo de proceso. Para ello se realiza el siguiente flujograma, con el fin de conocer cómo realizar el proceso de producción del azúcar pulverizada en sobres.

**Figura 3.** Flujograma de proceso de producción de azúcar pulverizada en sobres.



Fuente: Autor del proyecto.

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

### **4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

**4.3.1 Misión.** Satisfacer y suplir la necesidad de nuestros clientes, en el segmento del mercado, en cuanto a la producción y comercialización de panela pulverizada, ofreciendo calidad, bajo precio y eficiencia en la entrega del producto. El cual tendrá un valor agregado y variedad al gusto del consumidor, generando empleo y desarrollo para nuestra región.

**4.3.2 Visión.** Nuestra visión es consolidarnos como una empresa líder en la producción y comercialización de panela pulverizada en la región, que no solamente supla la demanda local, sino abrir nuevos mercados en los municipios vecinos a nivel del departamento Norte de Santander.

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

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

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

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

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

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

#### **4.3.4 Política y objetivos de calidad.**

**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.

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 tecnología 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 PulviPanela, 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 empresa con los clientes internos, externos y comunidad en general.

**Productividad.** Uno de los retos que debe afrontar PulviPanela, 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.

**4.3.5 Objetivos.** Ser reconocida como la mejor empresa en Ocaña en la producción y comercialización de azúcar pulverizada en sobres, en cuanto a compromiso empresarial, responsabilidad social, apropiación de tecnología, eficiencia y eficacia en la prestación de sus servicios.



Obtener niveles que aseguren la permanencia, crecimiento, generación de utilidades y competitividad de la empresa a crear.

Desarrollar y mejorar el nivel profesional de los miembros de la empresa, con el propósito de lograr una posición competitiva.

Establecer sistemas que permitan hacer un seguimiento sistemático al mercado y a la competencia, para así diseñar nuevas estrategias que se anticipen y respondan adecuadamente a las necesidades de los clientes y que contribuyan al crecimiento y la permanencia de la empresa.

Implementar calidad en los productos, procesos, trabajos, en el talento humano y el servicio ofrecido al cliente como características fundamentales del quehacer diario.

**4.3.6 Estrategias de la empresa.** La empresa está comprometida en el desarrollo del talento humano, para ello se han fijado objetivos que se cumplen mediante el trabajo en equipo, la mejora continua y la contribución a la generación de empleo.

Una de las estrategias de la productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, es promover el bienestar social de los trabajadores, mediante una mejora continua en la comercialización de los productos.

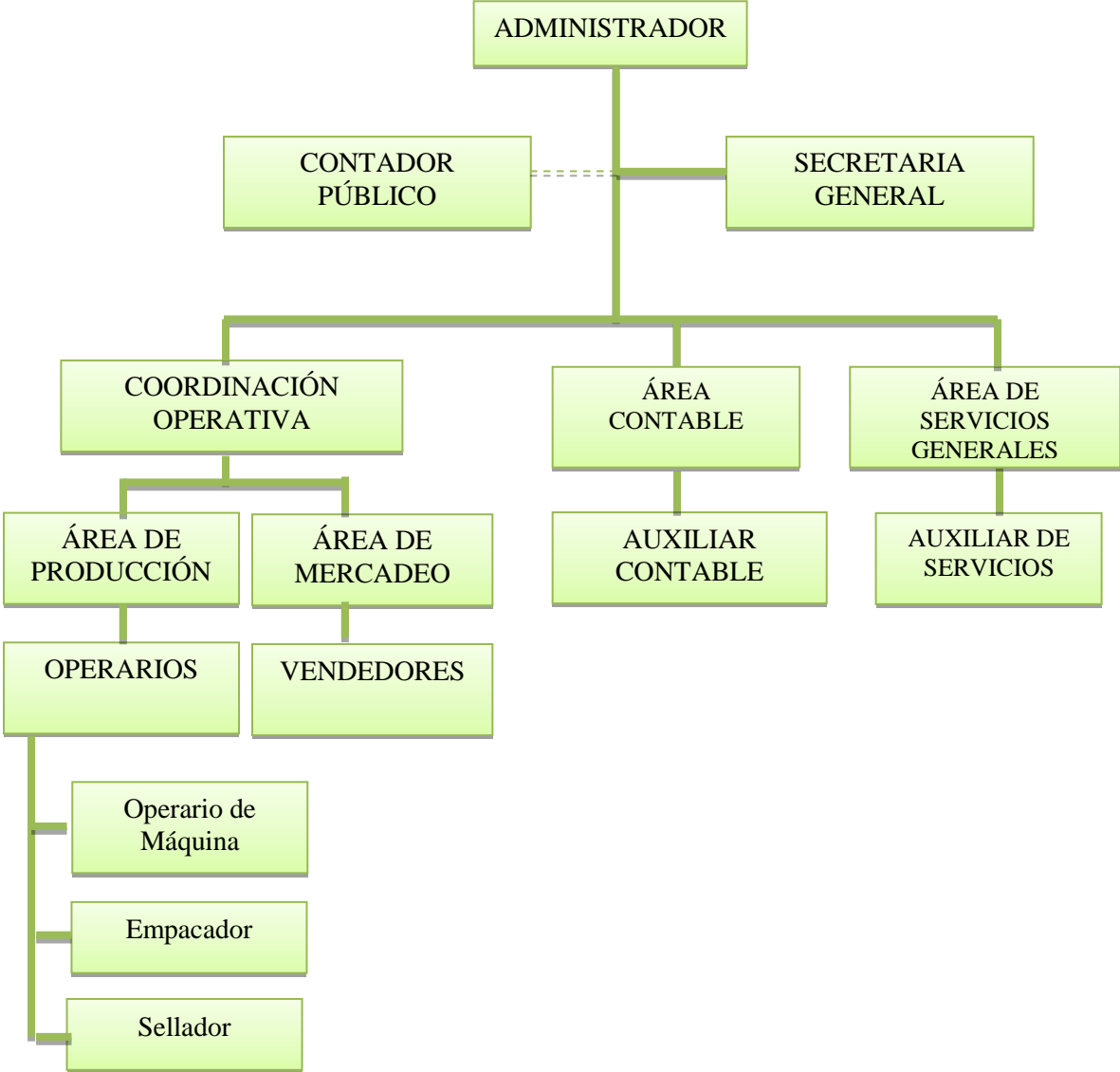
Uno de los retos que debe afrontar la empresa en busca de su permanencia, crecimiento y desarrollo es lograr niveles óptimos que hagan que la empresa tenga una actividad eficiente, eficaz y rentable.

Respetar las creencias y derechos de los ciudadanos, de sus clientes y colaboradores en todos los niveles de la vida profesional, familiar y sus principios.

Ser competitivos, lo cual conlleva el conocimiento y satisfacción oportuna de las necesidades y expectativas del cliente y un compromiso integral con la excelencia en los trabajos y productos en venta.

**4.3.7 Organigrama.** Ver página siguiente, figura 4.

Figura 4. Organigrama



Fuente: Autor del proyecto.

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

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

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

Fuente: Autor del proyecto.

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>	SECRETARIA GENERAL
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Administrador
<b>NUMERO DE PERSONAS</b>	1
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios.</li> <li>2. Recibe y envía correspondencia.</li> <li>3. Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia.</li> <li>4. Realiza y recibe llamadas telefónicas.</li> <li>5. Actualiza la agenda del administrador.</li> <li>6. Toma mensajes y los transmite.</li> <li>7. Brinda apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos.</li> <li>8. Convoca a reuniones de la empresa.</li> <li>9. Archiva la correspondencia enviada y/o recibida.</li> <li>10. Actualiza el archivo de la unidad.</li> <li>11. Elaborar cheques.</li> <li>12. Lleva control de caja menor.</li> </ol>	
<b>Requisitos</b>	Escolaridad: Técnico en auxiliar contable - carreras afines a la Contabilidad. Experiencia: 1 año

Fuente: Autor del proyecto.

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b>	OPERARIO DE MÁQUINA
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	Administrador
<b>NUMERO DE PERSONAS</b>	1
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manejar de la máquina pulverizadora.</li> <li>2. Mantener la limpieza diaria a las máquinas</li> <li>3. Realizar el respectivo mantenimiento de las distintas máquinas.</li> <li>4. Otras que le asigne el administrador.</li> </ol>	
<b>Requisitos</b>	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 6 meses

Fuente: Autor del proyecto.

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	EMPACADOR
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	2
<b>FUNCIONES</b>	
1. Empacar el producto terminado en bolsas. 2. Pesar el producto para verificar el contenido neto 3. Mantener aseada el área de producción. 4. Archivar en orden los pedidos del día. 5. Otras que le asigne el administrador.	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 6 meses

Fuente: Autordelproyecto.

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	SELLADOR
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
<b>FUNCIONES</b>	
1. Realizar el sellado a las bolsas del producto. 2. Velar por el orden en la bodega. 3. Acomodar en estibas el producto. 4. Otras que le asigne el administrador.	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 6 meses

Fuente: Autor del proyecto.

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	VENDEDOR
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	2
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Son los responsables de establecer el contacto cuando se realiza una venta, con el objetivo de detectar las necesidades del cliente.</li> <li>2. Manejo de relaciones públicas con el cliente.</li> <li>3. Atención al cliente externo y de mostrador.</li> <li>4. Realizar los cobros de las ventas de contado.</li> <li>5. Verifica la existencia del producto para la confirmación de pedidos.</li> <li>6. Satisfacer la demanda de los consumidores.</li> </ol>	
Requisitos	Escolaridad: conocimientos en ventas y mercadeo. Experiencia: 1 año como vendedor o auxiliar de almacén.

Fuente: Autor del proyecto.


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


Fuente: Autor del proyecto.


<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR DE SERVICIOS
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>3. Realizar, diariamente, las labores de aseo de las oficinas del Despacho y mantenerlas en excelente presentación ante propios y extraños.</li> <li>4. Responder por elementos utilizados para la ejecución de sus tareas.</li> </ol>	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. Experiencia: 1 año.


Fuente: Autor del proyecto.


#### 4.3.9 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 9.** Procedimiento para el control contable.

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: Autor del proyecto.

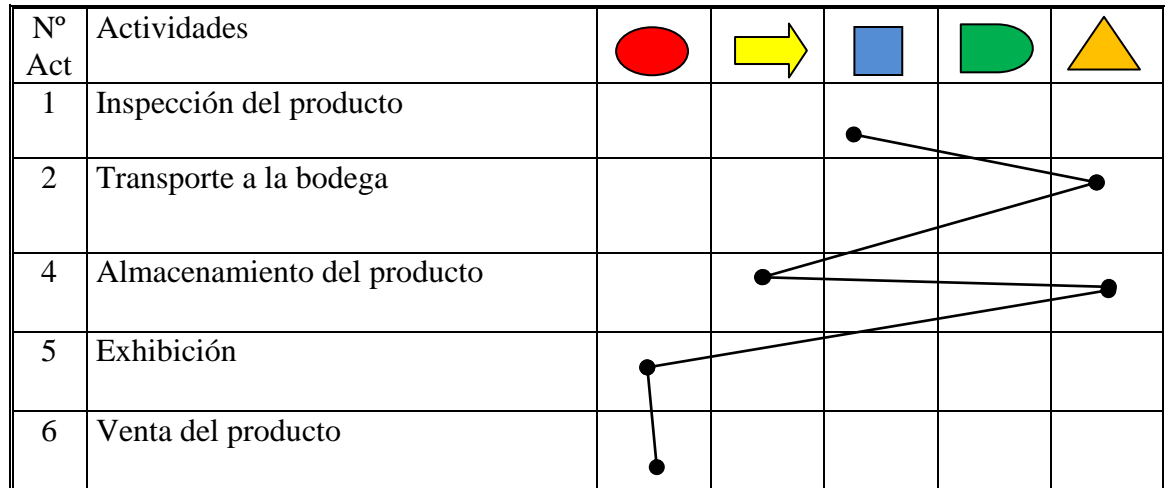
**Cuadro 10.** Procedimiento de compras.

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: Autor del proyecto.



**Cuadro 11.** Proceso de almacenamiento y venta de productos.



Fuente: Autor del proyecto.

#### 4.3.10. Reglamento interno de trabajo para la empresa PulviPanela, de la ciudad de Ocaña, N.S.

##### CAPÍTULO I.

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

##### CAPÍTULO II.

Artículo 2. Pueden presentarse en la empresa PulviPanela, en las distintas áreas, aquellas personas que tengan experiencia en lo relacionado con el cargo.

Artículo 3. Pulvipanela, 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. Pulvipanela, 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 empresa Pulvipanela, tienen derecho a quince días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Artículo 12. La época de vacaciones debe ser señalada por Pulvipanela, 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 PulviPanela, 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 EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE PANELA PULVERIZADA, PULVIPANELA Y SUS EMPLEADOS.

Artículo 21. Son obligaciones de PulviPanela:

- 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 empresa PulviPanela, 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 ECONÓMICO

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 empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

**4.4.1 Gastos de funcionamiento.** Aseo y elementos. Para el montaje de la sucursal de la empresa PulviPanela, se requiere de elementos de aseo como: traperos, escoba, jabón de tocador, jabón en polvo, ambientadores, recogedor, desinfectantes, 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, además de los equipos de maquinaria 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 12.** Gastos de funcionamiento.

Concepto	Vr/mensual	Vr/annual
Aseo y elementos	130.000	1.560.000
Mantenimiento y reparaciones	120.000	1.440.000
Papelería y útiles de oficina	70.000	840.000
Publicidad y propaganda	140.000	1.680.000
Total	\$460.000	\$5.520.000

Fuente: Autor del proyecto.

Servicios Públicos. Para la apertura de la empresa PulviPanela, se requieren de los siguientes servicios públicos:

**Cuadro 13.** Servicios públicos requeridos para el funcionamiento.

Concepto	V/unitario	V/anual
Agua	60.000	720.000
Energía eléctrica	210.000	2.520.000
Telefonía	60.000	720.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$330.000</b>	<b>\$3.960.000</b>

Fuente: Autor del proyecto.

Arriendo. En lo que refiere al arriendo, la empresa PulviPanela, requiere de \$2.200.000 mensuales para la cancelación del canon, lo cual suma anualmente \$26.400.000

**Cuadro 14.** Arriendo requerido para el funcionamiento de la empresa PulviPanela.

Concepto	V/unitario	V/anual
Arriendo	1.500.000	18.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>1.500.000</b>	<b>\$18.000.000</b>

Fuente: Autor 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 Ocaña, se contará con diez trabajadores, los cuales estarán vinculados a la empresa con contrato a término indefinido.

**Cuadro 15.** 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
Operario de máquina	800.000	9.600.000
Empacador 1	600.000	7.200.000
Empacador 2	600.000	7.200.000
Sellador	600.000	7.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>7.150.000</b>	<b>85.800.000</b>

Fuente: Autor del proyecto.

**Cuadro 16. Honorarios**

Cargo	Sueldos básico mensual	Valor anual
Contador Público	400.000	4.800.000
<b>TOTAL</b>	<b>400.000</b>	<b>4.800.000</b>

Fuente: Autor del proyecto.

**Cuadro 17. Gastos de Personal.**

Años Ítems	1	2	3	4	5
Sueldo	85.800.000	90.090.000	94.594.500	99.324.225	95.538.791
Aux. Trans.	8.880.000	9.324.000	9.790.200	10.279.710	10.793.695
Dotación	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.607
Prima 8.33%	7.147.140	7.504.497	7.879.721	8.273.708	8.687.393
Cesantías 8.33%	7.147.140	7.504.497	7.879.721	8.273.708	8.687.393
Int/ces 12%	857.657	900.540	945.567	992.845	1.042.487
Vacaciones 4.17%	3.577.860	3.756.753	3.944.591	4.141.820	4.348.911
Parafiscales 9%	7.722.000	8.108.100	8.513.505	8.939.180	9.386.139
Salud 8.5%	7.293.000	7.657.650	8.040.532	8.442.559	8.864.687
Pensión 12%	10.296.000	10.810.800	11.351.340	11.918.907	12.514.852
ARP 0.5%	429.000	450.450	472.972	496.621	521.452
<b>TOTAL</b>	<b>140.349.797</b>	<b>147.367.287</b>	<b>154.735.649</b>	<b>162.472.433</b>	<b>161.322.955</b>

Fuente: Autor 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	\$300.000
Notariales	\$210.000
<b>Total</b>	<b>\$510.000</b>

**Cuadro 18.** Resumen de gastos año 1

Gastos	Valor anual
Arriendo	18.000.000
Aseo y elementos	1.560.000
Mantenimiento y reparaciones	1.440.000
Serviciospúblicos	3.960.000
Papelería y útiles de oficina	840.000
Publicidad y propaganda	1.680.000
Gastos de personal	85.800.000
Honorarios	4.800.000
Impuestos, contribuciones y tasas	510.000
Estudio y proyecto	1.480.000
Gastosvarios	1.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$121.270.000</b>

Fuente: Autor del proyecto.

**Proyección anual de los gastos operacionales.** Realizando sumatoria de los diferentes gastos relacionados, se tiene un total de \$121.270.000 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 19.** Proyección anual de los gastos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Gastostotalesanuales	121.270.000	127.333.500	133.700.175	140.385.184	147.404.443

Fuente: Autor del proyecto.

**4.4.4 Ingresos.** Para hallar los ingresos, la empresa PulviPanela, dependerá de los mismos que sean percibidos por concepto de la venta de los productosalimenticiosque ésta ofrezca.

Por tal motivo se prevé unos ingresos para el año 1 de \$429.192.000. Este valor se ha proyectado anualmente en un 10%, teniendo en cuenta el aumento en el índice de ventas.



**Cuadro 20.** Ingresos operacionales

Ingresos percibidos por venta de productos	Demanda	Precio	Valor mensual	Valor anual
Productos Ofertados por la empresa PulviPanela de Ocaña	19.242	\$1.800	\$34.635.600	\$415.627.200

Fuente: Autordelproyecto.

Los ingresos percibidos anualmente tienen un aumento del 10%.

**Cuadro 21.** Proyección de ingresos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Ingresos totales anuales	415.627.200	457.189.920	502.908.912	553.199.803	608.519.784

Fuente: Autor del proyecto.

$$\begin{aligned}
 \text{Costo de la demanda} &= \text{costo und.} \times \text{demanda} \times \text{año} \\
 &= 1.330 \times 19.242 \times 12 \\
 &= 273.714.000
 \end{aligned}$$

**Cuadro 22.** Proyección de costos.

Años	1	2	3	4	5
Costos anuales	273.714.000	301.085.400	331.193.940	364.313.334	400.744.667

Fuente: Autordelproyecto.

**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 23.** Fondo de depreciación

Años	0	1	2	3	4	5
Equipo de oficina Depreciación	1.350.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000
Equipo de comunicación y computación Depreciación	3.600.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Maquinaria y equipo Depreciación	10.550.000	1.055.000	1.055.000	1.055.000	1.055.000	1.055.000
Total Depreciación	15.500.000	1.685.000	1.685.000	1.685.000	1.685.000	1.685.000

Fuente: Autor del proyecto.

**Diferidos.** Estos constituyen ciertos cargos requeridos para la puesta en marcha de la empresa PulviPanela.

Papelería y útiles de oficina	\$840.000	
Publicidad y propaganda	\$1.680.000	
Estudios y proyectos (de viabilidad).....		\$1.480.000
Total		\$4.000.000

**Cuadro 24.** Amortización de diferidos

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

Fuente: Autor 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 PulviPanela de Ocaña, buscando dar respuesta a las diferentes necesidades durante los primeros 4 meses de funcionamiento de la misma.

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

$$\text{C.T.} = \frac{129.670.000 \times 4 \text{ meses}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{C.T.} = \$43.220.300$$

De esta manera, se requiere tener en Bancos como garantía para el montaje de la empresa

productora y comercializadora de panela pulverizada PulviPanela, en la ciudad de Ocaña, la suma de \$43.220.300.

**4.4.7 Balance inicial.** A continuación se presenta el balance inicial para la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada PulviPanela, definiendo total de activos, pasivos y patrimonio.

**PULVIPANELA  
BALANCE INICIAL**

ACTIVOS		\$62.720.300
DISPONIBLE		
Bancos	\$43.220.300	
Propiedad, planta y equipo	\$15.500.000	
Diferidos	\$4.000.000	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		
PASIVOS	-0-	
PATRIMONIO		
Aportes Sociales	\$62.720.300	
Pasivo+Patrimonio		\$62.720.300

**4.4.8 Estado de resultados proyectado**

**Cuadro 25.** Estado de resultados proyectado.

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	415.627.200	457.189.920	502.908.912	553.199.803	608.519.784
- Costos	273.714.000	301.085.400	331.193.940	364.313.334	400.744.667
- Gastos	121.270.000	127.333.500	133.700.175	140.385.184	147.404.443
Utilidad operac.	20.643.200	28.771.020	38.014.797	48.501.285	60.370.674
-Depreciación	1.685.000	1.685.000	1.685.000	1.685.000	1.685.000
-Diferidos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
utilidad AI	18.158.200	26.286.020	35.529.797	46.016.285	57.885.674
Imptos. 35%	6.355.370	9.200.107	12.435.429	16.105.700	20.259.986
Util D. Imptos	11.802.830	17.085.913	23.094.368	29.910.585	37.625.688
Reserva legal 10%	1.180.283	1.708.591	2.309.436	2.991.058	3.762.568

Util. Neta	10.622.547	15.377.322	20.784.932	26.919.527	33.863.120
------------	------------	------------	------------	------------	------------

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.

10.622.547                      15.377.322                      20.784.932                      26.919.527                      33.863.120

### Cuadro 26. Flujo de caja

Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	10.622.547	15.377.322	20.784.932	26.919.527	33.863.120
+Depreciac.	1.685.000	1.685.000	1.685.000	1.685.000	1.685.000
+Diferidos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Flujo de caja	13.107.547	17.862.322	23.269.932	29.404.527	36.348.120

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:

$$PE = \frac{121.270.000}{1 - \frac{273.714.000}{415.627.200}}$$

$$PE = \frac{121.270.000}{1 - 0,6}$$

$$PE = \frac{129.670.000}{0,4}$$

$$PE = 303.175.000 \text{ anual}$$

Para lograr el punto de equilibrio, la empresa debe tener ingresos, en el primer año, de \$303.175.000.

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:

$$\%C_{VenPE} = \frac{CV}{PV}$$

$$\%C_{VenPE} = \frac{273.214.000}{415.627.200}$$

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

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:

$$C_{VenPE} = 303.175.000 \times 0,6$$

$$C_{VenPE} = 181.905.000$$

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

Ingresos en el PE.....	\$303.175.000
Menos CV en el PE.....	181.905.000
UTILIDAD BRUTA...	121.270.000
Menos Costos Fijos.....	121.270.000
Utilidad.....	\$ 0

Por lo anterior, queda demostrado que la empresa PulviPanela, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$303.175.000 en el primer año.

#### **4.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA**

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).** Valor Presente Neto es una medida del Beneficio que rinde un proyecto de Inversión a través de toda su vida útil.

Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada, en la ciudad de Ocaña, bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos netos de caja con recursos propios.

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

Dónde:

Tasa = (12%)

n = número de años

$$VPN = \frac{13.107.547}{(1+0.12)^1} + \frac{17.862.322}{(1+0.12)^2} + \frac{23.269.932}{(1+0.12)^3} + \frac{29.404.527}{(1+0.12)^4} + \frac{36.348.120}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN = 11.759.417 + 14.289.858 + 16.621.380 + 18.728.998 + 20.652.341$$

$$VPN = 82.051.994$$

El VPN del proyecto se muestra en \$64.833.066 resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que es superior a la inversión inicial que es de \$82.051.994.

**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 empresa PulviPanela de Ocaña.

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

$$VAN = \$82.051.994 - 62.720.300$$

$$VAN = \$19.331.694$$

El valor actual neto de \$19.331.694 al cabo de cinco años es un resultado positivo, porque luego de recuperar los de inversión inicial, deja un rubro positivo, indicando que la actividad económica retribuye aquellos recursos por los cuales se asume cierto riesgo financiero.

**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.

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

$$RCB = \frac{\$82.051.994}{\$62.720.300}$$

RCB = 1,30 veces

La inversión inicial es recuperada 1.30 veces al cabo de los primeros cinco años de apertura de la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada PulviPanela de la ciudad de Ocaña, resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

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

Esta técnica realiza la siguiente comparación:

Inversión inicial = Valor presente neto

$$\$62.720.300 = \$82.051.994$$

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

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN = \frac{13.107.547}{(1+0.10)^1} + \frac{17.862.322}{(1+0.10)^2} + \frac{23.269.932}{(1+0.10)^3} + \frac{29.404.527}{(1+0.10)^4} + \frac{36.348.120}{(1+0.10)^5}$$

$$VPN = 11.915.952 + 14.762.250 + 17.496.189 + 20.140.087 + 22.576.472$$

$$VPN = 86.890.950$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = \frac{13.107.547}{(1+0,15)^1} + \frac{17.862.322}{(1+0,15)^2} + \frac{23.269.932}{(1+0,15)^3} + \frac{29.404.527}{(1+0,15)^4} + \frac{36.348.120}{(1+0,15)^5}$$

$$VPN = 11.397.867 + 13.532.062 + 15.309.166 + 16.899.153 + 18.083.641$$

$$VPN = 75.221.890$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[ \begin{array}{l} 86.890.950 \text{ ---- } 10\% \\ 62.720.300 \text{ ---- } X \\ 75.221.890 \text{ ---- } 15\% \end{array} \right]$$

$$86.890.950 - 62.720.300 = 24.170.650$$

$$86.890.950 - 75.221.890 = 11.669.060$$

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

$$\begin{array}{r} X \\ \hline 5 \end{array} = \frac{24.170.650}{11.669.060}$$

$$24.170.650 X = 11.669.060 (5)$$

$$X = 58.345.300 / 24.170.650$$

$$X = 2,41$$

$$X = 2,41\%$$

$$TIR = 10 + 2,41\%$$

$$TIR = 12,41\%$$

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 12,41%, de esta manera se muestra atractivo para invertir.

#### **4.6 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL**

Esta propuesta está encaminada a contribuir al desarrollo socio-económico del municipio de Ocaña mejorando el bienestar de las personas que integran y trabajan por el sector.

**4.6.1 Estudio social.** Son muchos los efectos que socialmente pueden surgir dentro de la realización de este proyecto como son la generación de empleo, costo beneficio y generación de ingresos.

Generación de empleo. En el desarrollo de la empresa PulviPanela, uno de los beneficios directos lo constituye la generación de diez empleos, buscando aliviar uno de esos problemas que se presenta en el municipio, al igual que en todo el país.

Costo Beneficio. El proyecto no tiene ningún impacto negativo desde el punto de vista social, al contrario mantendrá a las personas ocupadas, en primer lugar, en el desarrollo de las actividades internas de la empresa y luego en la generación de ingresos económicos para



mejorar el nivel de vida, contribuyendo así a la erradicación de cultivos ilícitos, de los vicios en especial, el trago y la delincuencia en grupos al margen de la ley.

**4.6.2 Estudio 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 empresa productora y comercializadora de panela pulverizada PulviPanela, 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.

## CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el trabajo de investigación realizado y luego de desarrollado uno a uno los objetivos propuestos, se dan resultados los cuales arrojan, según la investigación de mercados realizada, que del tamaño del mercado objetivo, que corresponde a 20.915 familias que habitan la ciudad de Ocaña, el 92% están dispuestas a demandar el producto ofertado, como lo es la panela pulverizada saborizada PulviPanela.

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.

En cuanto al estudio administrativo y legal, se tiene que al organizarse se obtienen los beneficios propios de la cooperación, se puede funcionar como empresa y de esta manera convertirse en un ente económico de la región. Se contará con diez empleos directos, además, 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. Se planteó una misión, visión, objetivos y valores, los cuales hacen de la empresa una institución disciplinada y regida por principios que la proyectan.

En lo referente al estudio financiero y económico se puede señalar la viabilidad que se tiene para abrir la empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada, el cual es rentable según resultados arrojados en los diferentes indicadores financieros establecidos, logrando un punto de equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$260.000.000 en el primer año, recuperando la inversión en un 1.48 veces.

Se deben establecer parámetros para el manejo integral de los residuos sólidos en las instalaciones donde será 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, al adquirir un producto de la canasta familiar de óptima calidad y elaborado en la ciudad de Ocaña.

## RECOMENDACIONES

Luego de realizado el estudio, se recomienda diseñar e implementar estrategias de mercadeo, con el fin de ingresar al mercado de manera agresiva, para lo cual se realizará campaña publicitaria que logre dar a conocer 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.

Procurar por mantener una buena maquinaria y equipos de oficina, en mantenimiento y actualizados, evitando atrasos en cualquier proceso que se realice, por falta de éstos o daños que se ocasionen.

A medida que la empresa crezca es fundamental incluir más personal idóneo y capacitado para el crecimiento de la misma.

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

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

## BIBLIOGRAFÍA

ANGARITA, Jhojana y CONTRERAS, Fabian. Estudio de Factibilidad para la Creacion de una Planta Pulverizadora de Panela en la Ciudad de Ocaña que Ofrezca un Producto Alimenticio mas Practico y al Alcance de la Comunidad. Ocaña : s.n., 2005. p.32.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. México Mc Graw- Hill, 1993. 373p.

FISCHER DE LA VEGA Laura, ESPEJO Jorge. Investigación de mercados. 4 ed McGraw –Hill. México 1993. p.162.

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

NUEVO CÓDIGO DE COMERCIO. Santafé de Bogotá: Momo Ediciones, 2000. p.15.

RAMÍREZ CARDONA, Carlos. Teoría y enfoques sobre administración. Santa Fe de Bogotá, 1998. p.182.

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

STANTTON, William. Fundamentos de Mercado. 9ª Edición. Mc Graw – Hill, 1994. P. 64-65.

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

EL TRAPICHE. La panela (online). 1 ed. [Antioquia]: Comercialweb, 2013 [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.dulceseltrapiche.com/usos-y-beneficios-de-la-panela>

MANRIQUE ESTUPIÑÁN, Roberto. Manual de caña de azúcar (online). 1 ed. [Bogotá]: Corpoica, 2000 [citado 23 jun., 2015]. Disponible en: <http://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/69%29pdf.PDF>

MARTINEZ, Marco. Panela pulverizada (online). 1 ed. [Bucaramanga]: 2013. [citado 20 jun., 2015]. Disponible en: <http://www.donapanela.com/productos/panela-pulverizada.html>

UNAL. Teoría Del Valor Trabajo. [Online]. Actualizado en el 2006. [Citado el 18 de sep., 2013]. Disponible en Internet En: [http://www.fce.unal.edu.co/docs/ Teoría Del Valor Trabajo. \\_092-1997.pdf](http://www.fce.unal.edu.co/docs/Teoría_Del_Valor_Trabajo._092-1997.pdf) p.2

# ANEXOS

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

### **UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER SECCIONAL OCAÑA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**OBJETIVO:** Conocer el grado de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

#### **CUESTIONARIO**

1. ¿Qué producto utiliza a la hora de endulzar sus comidas o bebidas?

- a. Azúcar blanca \_\_\_\_\_
- b. Azúcar morena \_\_\_\_\_
- c. Panela \_\_\_\_\_
- d. Miel de abeja \_\_\_\_\_
- e. Pastillas endulzantes \_\_\_\_\_
- f. Otro \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_

2. Al comprar panela, ¿en qué presentación la prefiere?

- a. Entera \_\_\_\_\_
- b. Pulverizada \_\_\_\_\_

3. ¿Ha comprado en Ocaña panela pulverizada en sobre y saborizada?

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

4. ¿Le gustaría adquirir la panela pulverizada en sobres y saborizada?

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_  
Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora de panela pulverizada saborizada en sobres en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_  
Por qué? \_\_\_\_\_

6. ¿En qué sector le gustaría se ubicara la empresa?
- a. Ciudadela Norte \_\_\_\_\_
  - b. Mercado Público \_\_\_\_\_
  - c. Primavera \_\_\_\_\_
  - d. Otro \_\_\_\_\_ Cuál?
7. ¿Qué peso considera usted mejor para adquirir en sobres, la panela pulverizada?
- a. 8 gramos \_\_\_\_\_
  - b. 10 gramos \_\_\_\_\_
  - c. 15 gramos \_\_\_\_\_
  - d. 25 gramos \_\_\_\_\_
  - e. 50 gramos \_\_\_\_\_
  - d. Otro \_\_\_\_\_ Cuál?
8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un sobre de panela pulverizada en sabores?
- a. \$500 a \$1.000 \_\_\_\_\_
  - b. \$1.000 a \$2.500 \_\_\_\_\_
  - c. \$2.500 a \$3.000 \_\_\_\_\_
  - d. Más de \$3.000 \_\_\_\_\_
9. ¿En qué lugares le gustaría encontrar el producto para su compra?
- a. Tiendas \_\_\_\_\_
  - b. Supermercados \_\_\_\_\_
  - c. Depósitos \_\_\_\_\_
  - d. Otro \_\_\_\_\_ Cuál? \_\_\_\_\_
10. ¿Cuál considera usted que es el mejor medio para dar a conocer la empresa?
- a. Televisión
  - b. Radio
  - c. Prensa escrita
  - d. Volantes
  - e. Pasacalles
  - f. Otro \_\_\_\_\_ cuál?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



## Anexo B. Distribución en planta

