 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Virtute liberam aequam	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado			Pág.
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO			1(127)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	KELY PAOLA QUINTERO ARENAS LUISA FERNANDA NAVARRO CARRASCAL		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	OSCAR ORLANDO HORMAZA FAJARDO		
TÍTULO DE LA TESIS	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE BANDEJAS DE HUEVO UTILIZANDO MATERIAL RECICLABLE EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER.		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>LOS CARTONES DE HUEVO SON UTILIZADOS HOY INCLUSO PARA FINES MUY ALEJADOS DE AQUEL PARA EL QUE FUERON CONCEBIDOS. SU CAPACIDAD PARA DISMINUIR EL ECO Y LA REVERBERACIÓN LOS TRANSFORMÓ EN ECONÓMICO REVESTIMIENTO DE SALAS DE GRABACIÓN, MIENTRAS QUE LA POSIBILIDAD DE RECICLAJE HIZO DE LA PASTA DE PAPEL UN MATERIAL ÓPTIMO PARA DAR FORMA A LIGEROS MUEBLES INFANTILES. EN SUS NUEVAS VIDAS, LOS RECIPIENTES HAN DEMOSTRADO SER MENOS PERFECTOS.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 129	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM: 1



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE BANDEJAS DE HUEVO
UTILIZANDO MATERIAL RECICLABLE EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE
SANTANDER.

AUTORES:

KELY PAOLA QUINTERO ARENAS

LUISA FERNANDA NAVARRO CARRASCAL

Trabajo de Grado para Optar el Título de Administrador de Empresas

Director

OSCAR ORLANDO HORMAZA FAJARDO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Febrero de 2018

Agradecimientos

Los autores del proyecto KELY PAOLA QUINTERO ARENAS y LUISA FERNANDA NAVARRO CARRASCAL dan los agradecimientos al director OSCAR ORLANDO HORMAZA FAJARDO, por su guía acompañamiento y asesoría durante el proceso de investigación.

De igual forma a todos los docentes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, por brindar los conocimientos a los estudiantes del alma mater.

Índice

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la elaboración de bandejas de huevo utilizando material reciclable en el municipio de Ocaña Norte de Santander.	18
1.1 Planteamiento del problema.	18
1.2 Formulación del problema.	19
1.3 Objetivos.	19
1.3.1 General.	19
1.3.2 Específicos.	19
1.4 Justificación.	20
1.5 Delimitaciones.	21
1.5.1 Delimitación operativa.	21
1.5.2 Delimitación conceptual.	21
1.5.3 Delimitación geográfica.	22
1.5.4 Delimitación temporal.	22
Capítulo 2. Marco Referencial	23
2.1 Marco Histórico.	23
2.1.1 Antecedentes históricos de los cartones de huevo a nivel mundial.	23
2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional	24
2.1.3 Antecedentes históricos a nivel regional.	26
2.2 Marco conceptual.	26
2.3 Marco Teórico.	18
2.3.1 Teoría del Reciclaje de Papel.	18
2.3.2 Teoría de las 3 erres.	38
2.4 Marco Legal.	38
2.4.1 Constitución Política Colombiana.	38
2.4.2 Ley 99 de 1993.	40
2.4.3. Resolución 754 de 2014.	41
Capítulo 3. Diseño Metodológico	41
3.1 Tipo de investigación.	41
3.2 Población.	41
3.3 Muestra.	41
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.	42
3.4.1 Fuentes primarias.	42
3.4.2 Fuentes secundarias.	42
3.5 Procesamiento y análisis de la información.	43
Capítulo 4. Presentación de Resultados	43

4.1 Estudio de mercado para determinar a través de éste diferentes factores como la oferta y demanda, precios, competencia y los canales de distribución de bandejas de huevo.	43
4.1.1 Población objetivo	43
4.1.2 Identificación de la competencia	43
4.1.3 Encuesta aplicada	26
4.1.4 Diagnóstico	59
4.1.5 Análisis del mercado.	60
4.1.6 Estimación del segmento/ nicho de mercado (Tamaño y crecimiento).	60
4.1.7 Capacidad de producción.	60
4.1.8 Estrategia. Mercadeo.	61
4.1.9 Nombre.	61
4.1.10 Determinación de los canales de distribución.	61
4.2 Estudio técnico para la elaboración de bandejas de huevo con material reciclado en el municipio de Ocaña, Norte de Municipio.	62
4.2.1 Ficha técnica del producto.	62
4.2.2 Localización. Macrolocalización.	63
4.2.3 Tamaño del Proyecto.	63
4.2.4 Descripción del proceso.	67
4.2.5 Requerimientos Físicos.	67
4.2.6 Requerimiento de equipo de oficina.	68
4.2.7 Requerimiento de Recurso Humano.	68
4.2.8 Plano de la empresa	69
4.3 Estudio administrativo y legal para organizar la dirección estratégica de la empresa.	69
4.3.1 Modelo administrativo	69
4.3.2 Cultura organizacional	70
4.3.3 Misión.	71
4.3.4 Visión.	71
4.3.5 Principios. Responsabilidad Social. s.	72
4.3.6 Políticas.	73
4.3.7 Recursos humanos	73
4.3.8 Organigrama.	74
4.3.9 Manual de funciones.	80
4.3.10 Reglamento Interno de Trabajo.	91
4.2.11 Estatutos.	96
4.2.12 Aspecto legal.	99
4.4 Estudio financiero-económico que permita determinar el monto de los recursos necesarios para la elaboración y puesta en marcha del proyecto.	101
4.4.1 Balance inicial.	102
4.4.2 Manejo de depreciación.	105
4.4.3 Proyección del precio.	106
4.4.4 Costos variables.	106
4.4.5 Costos fijos	107
4.4.6 Gastos de operación.	107

	viii
4.4.7 Estado de resultado.	108
4.4.8 Estudio económico.	108
4.5 Efectos que producirá llevar a cabo la propuesta identificando el impacto social y ambiental que producirá el mismo.	111
Capítulo 5. Conclusiones	114
Capítulo 6. Recomendaciones	115
Referencias	117
Apéndice	110

Lista de tablas

Tabla 1. Cantidad de bandejas de huevo compradas mensualmente	45
Tabla 2. Modalidad para comprar los cartones de huevo	46
Tabla 3. Precio de compra de las bandejas de huevo	47
Tabla 4. Tipo de bandeja utilizada frecuentemente	48
Tabla 5. Ciudad en la que compra las bandejas de huevo	49
Tabla 6. Características relevantes para escoger el proveedor de bandejas de huevo	50
Tabla 7. Frecuencia para realizar los pedidos	51
Tabla 8. Canal de distribución por el cual reciben el pedido de las bandejas de huevo.	52
Tabla 9. Forma de pago más utilizada	53
Tabla 10. Disponibilidad de compra de la bandeja de huevo fabricada por medio de material reciclable	54
Tabla 11. Lugar para recibir los pedidos de las bandejas de huevo	55
Tabla 12. Lugar de ubicación de la fábrica productora de bandejas de huevo	56
Tabla 13. Medios publicitarios a través de los cuales desearían darse a conocer el producto	57
Tabla 14. Manual de funciones	58
Tabla 15. Depreciación del Equipo de oficina	59
Tabla 16. Depreciación Maquinaria y equipo	75
Tabla 17. Depreciación equipo de comunicación y computación	102
Tabla 18. Proyección de precios	103
Tabla 19. Determinación del costo variable.	104
Tabla 20. Materia prima	105
Tabla 21. Gastos de Personal	106
Tabla 22. Gastos de personal proyectados	108
Tabla 23. Estado de resultados	

Lista apéndices

Apéndice 1. Encuesta: Dirigida a los propietarios de las granjas avícolas situadas en el municipio de Ocaña Norte de Santander.	128
---	-----

Resumen

Francis H. Sherman, patentó en 1925 un contenedor de huevos que recurría a materiales entonces experimentales como la pasta de papel. Su forma recordaba a un panal, estaba formado por tres filas que contenían cuatro huevos cada una y sus paredes inclinadas protegían el contenido de impactos fortuitos. El material aislaba la porosa cáscara de huevo de los olores de otros alimentos con los que debía compartir refrigerador, al tiempo que impedía la propagación del hedor desprendido eventualmente por algún huevo en mal estado (Lopez Cotelo, 2010).

Los cartones de huevo son utilizados hoy incluso para fines muy alejados de aquel para el que fueron concebidos. Su capacidad para disminuir el eco y la reverberación los transformó en económico revestimiento de salas de grabación, mientras que la posibilidad de reciclaje hizo de la pasta de papel un material óptimo para dar forma a ligeros muebles infantiles. En sus nuevas vidas, los recipientes han demostrado ser menos perfectos que su contenido, pero más versátiles (Lopez Cotelo, 2010).

El estudio de factibilidad para la elaboración de bandejas de huevo utilizando material reciclable en el municipio de Ocaña Norte de Santander, tuvo como objetivos específicos la realización de un estudio de mercado para determinar a través de éste diferentes factores como la oferta y demanda, precios, competencia y los canales de distribución de bandejas de huevo, se ejecutó un estudio técnico para la elaboración de bandejas de huevo con material reciclado, se determinó el estudio administrativo y legal para organizar la dirección estratégica de la empresa, se elaboró el estudio financiero y económico que permita determinar el monto de los recursos

necesarios para la elaboración y puesta en marcha del proyecto y se analizó los efectos que producirá llevar a cabo la propuesta identificando del impacto social y ambiental en la comunidad.

Introducción

La Organización Mundial de la Salud señala que el huevo es la proteína animal más económica del mercado que contribuye a la salud. Es por ello que la organización señala que se deben seguir haciendo campañas para aumentar tanto la producción como el interés del consumidor por adquirir el producto (Araujo, 2012). Así mismo, es de resaltar que para la distribución y comercialización de este producto se diseñan bandejas o cartones de huevo como son comúnmente conocidas, siendo este un embalaje adecuado para mantener las condiciones del producto y protegerlo desde las granjas de producción hasta los puntos de venta, y de estas hasta el consumidor final.

Teniendo en cuenta lo anterior se propone un estudio de factibilidad para la elaboración de bandejas de huevo utilizando material reciclable en el municipio de Ocaña Norte de Santander, para el cual se desarrollaron objetivos específicos como es la realización de un estudio de mercado para determinar a través de éste diferentes factores como la oferta y demanda, precios, competencia y los canales de distribución de bandejas de huevo, se ejecutó un estudio técnico para la elaboración de bandejas de huevo con material reciclado, se determinó el estudio administrativo y legal para organizar la dirección estratégica de la empresa, se elaboró el estudio financiero y económico que permita determinar el monto de los recursos necesarios para la elaboración y puesta en marcha del proyecto y se analizó los efectos que producirá llevar a cabo la propuesta identificando del impacto social y ambiental en la comunidad.

Del mismo modo se planteó un marco referencial que contiene un marco histórico a nivel internacional, nacional y local, un marco teórico, contextual, conceptual y legal, al igual que el diseño metodológico donde se menciona la población beneficiada con el proyecto, instrumentos utilizados para la recolección de la información, entre otros necesarios para determinar la viabilidad del proyecto y a su vez permitió llegar a conclusiones y recomendaciones del mismo.

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la elaboración de bandejas de huevo utilizando material reciclable en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

1.1 Planteamiento del problema.

Hoy en día hay muchos materiales reciclados que no se les tiene una clara y definida utilización. El material reciclable supone muchas ventajas, pero sin duda la más importante de ellas es la reducción del impacto ambiental. Con el material reciclado se reutilizan muchos materiales en lugar de tener que extraerlos de la naturaleza. Reciclar reduce la emisión de gases de efecto invernadero, ya que para producir bienes a partir de materiales reciclados se precisan menos combustibles fósiles.

Actualmente en Colombia, los empresarios le han apostado a la inversión de nuevas granjas avícolas, por lo que la producción de huevos ha aumentado considerablemente en los últimos años al igual que su consumo, a causa de los incrementos en los precios de la carne de res y de cerdo. De acuerdo con los registros entregados por Andrés Moncada, presidente de FENAVI, en 1970 una persona consumía en promedio 42 huevos por año; número que en la década del 80 se incrementó a 104 al año; y en 1990, aumentó a 119 huevos. En la última década, FENAVI registró un consumo promedio de 160 huevos por persona en el país. La Organización Mundial de la Salud señala que el huevo es la proteína animal más económica del mercado que contribuye a la salud. Es por ello que la organización señala que se deben seguir haciendo campañas para aumentar tanto la producción como el interés del consumidor por adquirir el producto (Araujo, 2012). Así mismo, es de resaltar que para la distribución y

comercialización de este producto se diseñan bandejas o cartones de huevo como son comúnmente conocidas, siendo este un embalaje adecuado para mantener las condiciones del producto y protegerlo desde las granjas de producción hasta los puntos de venta, y de estas hasta el consumidor final.

Es por esto que se identificó como una oportunidad de negocio la elaboración de bandejas de huevo con material reciclable, por lo que se quiere realizar un estudio que permitirá conocer el grado de factibilidad del mismo en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.2 Formulación del problema.

¿Será factible la elaboración de bandejas de huevo con material reciclable en el municipio de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos.

1.3.1 General. Realizar un estudio de factibilidad para la elaboración de bandejas de huevo utilizando material reciclable en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Específicos. Realizar un estudio de mercado para determinar a través de éste diferentes factores como la oferta y demanda, precios, competencia y los canales de distribución de bandejas de huevo.

Ejecutar un estudio técnico para la elaboración de bandejas de huevo con material reciclado en el municipio de Ocaña, Norte de Municipio.

Definir el estudio administrativo y legal para organizar la dirección estratégica de la empresa.

Elaborar un estudio económico-financiero que permita determinar el monto de los recursos necesarios para la elaboración y puesta en marcha del proyecto.

Analizar los efectos que producirá llevar a cabo la propuesta identificando el impacto social y ambiental que producirá el mismo.

1.4 Justificación.

El crecimiento de la población y las necesidades de alimento de la misma han hecho que el huevo tome gran importancia debido a que es ingrediente habitual en la alimentación del hombre desde su origen y se caracteriza por su alta densidad nutritiva. Así mismo, se puede considerar que el material de reciclaje puede resultar siendo de gran utilidad y una gran ventaja emplearlo en el proceso de fabricación de las bandejas en las que se empaca este producto, analizando que, en muchas ocasiones, éste material no se reutiliza como debe ser y no se le da el aprovechamiento total que debería dársele.

Debido a que en los últimos años ha aumentado considerablemente la creación de nuevas granjas avícolas y por consiguiente la producción de huevos en el municipio de Ocaña, así mismo se ha incrementado la recuperación de materiales reciclables tales como cartón, periódico y papel utilizados en la elaboración de bandejas de huevo.

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente, el presente estudio se direcciona hacia la elaboración de un estudio de factibilidad para la elaboración de bandejas de huevo con material reciclable en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, el cual otorgará grandes beneficios no sólo a las estudiantes que están encaminando el proyecto, sino también a toda la población.

1.5 Delimitaciones.

1.5.1 Delimitación operativa. Es posible que durante la realización del proyecto se presenten obstáculos tales como la deficiencia de las técnicas de recolección de información, debido a la apatía de los encuestados y veracidad de la información recolectada. De presentarse, se recurrirá al director del proyecto para establecer las estrategias a seguir.

1.5.2 Delimitación conceptual. El presente proyecto se fundamento una serie de términos relacionados con la temática del mismo, tales como: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico financiero, estudio administrativo, estudio de impacto social y ambiental, bandejas de huevo, proceso de reciclaje, fibras vegetales, cartón y papel, impurezas, material reciclable.

1.5.3 Delimitación geográfica. El presente proyecto se realizó en el municipio Ocaña Norte de Santander.

1.5.4 Delimitación temporal. La realización del proyecto tuvo una duración de ocho (8) semanas, contadas a partir de la aprobación del anteproyecto, como se muestra en el cronograma de actividades.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico.

2.1.1 Antecedentes históricos de los cartones de huevo a nivel mundial. El huevo tiene una forma perfecta, aunque esté hecho con el culo, como afirmaba Bruno Munari. Pero encontrar el modo perfecto de transportarlo sin que se rompa no fue tan sencillo. El problema del transporte de una fuente de proteínas básica para el ser humano se hizo evidente cuando el sistema económico impuso la especialización de producción. El autoabastecimiento, habitual hasta el siglo XX, desapareció en las sociedades desarrolladas a lo largo de este siglo. Así que el transporte de víveres hasta el lugar de residencia se convirtió en una prioridad, y los huevos en la mercancía más frágil. La UK Patent Office acumula 620 patentes de cajas de huevos, mientras que la US Patent and Trademark Office tiene registrados innumerables diseños destinados al mismo fin.

A pesar de las numerosas variantes, dos hombres parecen haber sentado las bases del diseño que, finalmente, se convirtió en universal. El primero, Joseph Coyle un inventor del Valle de Bulkley, en Canadá. El segundo, Francis H. Sherman, de Palmer, Massachussets.

Coyle era un inventor vocacional. Con dieciséis años había inventado un artefacto que se desplazaba sobre el agua impulsado por el mecanismo de una bicicleta, algo innovador en 1888. Pero en su madurez, había dirigido sus esfuerzos hacia la publicación de un periódico local. Hasta que, en 1911, comenzó a experimentar con el plegado de cartón para evitar los habituales

daños que los huevos sufrían durante el transporte entre las granjas rurales del valle y las ciudades próximas. La eficacia de su invento le llevó a dedicarse a la manufactura de estos recipientes durante ocho años, período en el que también diseñó las máquinas necesarias para su fabricación. Hasta que en 1918 decidió trasladarse a Vancouver: el negocio debía crecer. Pero la empresa quebró y Coyle se mudó a Los Ángeles, tras haberse visto obligado a ceder los derechos de su invento a los inversores, que comenzaron a fabricar las cajas de cartón en Chicago, Nueva York, Pittsburgh y London Ontario. Desde allí, comenzaron a exportarse a todo el mundo sin que Coyle percibiese a cambio beneficio económico alguno.

Antes de la industrialización y de la globalización, los huevos se transportaban utilizando canastas. En 1911, Joseph Coyle, un editor de periódico de British Columbia, Canadá, inventó la caja de huevos. La invención se debió a una pelea entre un agricultor y el dueño de un hotel, el último se quejaba de que los huevos llegaban rotos a su negocio. El señor Coyle diseñó un envase de papel para que los huevos pudieran viajar sin peligro de la granja al hotel (Cannela, 2015).

2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional. _En septiembre de 1983 se creó la empresa Colombiana de Moldeados S.A (COMOLSA). El Grupo Carvajal viendo la oportunidad de disponer de los desperdicios industriales de sus negocios de impresión, decide incursionar en la industria de empaques de pulpa moldeada para abastecer el mercado local. Se conforma así, una sociedad entre el grupo Carvajal y Moldeados Andinos (Venezuela) que deciden instalar en Buga (Colombia) una planta de pulpa moldeada, considerando que el valle del Cauca era para la época el principal productor de huevos del país.

Comolsa, en Buga, inicia operaciones con una máquina Hartmann 221 con capacidad para producir 10 toneladas por día. Se realizan estudios de mercadeo a nivel nacional orientados a la sustitución de la bandeja plástica fortaleciendo la política de bioseguridad, rotura de huevo y costos adicionales que hacían que nuestro producto se posicionara rápidamente en el mercado avícola. Entre los años 1985 y 1990 se adquirieron nuevas líneas de moldeo: Hartmann II (1 ton/día) y Keyes modelos D-1 (3,5 ton/día) y D-2 (3,5 ton/día). En 1992, se adquiere la máquina Silfurtun con una capacidad de 1,5 ton/día comprada por un cliente que se había integrado hacia atrás. En el año 2004 se realizan modificaciones en la máquina Keyes D-2 logrando aumentar la capacidad de 3,5 a 10 ton/día.

En 1995 se adquiere la planta Pamolsa en Lima (Perú) para la elaboración de productos en pulpa moldeada y plástico. En el año 2005, Comolsa decide trabajar con el INDG (Brasil) en los proyectos de competitividad aplicando la metodología PHVA, con el objetivo de trabajar en afianzar la estructura de costos de la compañía. En Buga, en el mes de marzo 2007 iniciamos operaciones con la nueva máquina Hartmann III con una capacidad de 15 ton/día.

En la década de los 90 se iniciaron los procesos de certificación de calidad obteniendo certificaciones en las normas ISO 9001, OSHAS 18000 e ISO 14000. Derivado de ello se obtiene el "Premio Colombiano a la Calidad en 1997", e igualmente el "Premio Iberoamericano a la Calidad" en República Dominicana de manos del Rey de España (Comolsa, 2011).

2.1.3 Antecedentes históricos a nivel regional. Ocaña es la segunda ciudad con importancia en el departamento Norte de Santander. Esta ciudad está ubicada en la zona nororiental y está conectada por carreteras nacionales con Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta.

El municipio no cuenta ni ha contado con empresas productoras de cartones de huevo, a pesar de que existe una gran demanda de las mismas, ya que en Ocaña se encuentran ubicadas veintitrés (23) granjas avícolas que requieren que esta necesidad sea suplida (Quintero, 2017). Los productores deben adquirir las bandejas en ciudades como Bucaramanga y Bogotá, esto hace que el precio de los huevos se incremente porque el embalaje del mismo aumenta su costo al tener que pagar un elevado flete para poder adquirirlo, por esto se ve la oportunidad de crear una empresa dedicada a la elaboración de bandejas de huevo utilizando material reciclable ya de esta manera se disminuirá el costo del embalaje y por ende el costo de los huevos para el consumidor final y se suplirá la necesidad de los productores del mismo.

2.2 Marco conceptual.

Estudio de mercado. Este se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo, así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa. No obstante, éste no garantiza una solución en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible.

El objetivo de este estudio en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.) Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad (Ramírez, Vidal, & Domínguez, Eumed, 2009).

Estudio técnico. Este consiste en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. El estudio técnico contendrá toda aquella información que permita establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad en formación, especificándose lo siguiente:

1. Organización empresarial: Se describirá la organización interna de la institución, así como los distintos órganos de administración, especificando número de personal, experiencia, nivel académico y ubicación dentro de la organización.

2. Localización y descripción: Probable ubicación geográfica de la oficina central y de las agencias, así como explicación técnica de dicha decisión.

3. Sistemas de información: Descripción de los sistemas contables, administrativos, de comunicación y de monitoreo, de riesgos y prevención; así como el software y hardware a utilizar.

4. Marco legal: El estudio deberá sustentarse en las disposiciones legales y reglamentarias vigentes aplicables, debiendo considerar la incidencia de éstas en las proyecciones financieras de la entidad.

5. Conclusiones: Al haber desarrollado las bases y elementos que comprende el estudio técnico, deben emitirse las conclusiones correspondientes, que incluirán además, los aspectos favorables y desfavorables encontrados en la investigación (Ramírez, Vidal, & Rodríguez, Eumed, 2009).

Estudio económico – financiero. La evaluación económica-financiera es valorar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, empleando las pautas más representativas usadas para tomar decisiones de inversión. La evaluación

económica financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización.

El objetivo fundamental de este estudio es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene.

El método del Análisis Beneficio-Costo permite establecer un proceso de valoración económica de los costos evitados como beneficios o de los beneficios no percibidos como costos, ante una medida o proyecto. El beneficio constituye entonces una estimación y no la realidad. Por lo que se hace necesaria la aplicación de criterios de evaluación de inversiones. En todo análisis beneficio-costo es de vital importancia los costos, ya que estos también influyen en los beneficios que se estimen del proyecto en términos cuantitativos (Ramírez, Vidal, & Domínguez, Eumed, 2009).

Estudio de impacto ambiental y social. El EIAS es una herramienta fundamental para la gestión del proyecto, a través de la cual se determinará su viabilidad ambiental y social, de acuerdo con las normas ambientales del país.

El objetivo principal de este estudio es describir e identificar los posibles impactos que ocasionaría el proyecto al ambiente con el fin de evitarlos, prevenirlos, controlarlos, mitigarlos y/o compensarlos, incluyendo los planes requeridos de seguimiento, control y vigilancia.

Como resultado deberá obtenerse un Plan de Manejo Ambiental -PMA- que será previamente consultado con las comunidades en el área del proyecto, sobre las que directa o indirectamente podrán recaer las afectaciones ambientales por el desarrollo de esta obra (Interconexion Electrica Colombia Panamá S.A , 2012).

Estudio administrativo. Este estudio tiene como fin garantizar el objetivo social de la empresa buscando la coordinación y armonía en las diferentes funciones de la empresa, arrojará información para la identificación de necesidades administrativas en las áreas de planeación, personal, licitaciones, adquisiciones, información, comunicaciones, finanzas y cobranzas, entre otras. Tiene como objetivo presentar los criterios analíticos que permitan enfrentar en mejor forma el análisis de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos, así como sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación (Ceron Mora, 2015).

Bandejas de huevo. Estas se encargan de darle protección, temperatura ideal y la cantidad exacta de luz a una cantidad específica de huevos, además, los protege de ciertas partículas ambientales. Estos empaques pueden ser de diferentes tamaños, dependiendo del número de huevos que se desee empacar. (Comolsa.com, 2011)

Proceso de reciclaje. El reciclaje es un proceso que consiste en la separación de los residuos para que en un futuro se puedan reutilizar. Ésta es una medida ecológica que tiene como objetivo la disminución de residuos y la reducción del consumo de los recursos naturales para, de este modo, cuidar el medio ambiente.

Todo empieza cuando los camiones de la basura depositan los residuos en un hueco que suele estar sellados para evitar la fuga de malos olores. Entonces empieza el proceso de separación. En primer lugar, los desechos pasan por un filtro que clasifica, por una parte los residuos reciclables, y por el otro los orgánicos. Estos últimos son derivados hacia otro tipo de filtros donde, mediante grandes electroimanes, el metal se separa del resto.

En el siguiente paso, los residuos pasan al área de fermentación. Aquí se mantienen un tiempo y, después de caer por una filtración de afino, llegan al vertedero controlado. Los residuos que llegan a este punto se transforman, por medios naturales de la fermentación, en un abono orgánico llamado compost. Para finalizar, este abono es comercializado con el fin de que tenga un uso agrícola. En lo que a los residuos reciclables se refiere, su separación del resto, en la mayoría de las veces, se hace manualmente. Además, éstos se clasifican según sean papel, vidrio o plástico.

A continuación, todo cae a un almacén donde el metal es separado del mismo modo que se hace en los residuos orgánicos, es decir, mediante electroimanes. Una parte de estos residuos, son dirigidos a un vertedero controlado y, de aquí, sigue el proceso ya explicado de los residuos orgánico.

De aquí sale los residuos realmente reciclables, que son los que no van al vertedero controlado. Lo que se hace con éstos es empaquetarlos para enviarlos a empresas que se dedican a la distribución y preparación de materiales reciclados.

Estas empresas según sea un material u otro convierten los residuos en una cosa u otra. En primer lugar, el papel y el cartón termina siendo cajas, papel de embalar y sacos para la construcción. También se puede sacar papel para revistas o periódicos. Con el vidrio se vuelven a crear cosas como botellas o vasos idénticos al de un principio. Para terminar, a partir de los envases se crean nuevas bolsas o recipientes que, en ningún caso se utilizaran para la alimentación. Su uso estará dirigido al mobiliario urbano. Las latas de metal se convertirán en elementos para la construcción (Pallarols, 2011).

Fibras vegetales. Los órganos, las secciones y las fibras de las plantas son denominados fibras vegetales, entonces en término técnico las fibras vegetales se pueden definir como todos los elementos estructurales que hacen parte de los tejidos orgánicos de las plantas, y constituyen su esqueleto.

Los factores que definen el nivel de consistencia de cada una de las fibras dependen del órgano o tejido del cual sean extraídos y del grado de unión entre ellos. La longitud y la forma de los cordones de fibras también varían dependiendo de esos mismos factores (Linares, Galeano, García, & Figueroa, 2014).

Estas fibras vegetales son provenientes de los árboles y son utilizadas como materia prima para la elaboración del papel y otros elementos.

Cartón y papel. El cartón y el papel son materiales celulósicos pues son producidos con pulpa de celulosa extraída del material vegetal como la madera, el algodón, el lino o la caña de azúcar. La pulpa también puede extraerse de cartón o papel reciclado. El papel presenta diversas formas en el mercado y por lo tanto se clasifica de acuerdo al gramaje (peso/área), calibre, empleo o aditivos en su producción. De forma general se pueden clasificar de la siguiente manera:

Cartón. Generalmente usado para cajas de almacenamiento y transporte. Se denomina corrugado por su estructura de sándwich donde dos láminas cubren una forma adicional ondulada o corrugada. Tienen alto gramaje.

Plegadiza. Denominada también como cartulina, se emplea generalmente para empaquetar alimentos, medicinas, cereales, cigarrillos, piezas.

Kraft. Papel empleado para sacos, bultos, bolsas de empaque, sobres de manila, pliegos para envolver. Es resistente y de color pardo o marrón amarillento.

Archivo. El más común es el denominado papel bond. Puede ser blanco o de color tenue, con impresiones parciales. Se emplea en las fotocopiadoras, los cuadernos, libros y textos escolares.

Revista. Se asumen en el grupo de papel archivo, cuando las hojas no tiene capa de plástico. En general se reconocen por estar impresos en múltiples colores y con gran cobertura de los mismos.

Periódico. Papel periódico blanco o impreso. (ciudad urbano, 2016)

Impurezas. Las impurezas son materiales indeseados que vienen en el papel periódico y cartón usado y que, si no son removidas, obstaculizarán tanto el proceso de reciclaje, como la posterior producción de nuevos productos. El efecto negativo de las impurezas hace disminuir la eficiencia de la maquinaria y reduce la calidad del nuevo producto a producir. Las impurezas que se encuentran en este proceso son plásticos, ceras, pegamentos, colas, autoadhesivos y adhesivos, astillas de madera y tintas de imprenta. La pasta que proveniente del pulper es recibida por una serie de depuradores, que son grandes conos que centrifugan la pasta igual que una lavadora doméstica, impulsando por gravedad las fibras y las impurezas más pesadas, para hacerlas pasar a través de placas ranuradas, que funcionan igual que tamices o coladores, que permiten el filtrado sólo de las partículas menores, cerrando el paso a las partículas más grandes. Según avanza el proceso de depuración, las placas contienen, secuencialmente, ranuras de menor tamaño, de manera que al término de esta etapa, sólo las fibras vegetales continúan en el proceso (Céspedes Panduro, 2016).

Material reciclable. Es el producto resultante del Reciclaje, puede extraerse de prácticamente todas las materias que se someten al Reciclado, con la excepción de los materiales

más contaminantes, como son las pilas o la basura nuclear, para los que aún no existen procesos eficientes de reutilización.

El Material Reciclado supone muchas ventajas, pero sin duda la más importante de ellas es el ahorro de los costes medioambientales. Con el Material Reciclado reutilizamos muchos materiales en lugar de tener que extraerlos de la Naturaleza.

Reciclar reduce la Emisión de Gases de Efecto Invernadero, ya que para producir bienes a partir de materiales reciclados se precisan menos combustibles fósiles. El material reciclado de papel ahorra árboles talados, lo que contribuye a contar con mayores emisores de oxígeno en el planeta (Hernández Martínez, 2016).

2.3 Marco Teórico.

2.3.1 Teoría del Reciclaje de Papel. Consiste en hacer papel, utilizando como materia prima papeles usados o no, como por ejemplo: recortes de papel, cartones y cartulinas, generados durante los procesos de fabricación de estos materiales o de su transformación en otros artículos, o también generados en imprentas. El papel reciclado contiene fibras secundarias, es decir, que ya han pasado por lo menos una vez por una máquina para hacer papel. Es importante destacar que la mayoría del papel es reciclable, pero existen excepciones como el papel vegetal, el papel o cartón impregnados con sustancias impermeables a la humedad, el papel carbón, el papel sucio cubierto de grasa o contaminado con productos químicos nocivos a la salud y el papel sanitario usado, como por ejemplo: papel higiénico, papel toalla, servilletas y pañuelos de papel.

En la gran mayoría de los casos, las fibras reciclables o secundarias provienen principalmente de actividades industriales. Las cuales pueden ser recogidas a través de un sistema de recolección selectiva o a través del sistema comercial, utilizando desde hace años, y que implica al recolector informal de papel, al almacenador, el depositario material y al receptor de fibras secundarias. El reciclaje de papel presenta dos ventajas: la primera es la reducción de la basura generada, y la segunda es la economía de recursos naturales como por ejemplo: materia prima, energía y agua (Escobar, Quintero, & Serradas, 2006).

2.3.2 Teoría de las 3 erres. Ser verde está de moda y las empresas lo saben. Cada vez son más las compañías que incluyen la preocupación por la protección del medio ambiente dentro de sus valores y tienen en cuenta la conocida teoría de las 3R's. Sin embargo, no siempre es verde todo lo que reluce. Detrás de la conciencia ecológica de las empresas se esconde algo más simple: los beneficios económicos que se consiguen gracias a la aplicación de las tres simples reglas de esta teoría.

La teoría de las 3R's va mucho más allá del simple reciclaje y la preocupación por el medio ambiente. En realidad, tener en cuenta esta teoría supone para la empresa introducir una serie de mejoras en el desarrollo de su actividad, las cuales ayudan a lograr el fin último de cualquier compañía: aumentar los beneficios económicos.

¿En qué consiste esta teoría? ¿Cuáles son las conocidas como reglas de las 3R's?

Reducir: conseguir minimizar las pérdidas energéticas y disminuir el número de residuos. Con ello, disminuirémos el impacto de la actividad de la empresa en el medio ambiente.

Reutilizar. Las empresas han de ser conscientes de que muchos de los materiales utilizados en su proceso de producción pueden tener una segunda vida. Éstos pueden utilizarse con el mismo fin para el que se crearon o darles un uso diferente al que ya tenían.

Reciclar. Aquellos materiales que ya no son útiles para la empresa no tienen por qué considerarse un residuo no aprovechable. De hecho, hoy en día la mayoría de envases que se usan en la comercialización de productos están hechos de diversos materiales reciclables.

Por tanto, cualquier empresa debe tener en cuenta estas reglas básicas puesto que suponen numerosos beneficios para ellas. Ser capaces de aprovechar esos materiales hace que las empresas aumenten la eficiencia de su proceso productivo con los consiguientes beneficios económicos que eso supone. Además, la preocupación por el medio ambiente es algo muy valorado por el resto de empresas y clientes, lo cual da mejor imagen a las empresas que promueven el reciclaje y la protección del medio ambiente.

En definitiva, estas simples reglas se traducen en mayor eficiencia y, por tanto, mayores beneficios económicos para la empresa. La teoría de las 3R's no sólo hace que las empresas contribuyan a mejorar el planeta, sino que ayuda a mejorar los resultados de éstas (Negocios, 2012).

Las bandejas de huevo no solo son utilizadas como embalaje de los huevos, sino que por su bajo costo son implantadas en salones de grabación o ensayos como acondicionamiento acústico o absorción acústica ya que sirven para mitigar los rebotes o reflexiones de la onda

sonora, dentro del recinto en que fue originada, con el objetivo de mejorar la experiencia auditiva y eludir sonidos acoplados.

2.4 Marco Legal.

2.4.1 Constitución Política Colombiana. Artículo 79: El derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano; la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo; y el deber del Estado de proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro efectivo de estos fines.

Artículo 80. La obligación del Estado de planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución; prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados; y cooperar con otras naciones en la protección de los ecosistemas en las zonas fronterizas.

Artículo 95.8. El deber de la persona y del ciudadano de proteger los recursos culturales y naturales del país y de velar por la conservación de un ambiente sano.

2.4.2 Ley 99 de 1993. Por la cual se crea el ministerio del medio ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos

naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental –SINA y se dictan otras disposiciones.

Créase el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE como organismo rector de la gestión del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, encargado de impulsar una relación de respeto y armonía del hombre con la naturaleza y de definir, en los términos de la presente ley, las políticas y regulaciones a las que se sujetarán la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables y el medio ambiente de la Nación a fin de asegurar el desarrollo sostenible.

El MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE formulará, junto con el Presidente de la República y garantizando la participación de la comunidad, la política nacional ambiental y de recursos naturales renovables, de manera que se garantice el derecho de todas las personas a gozar de un medio ambiente sano y se proteja el patrimonio natural y la soberanía de la Nación. Corresponde al MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE coordinar el Sistema Nacional Ambiental -SINA- que en esta ley se organiza, para asegurar la adopción y ejecución de las políticas y de los planes, programas y proyectos respectivos, en orden a garantizar el cumplimiento de los deberes y derechos del Estado y de los particulares en relación con el medio ambiente y con el patrimonio natural de la Nación.

2.4.3. Resolución 754 de 2014. Por la cual se adopta la metodología para la formulación, implementación, evaluación, seguimiento, control y actualización de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos.

Que de conformidad con el artículo 88 del Decreto 2981 de 2013, corresponde a los municipios y distritos elaborar, implementar, y mantener actualizado un plan de gestión integral de residuos sólidos PGIRS en el ámbito local o regional según el caso, y que los programas y proyectos allí adoptados deberán incorporarse en los Planes Municipales de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas. Que el citado artículo también señala que los Ministerios de Vivienda, Ciudad y Territorio y Ambiente y Desarrollo Sostenible deberán adoptar la metodología para la elaboración de los PGIRS, que deberán seguir las entidades territoriales para su formulación, implementación, evaluación, seguimiento, control y actualización.

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación.

Para la elaboración del proyecto se utilizara una investigación descriptiva ya que su objetivo consiste en llegar a conocer la situación, costumbres y actividades predominantes a través de la descripción exacta del problema y a partir de allí se establezcan las propuestas presentes en este estudio (Deobold B. & William J., 2006); la investigación descriptiva responde a las preguntas; quien, que, donde, cuando y como, a través de la cual se podrá diagnosticar la aceptación de los productores de huevo con respecto a la elaboración de las bandejas de huevo con material reciclado.

3.2 Población.

La población objeto de la investigación son los productores de huevo debidamente registrados en la cámara de comercio de Ocaña Norte de Santander, es decir 15 productores.

3.3 Muestra.

Debido a la pequeña población se ha considerado aplicar la encuesta al 100% de los dueños de las granjas avícolas debidamente registradas en Ocaña Norte de Santander.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.

La técnica para la recolección de información fue la encuesta y el instrumento a utilizar para el análisis de la información es el cuestionario. Esto arroja la situación real de los productores y así proceder correctamente a la solución del problema.

3.4.1 Fuentes primarias. Para la recolección de datos se aplicó la encuesta debidamente orientada, con la cual se obtuvo información para el adecuado desarrollo del estudio dando paso a la planeación y ejecución de las acciones.

3.4.2 Fuentes secundarias. La información complementaria fue obtenida a través de la normatividad legal, económica y datos aplicables al sector donde se puede ubicar este anteproyecto.

3.5 Procesamiento y análisis de la información.

En este proyecto se llevó a cabo la aplicación del cuestionario para obtener información de manera que se pueda tabular sistematizando los datos mediante tablas y figuras representadas en diagramas, posteriormente se realizó el análisis de la información. En esta instancia se comparan los resultados con el total y porcentualmente se analiza cada pregunta, luego en la interpretación de la información donde se deduce si existe una relación de lo diseñado en la investigación con los encontrados en la realidad.

Capítulo 4. Presentación de Resultados

4.1 Estudio de mercado para determinar a través de éste diferentes factores como la oferta y demanda, precios, competencia y los canales de distribución de bandejas de huevo.

4.1.1 Población objetivo. En este caso, el proyecto se ubica dentro del sector avícola del municipio de Ocaña, es importante tener en cuenta que el producto es pionero en el proceso de comercialización y venta de un importante alimento y fuente de proteínas como lo es el huevo. Así pues, el producto puede ser percibido por los propietarios de granjas avícolas ubicadas en el municipio de Ocaña y veredas aledañas, así como también por los puntos de venta del mismo presentes en el Mercado Público y otros lugares comerciales.

4.1.2 Identificación de la competencia. Teniendo en cuenta que es un producto poco comercializable, se puede decir que en el municipio de Ocaña no existe una empresa que se dedique a la elaboración del mismo, pues la adquisición la hacen los dueños de las granjas por medio de proveedores de otras ciudades tales como Buga, Cali, y Bogotá.

4.1.3 Encuesta aplicada. La población objeto de estudio estuvo conformada por 15 productores de huevos ubicados en el municipio de Ocaña y sus alrededores, empleando una muestra del 100% debido a la pequeña población empleada. La encuesta se realizó con el objetivo de conocer la aceptación que tienen las bandejas de huevo elaboradas con material reciclado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Tabla 1.*Cantidad de bandejas de huevo compradas mensualmente*

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.000 – 5.000	1	6
5.000 – 10.000	4	27
10.000 – 25.000	4	27
25.000 – 50.000	3	20
50.000 – 100.000	0	0
100.000 – 250.000	3	20
Otro	0	0
TOTAL	15	100%

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

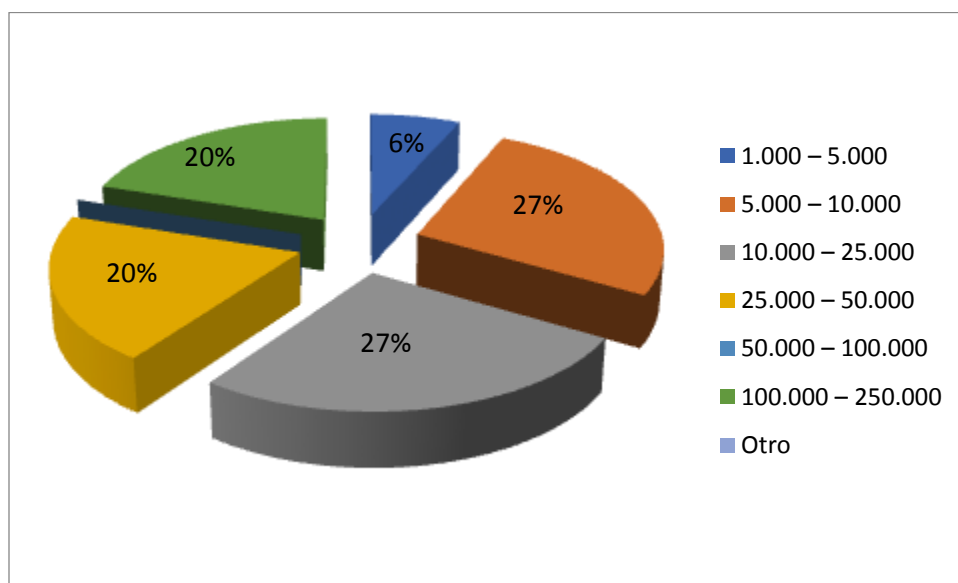


Figura 1. Cantidad de bandejas de huevo compradas mensualmente

Fuente. Autores del proyecto

En cuanto a las bandejas de huevo utilizado por los compradores mensualmente, se debe decir que el 27% compra entre 5.000 y 25.000, siendo un porcentaje alto, de otra parte un 20% de 25.000 a 50.000 y de 100.000 a 250.000

Tabla 2.*Modalidad para comprar los cartones de huevo*

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Individual	0	0
Rollo de Bandeja	15	100
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

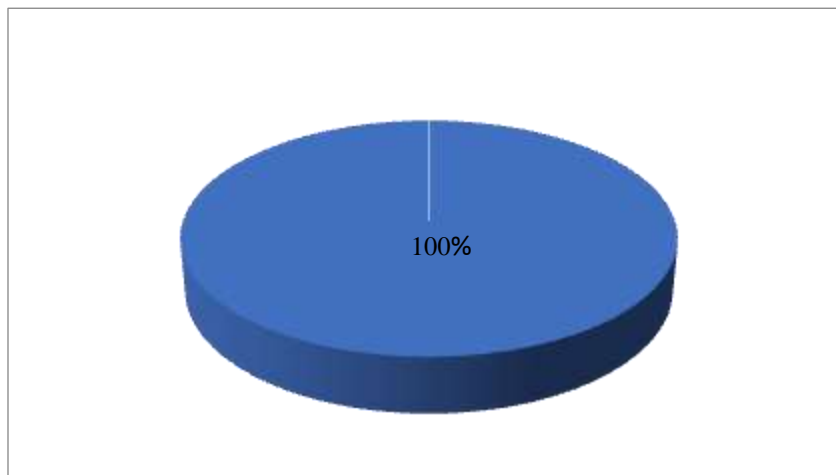


Figura 2. Modalidad para comprar los cartones de huevo.

Fuente. Autores del proyecto

En cuanto a la compra de los cartones de huevos la totalidad de los encuestados afirman, que para la adquisición de estos lo hacen siempre por rollos de bandeja, ya que de esta forma el costo es menor, y así tienen mayores ganancias y poca inversión.

Tabla 3.*Precio de compra de las bandejas de huevo*

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$100 – \$150	0	0
\$150 – \$200	4	27
\$200 – \$250	11	73
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

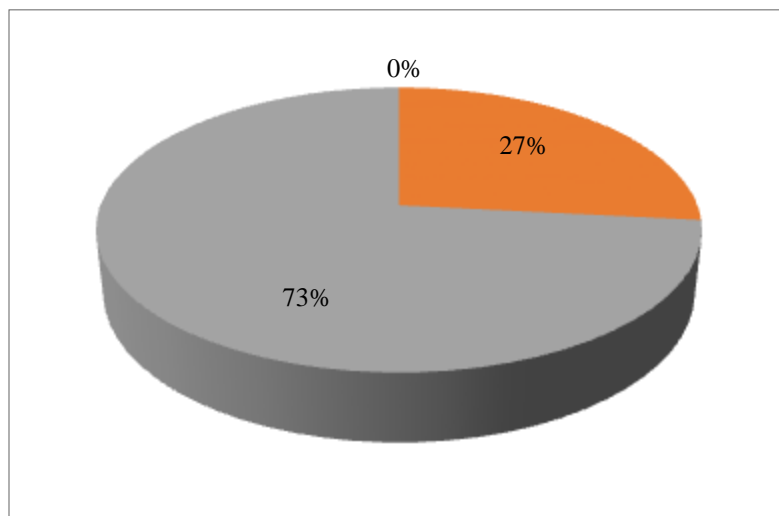


Figura 3. Precio de compra de las bandejas de huevo.

Fuente. Autores del proyecto

De acuerdo a la investigación realizada se debe decir que la mayoría de los encuestados es decir el 73%, compran entre \$200 y \$250 cada cartón, mientras que el restante 27% afirman que el valor de compra para ellos es de \$150 a \$200, siendo estos precios asequibles a los compradores.

Tabla 4.

Tipo de bandeja utilizada frecuentemente

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pequeña (Huevo pipo)	1	7
Mediana (Huevo AA)	11	73
Grande (Huevo jumbo)	0	0
Tipo A	3	20
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

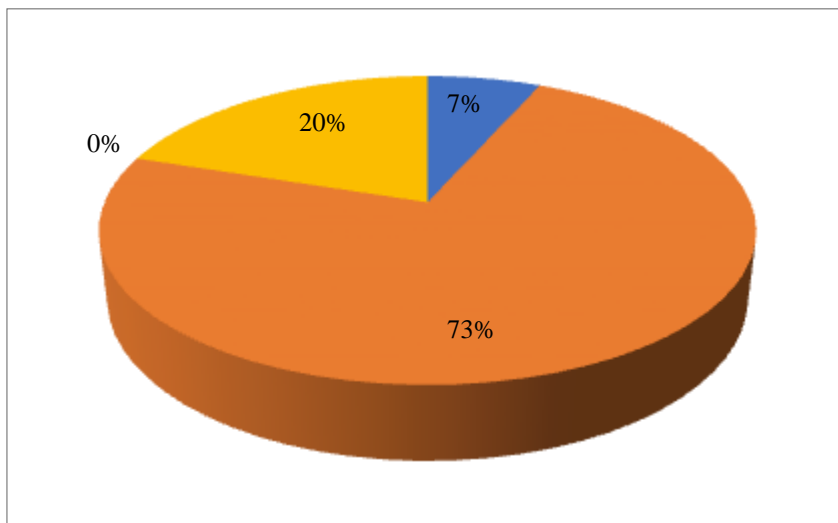


Figura 4. Tipo de bandeja utilizada frecuentemente.

Fuente. Autores del proyecto

En el mercado del comercio de huevo existen bandejas pequeñas, medianas, grandes y tipo A, de las que el 73% dicen que compran mediana huevo AA y el 20% tipo A, siendo estas que por tradición se compra, de acuerdo al tamaño del huevo producido en la zona.

Tabla 5.

Ciudad en la que compra las bandejas de huevo

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bucaramanga	9	60
Bogotá	0	0
Otra	6	40
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

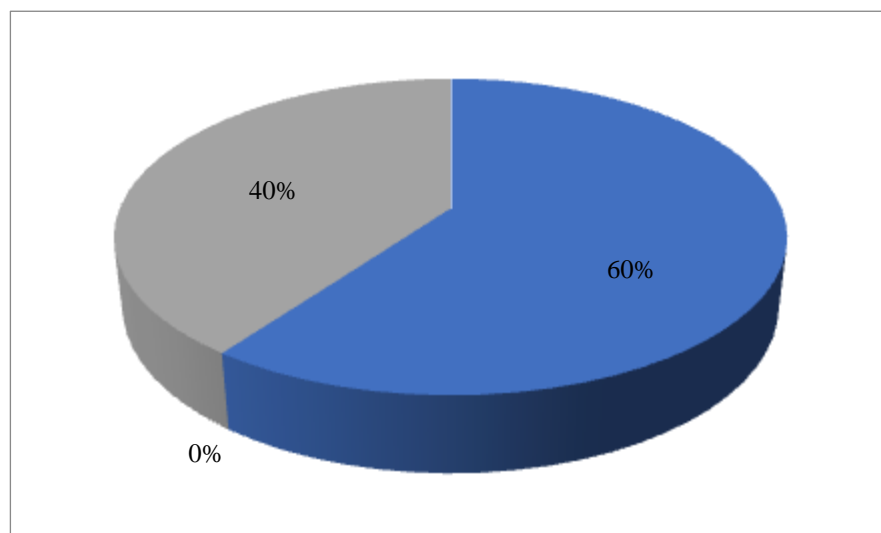


Figura 5. Ciudad en la que compra las bandejas de huevo.

Fuente. Autores del proyecto

Según la investigación la ciudad de Bucaramanga es el mayor proveedor de bandejas de huevo, según los encuestados el 60% las compran de dicha ciudad, de igual forma el 40% dicen comprarlas en otro tipo de ciudad diferente a la capital santandereana.

Tabla 6.

Características relevantes para escoger el proveedor de bandejas de huevo

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	4	27
Calidad	2	13
Resistencia	6	40
Durabilidad	0	0
Puntualidad	1	7
Todas	2	13
Otra	0	0
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

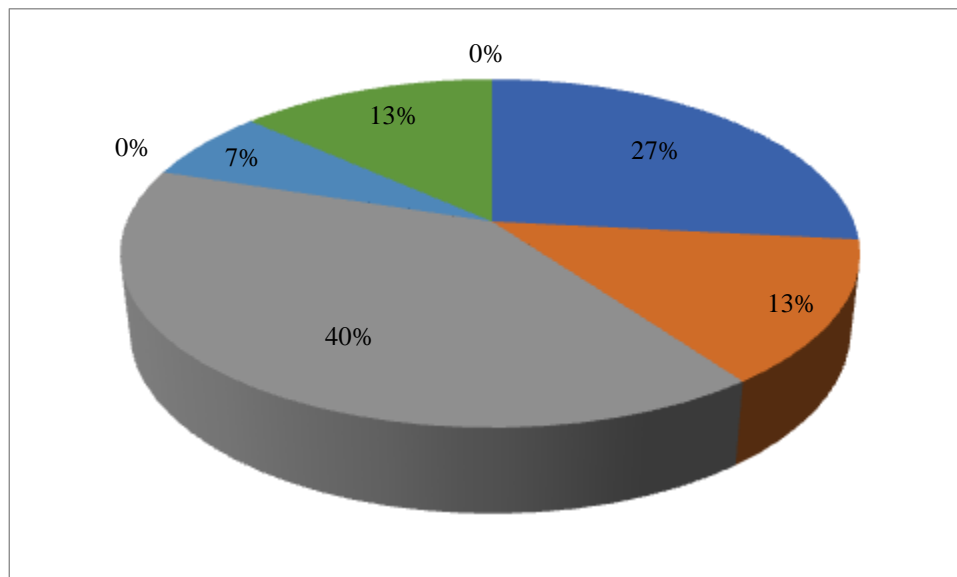


Figura 6. Características relevantes para escoger el proveedor de bandejas de huevo.

Fuente. Autores del proyecto

Teniendo en cuenta la encuesta aplicada a los 15 productores de huevo se pudo evidenciar que las características relevantes para comprar la bandeja de huevos, en un 40% es la resistencia, ya que de esta depende la protección del producto y buen estado en el que se le debe entregar al cliente, de otra parte el 27% dicen que el precio, siendo un factor muy importante por la afectación que este puede traer al costo del producto.

Tabla 7.

Frecuencia para realizar los pedidos

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	0	0
Semanal	0	0
Quincenal	6	40
Mensual	9	60
Otro	0	0
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

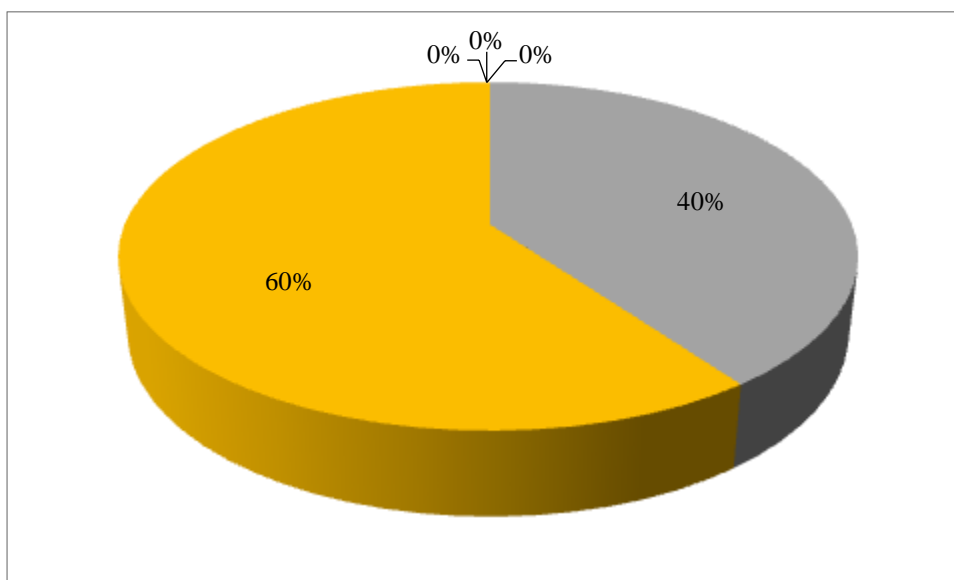


Figura 7. Frecuencia para realizar los pedidos.

Fuente. Autores del proyecto

El 60% de los encuestados afirman que la compra de los cartones de huevos la hacen de forma mensual y el 40% de forma quincenal, esto porque así compran por cantidades y el precio es menor, lo que les trae ganancias para la producción y comercialización.

Tabla 8.

Canal de distribución por el cual reciben el pedido de las bandejas de huevo.

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Proveedor	10	67
Distribuidor Mayorista	5	33
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

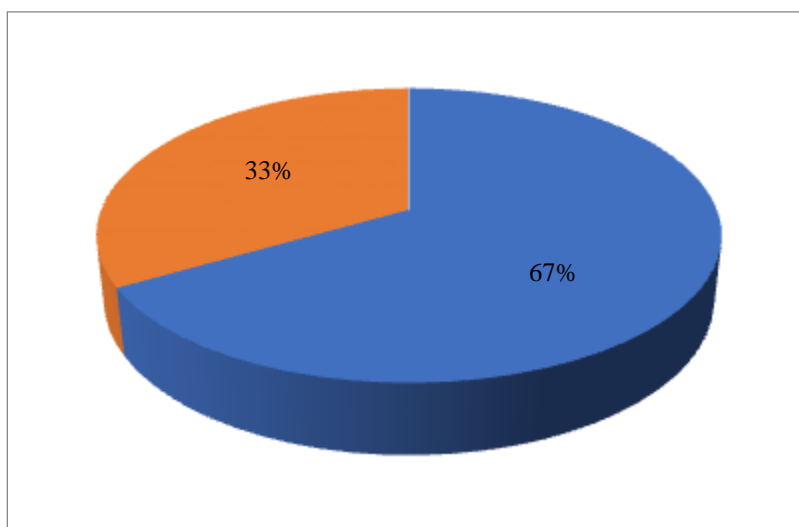


Figura 8. Canal de distribución por el cual reciben el pedido de las bandejas de huevo.

Fuente. Autores del proyecto

En cuanto al canal de distribución de las bandejas de huevo se debe decir que el 67% dicen que estas son entregadas directamente por el proveedor, lo que hace que la adquisición sea más cómoda y fácil, mientras que el 33% afirman que la compra la hacen a través del distribuidor mayorista, siendo este un menor porcentaje para la investigación.

Tabla 9.

Forma de pago más utilizada

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De contado	9	60
A crédito	3	20
Credi - contado	3	20
Otra	0	0
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

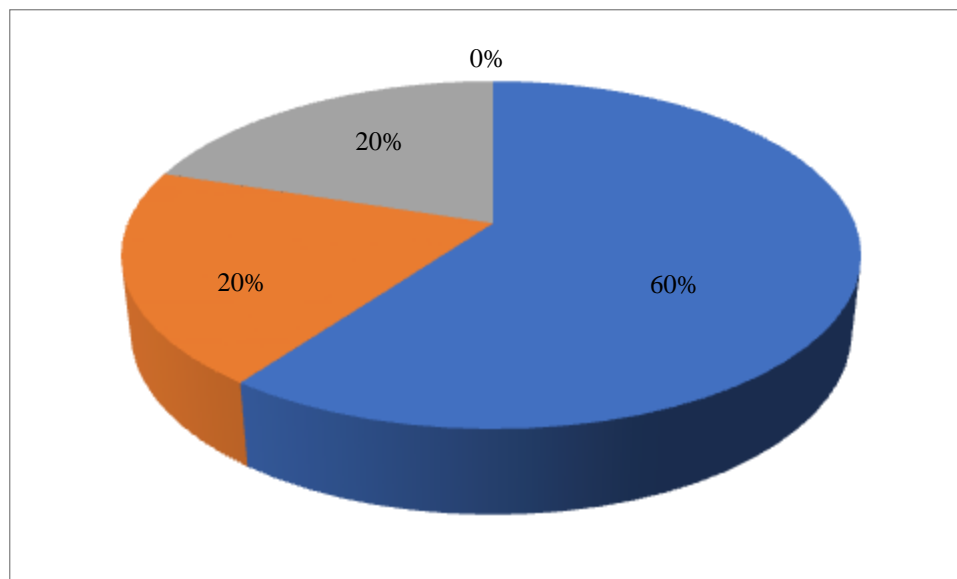


Figura 9. Forma de pago más utilizada.

Fuente. Autores del proyecto

En muchas ocasiones las empresas plantean cual es la mejor forma para cobrar a los clientes. El problema es que hay que tener en cuenta diferentes criterios, y según las circunstancias será mejor utilizar una u otra forma de pago es el efectivo, siendo este escogido por el 60% de los encuestados, afirman que siempre utilizan la forma de pago de contado, esto porque en muchas ocasiones tienen la posibilidad de descuentos, mientras que el 20% a crédito o credi-contado.

Tabla 10.

Disponibilidad de compra de la bandeja de huevo fabricada por medio de material reciclable

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100
No	0	0
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

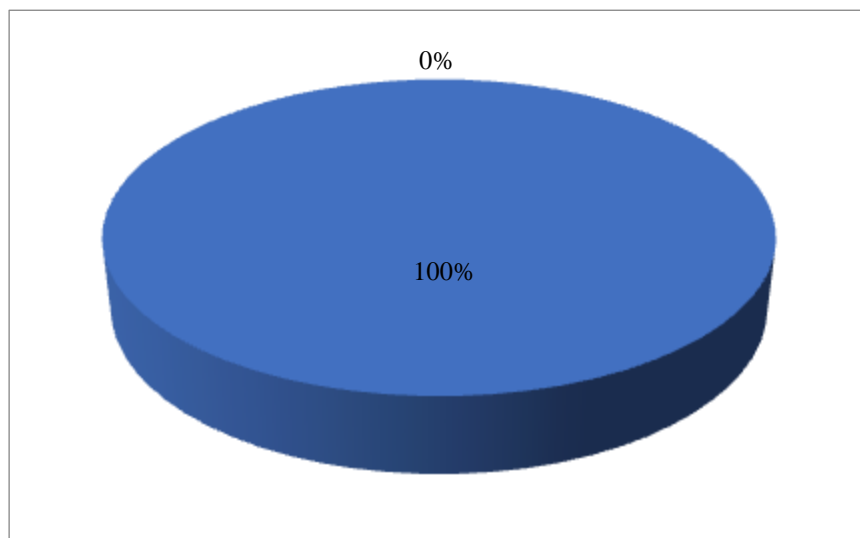


Figura 10. Disponibilidad de compra de la bandeja de huevo fabricada por medio de material reciclable.

Fuente. Autores del proyecto

La aceptación para la compra de bandeja de huevo fabricada por medio de material de reciclaje es del 100%, lo que es muy favorable para la empresa, ya que se evidencia en los productores de huevo, conciencia por el medio ambiente y la responsabilidad que se tiene por el cuidado del mismo.

Tabla 11.

Lugar para recibir los pedidos de las bandejas de huevo

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fábrica de producción	5	33
Granja Avícola	10	67
Otra	0	0
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

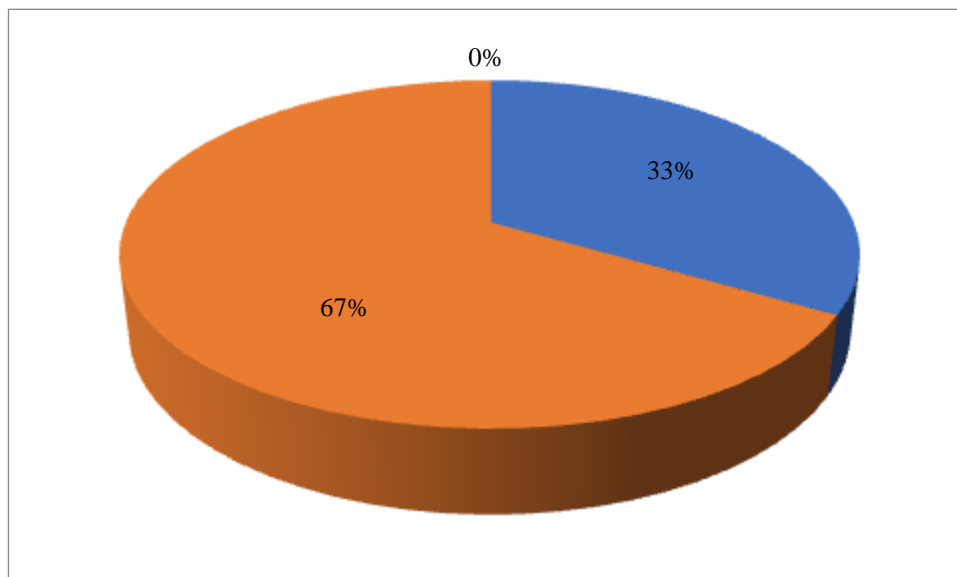


Figura 11. Lugar para recibir los pedidos de las bandejas de huevo.

Fuente. Autores del proyecto

Los productores de huevo mencionaron en la encuesta que el 67% de estos, reciben los pedidos en la granja avícola, por lo que no tienen la necesidad de pagar transporte para recibir dichas bandejas, mientras que el 33% las reciben en la fábrica donde las producen.

Tabla 12.

Lugar de ubicación de la fábrica productora de bandejas de huevo

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Ermita	4	27
Aguas Claras	10	67
Venadillo	1	6
Otra	0	0
TOTAL	15	100

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

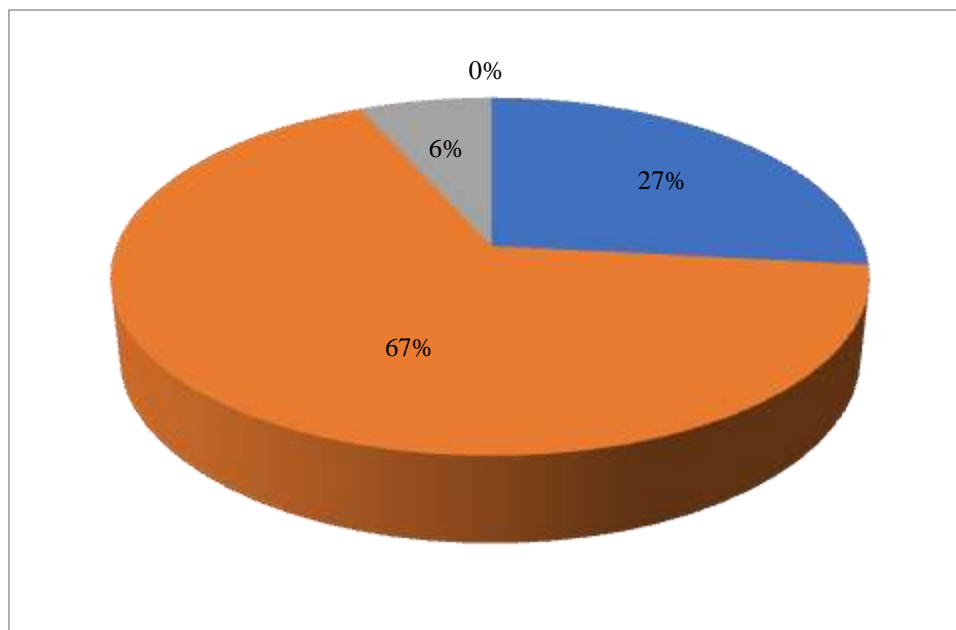


Figura 12. Lugar de ubicación de la fábrica productora de bandejas de huevo.

Fuente. Autores del proyecto

El lugar de ubicación de la fábrica es muy importante para los productores de huevo y es por esto que el 67% dicen que la zona adecuada es el corregimiento de Aguas Claras, por estar alejado de la ciudad y es un lugar de fácil acceso, mientras que el 27% dicen que La Ermita, aunque se debe considerar la opinión de la mayoría de productores, ya que se debe satisfacer las necesidades de los mismos.

Tabla 13.

Medios publicitarios a través de los cuales desearían darse a conocer el producto

ITEM - OPCION DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	6	40
TV	4	27
Periódico	1	6
Redes Sociales	2	13
Páginas Web	1	7
Otros	1	7
TOTAL	15	100 %

Nota. Fuente encuesta aplicada a los productores de huevo

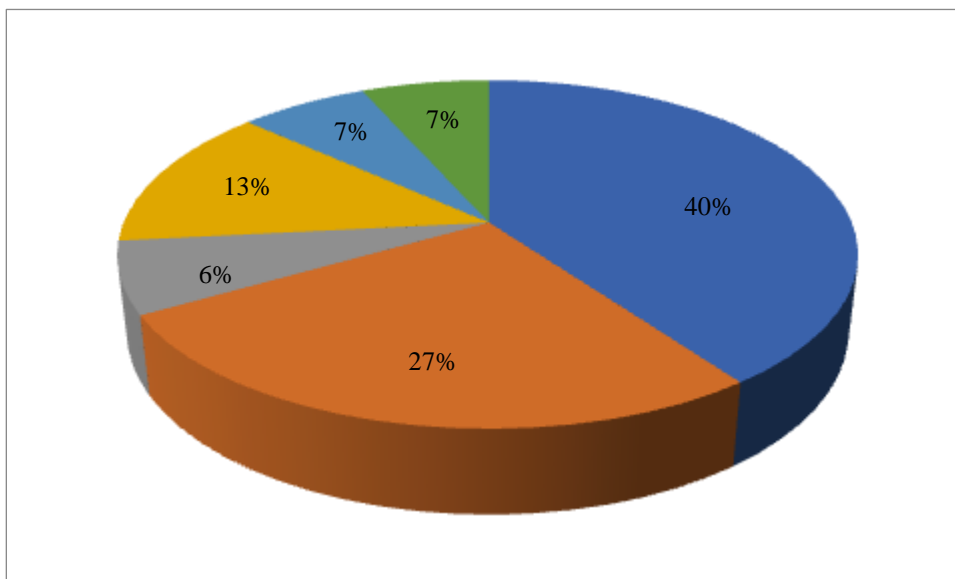


Figura 13. Medios publicitarios a través de los cuales desearían darse a conocer el producto.

Fuente. Autores del proyecto

Según los encuestados el medio de comunicación adecuado para la fábrica es la radio ya que esta llega a un mayor número de habitantes de la zona urbana y rural, de otra parte 27% dicen que es mejor la televisión siendo estos medios masivos de comunicación y el 13% por las redes sociales, estos anteriores medios fueron los más escogidos por los encuestados y en menor porcentaje periódicos, pagina web y otros.

4.1.4 Diagnóstico. En la década del 50 se ve una depresión significativa de la industria avícola, lo que obligó a realizar importaciones de carne y huevo para suplir la demanda interna de consumo de estos productos, siendo este el hecho por el cual el país conoció el huevo de cáscara blanca, yema pálida, sabor diferente y carne pálida y densa. Por lo cual a finales de los 60 se presenta un interés desbordante por parte de los productores, iniciando con más interés el

manejo y administración de sus planteles avícolas, con la introducción de técnicas modernas en aspectos como genética, alimentación, sanidad, instalaciones y equipos, los cuales fueron básicos para el desarrollo que hoy se observa en el sector (Gandur Ortega, 2013).

Colombia es número uno a nivel Andino en producción y comercialización, generando cerca de 240.000 empleos directos y 80.000 indirectos, sobresaliendo el departamento de Santander como el mayor productor del país. Por lo tanto en el negocio del huevo aparece la necesidad de introducir una verdadera reingeniería a la producción, puesto que exige una mayor inversión en activos de retorno de largo plazo como consecuencia de los altos precios de los granos en los últimos años y de una inelasticidad en el precio del producto, por lo cual productores que no entren oportunamente en esta órbita van a encontrar dificultades para crecer e incluso para sostenerse en el sector, contrario a aquellos que están a favor y crecen a tasas más elevadas que las previstas (Gandur Ortega, 2013).

De acuerdo a la investigación se debe decir que en la ciudad de Ocaña, las bandejas de huevo se compran de forma mensual, los cuales son comprados por rollos de bandeja, ya que de esta forma el costo es menor, y así tienen mayores ganancias y poca inversión.

De otra en el mercado del comercio de huevo existen bandejas pequeñas, medianas, grandes y tipo A, siendo el mayor proveedor de estas la ciudad de Bucaramanga y los compradores buscan características como son la resistencia y el precio, dichas compras se hacen de forma mensual.

En cuanto a la forma de pago la mayoría prefieren el contado y aceptan comprar la bandeja de huevo fabricada por medio de material de reciclaje, de igual forma los encuestados prefieren la radio como el medio de comunicación adecuado para dar a conocer el producto fabricado.

4.1.5 Análisis del mercado. El siguiente análisis del mercado, permite a la empresa, determinar el mercado potencial de sus clientes, en la ciudad de Ocaña.

Mercado objetivo. La empresa dirigirá su producción a los avicultores de la ciudad de Ocaña,

Estimación del mercado potencial. El concepto del mercado potencial, está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien, pero solo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio. Entonces, la demanda de un bien depende de las siguientes variables:

El precio del producto.

El nivel de ingreso del demandante.

El tamaño del mercado (Gerencia de proyectos, 2017).

Los gustos y la lealtad de marca del consumidor.

La existencia de sustitutos y la demanda derivada entre otros.

4.1.6 Estimación del segmento/ nicho de mercado (Tamaño y crecimiento). Esta estimación se determinó con la elaboración de las proyecciones a 5 años, de la producción y posible demanda que inicialmente producirá la empresa.

4.1.7 Capacidad de producción. Es la posibilidad máxima que tiene una empresa de producción para generar productos. La capacidad de producción es la habilidad para producir que tiene disponible la empresa de acuerdo a los recursos materiales, tecnológicos, humanos y el tiempo de trabajo, la capacidad de producción se calcula de dos formas, la capacidad máxima teórica, la cual es la capacidad ideal sin considerar factores que retrasen la producción y la capacidad normal o practica que tiene en cuenta todos aquellos factores que surgen diariamente durante la producción. Partiendo de la capacidad de producción que tendrá la empresa, se debe establecer la cantidad que se pueden ofrecer en el mercado (Organización FAO, 2017).

4.1.8 Estrategia. Mercadeo. Cada día el cliente se encuentra mejor preparado, en cuanto a la calidad, funcionalidad, la durabilidad y el buen gusto están totalmente ligados a sus exigencias. Por lo que se debe tratar de satisfacer el gusto y la exigencia de los productores de huevo.

Distribución. Los productos de la empresa, serán comercializados y distribuidos por medio de venta directa al consumidor.

Promoción. Con la publicidad, se quiere posicionar a la empresa, en la mente del consumidor, para generar una recordación de la marca y así captar una demanda potencial, generando unas utilidades considerables. El objetivo principal de la empresa será informar sobre este producto nuevo y crear una demanda primaria. Algunas de las estrategias de publicidad que se adoptarán serán:

Estrategias de posicionamiento. Con la implementación de esta estrategia, se tendrá como objetivo dar a la marca un lugar en la mente del consumidor, frente a las posiciones de la competencia, a través de asociarle el valor agregado del producto. Para la ejecución de la publicidad, se llevará a cabo un plan de publicidad de la siguiente manera: Teniendo en cuenta los datos obtenidos de la encuesta, se utilizará publicidad por radio, televisión y redes sociales, ya que la mayoría de los encuestados dijeron estar de acuerdo en recibir publicidad del producto por dichos medios.

4.1.9 Nombre. La empresa llevará por nombre “Empresa Kepafer Ocaña S.A.S, con el siguiente Logotipo.



Figura 14. Logotipo

Fuente. Autores del proyecto.

4.1.10 Determinación de los canales de distribución. El producto se distribuirá de la empresa al cliente, es decir la distribución describe una situación en la que el productor vende un producto directamente a un consumidor sin la ayuda de intermediarios.

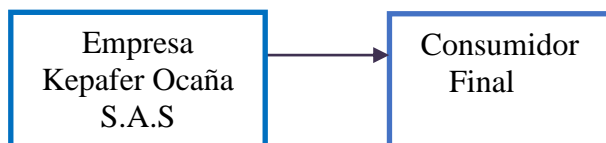


Figura 15. Canales de distribución

Fuente. Autores del proyecto

4.2 Estudio técnico para la elaboración de bandejas de huevo con material reciclado en el municipio de Ocaña, Norte de Municipio.

Con el presente análisis técnico, se determinará si para la Kepafer Ocaña S.A.S, es viable producir los cartones de huevo, con la calidad, cantidad y el costo requerido. Este estudio, permitirá diseñar la función de producción óptima que mejor maneje los recursos disponibles para obtener cada uno de los productos deseados.

4.2.1 Ficha técnica del producto. La ficha técnica, es un documento de manejo interno de la Empresa Kepafer Ocaña S.A.S, que en un sistema organizado y será la base para un adecuado control de calidad, lo que permitirá mantener un nivel de diferencia mínimo entre la calidad real y la calidad prevista (Duque Grisales, 2013).

La ficha técnica es un ejemplo práctico de medidas preventivas que promueven la producción más limpia a nivel empresarial. La finalidad de esta es ser práctica y didáctica, de manera que el empresario este en capacidad de implementarla. Esta ficha suministrará la información de forma clara, precisa y oportuna, ya que la transmisión de datos e instrucciones dentro de la compañía no puede ni debe llevarse a cabo de manera informal y ligera.

4.2.2 Localización. Macrolocalización. La elaboración de bandejas de huevo utilizando material reciclable será en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Microlocalización. Para llevar a cabo el proyecto y con ello su propósito, se tendrá en cuenta la zona industrial de la ciudad de Ocaña, vía que conduce a Aguas Claras.

4.2.3 Tamaño del Proyecto. El proyecto ha sido diseñado teniendo en cuenta la oportunidad de elaborar cartones de huevo por medio del material que se recicla en el municipio de Ocaña.

4.2.4 Descripción del proceso. Al momento de diseñar un producto para ser producido en cartones, los factores que deben tenerse en cuenta son: ángulo de desmolde, espesor de pared, y dimensiones. Cabe aclarar que no existen limitaciones en la profundidad más que las dadas por el tamaño máximo del porta-molde y los ángulos de salida. Dimensiones máximas del molde: 300 x 300 mm (aprox. para tecnologías actuales de gran escala). El menor ángulo de salida para las piezas es entre 5° y 7°, según especificaciones de los distintos fabricantes. El espesor de pared, está relacionado directamente con la función del producto.

Tipo-1: de pared gruesa productos, también conocida como de pared gruesa, suelen tener espesores de pared de $3 / 16$ " - $1 / 2$ ". La superficie acabada es moderadamente suave, al otro lado grueso. Definición del producto es moderada. Las aplicaciones típicas incluyen el bloqueo, soportes, amortiguación y apoyo.

Tipo-2: Transferencia de moldeado Transferencia de productos moldeados, también conocida como de pared delgada, por lo general tienen espesores de pared de $1 / 16$ " a $3 / 16$ ". Dos moldes son usados, el primero en la forma y la segunda a la transferencia, por lo tanto superficies frontal y posterior son relativamente suaves, y la precisión y definición del producto es buena. Tecnología de alta velocidad asegura moldeo por transferencia de alta capacidad y aplicaciones típicas incluyen cartones para huevos, bandejas de bebidas y frutas, productos electrónicos y otros artículos delicados.

Tipo-3: La fibra termoformado Se originan a partir de "curar en el molde" de tecnología de producción de piezas fuertes y bien definidos y de superficie lisa. Espesores de pared suelen oscilar entre $1 / 16$ " - $1 / 8$ ". Una vez formada la pasta se calienta capturado en moldes de la prensa y que más densificar el producto de pulpa moldeada. Las piezas son expulsados de los moldes se calienta en su estado final, no es necesario el secado al horno. Los usos son para aquellos que en alta definición y la apariencia son fundamentales. Procesado Han sido sometidos a un procedimiento secundario, además de los procesos de fabricación principales. El proceso secundario puede incluir morir, recubrimiento, impresión, troquelado, aditivos químicos, etc.



Figura 16. Diagrama de flujo

Fuente. Autores del proyecto

4.2.5 Requerimientos Físicos. Requerimientos de Maquinaria y Equipo. **La maquinaria y equipo para el inicio de las actividades de la empresa está representada en los siguientes elementos:**

1 Máquina formadora de cartones de huevo

1 Prensa para pacas de cartones

1 Báscula

1 Hidrómetro

4 Extintor

1 Carretilla

1 Báscula digital

4.2.6 Requerimiento de equipo de oficina. El equipo de oficina para la empresa es el **que a continuación se menciona:**

Dos Escritorio tipo oficina

Dos Computadores

Una impresora

Dos sillas ergonómicas

Cuatro sillas

Una sala

Un teléfono

Un archivador

4.2.7 Requerimiento de Recurso Humano. El personal requerido para el funcionamiento de la empresa es el que a continuación se enuncia:

Un gerente

Una secretaria

Cuatro (4) operarios

Un vendedor (a)

Un revisor fiscal

Un contador público

Una persona encargada del mantenimiento

4.2.8 Plano de la empresa

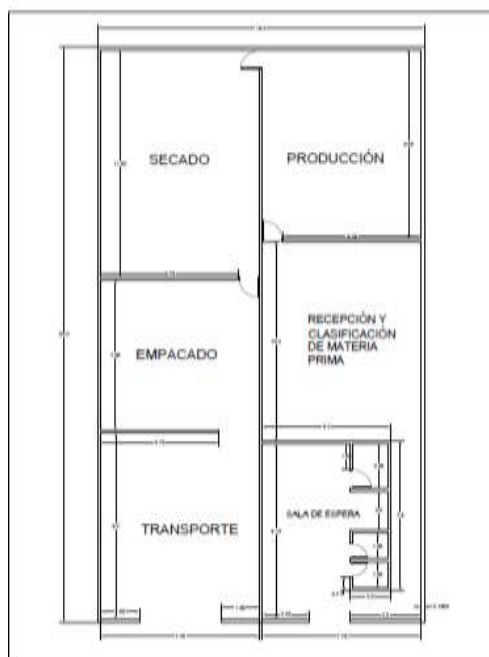


Figura 17. Plano

Fuente. Autores del proyecto

4.3 Estudio administrativo y legal para organizar la dirección estratégica de la empresa.

4.3.1 Modelo administrativo. Es fijar los parámetros sobre los cuales se va a basar una empresa de calidad en lo que pretende hacer y las metas que se quieren alcanzar. Es así como se relaciona a continuación la clase de empresa, la misión, visión, principios, recursos humanos, organigrama, manual de funciones, aspectos internos de trabajo y marco legal, los cuales son ejes fundamentales en la puesta en marcha y buen funcionamiento de cualquier empresa.

4.3.2 Cultura organizacional. Es un grupo complejo de valores, tradiciones, políticas, supuestos, comportamientos y creencias esenciales que se manifiesta en los símbolos, los mitos, el lenguaje y los comportamientos y constituye un marco de referencia compartido para todo lo que se hace y se piensa en una organización. Por ser un marco de referencia, no atiende cuestiones puntuales, sino que establece las prioridades y preferencias acerca de lo que es esperable por parte de los individuos que la conforman (TPM, 2017).

4.3.3 Misión. Somos una empresa industrial y comercial dedicada a la elaboración de bandejas de huevo, la cual busca satisfacer las necesidades del mercado local y regional, basados en el cuidado del medio ambiente mediante el aprovechamiento y reutilización de materiales reciclados para fabricar nuestro producto.

4.3.4 Visión. Ser una empresa líder en el mercado local y regional de bandejas de huevo fabricadas con material reciclable, innovadoras y de óptima calidad, creando fidelidad y confianza en nuestros clientes.

4.3.5 Principios. Responsabilidad Social. Conocemos nuestro trabajo, por lo cual respondemos a las necesidades de nuestros clientes potenciales.

Creatividad e Innovación. Se aprecian en la práctica de técnicas innovadoras como lo es la reutilización de materiales reciclados, garantizando un producto de buena calidad.

Trabajo en Equipo. Compartimos conocimientos, experiencias y esfuerzos, aportando lo mejor de cada uno, asumiendo responsabilidades para la consecución de las metas propuestas.

Compromiso. Todo el personal se encuentra involucrado y convencido que la ejecución y seguimiento a los procesos llevados a cabo en la empresa, asegura resultados esperados.

Competitividad. Nos esforzamos en la mejora continua de nuestros procesos productivos e impulsamos la formación y el desarrollo integral de todo el capital humano.

4.3.6 Políticas. Una política organizacional, política de empresa o política empresarial es un deliberado sistema de principios para orientar la toma de decisiones y lograr resultados racionales. Una política es una declaración de intenciones, y es implementado como un procedimiento o protocolo. Las políticas son generalmente adoptadas por el Junta u órgano de

gobierno de alto nivel dentro de una organización, mientras que los procedimientos o protocolos serían desarrollados y adoptados por altos funcionarios del ejecutivo. Las políticas pueden ayudar a la toma de decisiones tanto subjetivas y objetivas. Las políticas para ayudar en la toma de decisiones subjetivas suele ayudar a la alta gerencia a decidir los méritos relativos que deben considerarse en una serie de factores antes de tomar decisiones y, como resultado, a menudo son difíciles pruebas objetivas, por ejemplo, la política de conciliación de la vida. En contraste, las políticas que ayudan en la toma de decisiones objetivas generalmente son operativas en naturaleza y pueden ser probadas objetivamente por ejemplo, la política de contraseñas (Stone, 2008).

Políticas de calidad. En la empresa, fabricamos y comercializamos bandejas de huevo, buscando la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, a través de una gestión oportuna y de calidad.

Mejoramos continuamente nuestros procesos, productos y servicios, apoyados en un recurso humano competente, en una infraestructura acorde a las exigencias del mercado y en la consecución de materiales confiables.

Políticas empresariales. Capacitar permanentemente a los empleados de la empresa.
Capacitar a los funcionarios en atención al cliente y relaciones humanas.

Poner en marcha mecanismos de motivación, comunicación, toma de decisiones y liderazgo dentro de la empresa.

Protección al medio ambiente.

Buscar la satisfacción de los clientes garantizando la calidad de las materias primas.

La recuperación y entrega oportuna de los productos, de manera que satisfagan las necesidades de precio, uso y responsabilidad ambiental.

Construcción de una cultura empresarial con clientes y proveedores, a los cuales se busca mejorarles la calidad de vida.

Política de financiera. Mantener un fondo fijo para gastos menores, consignar el dinero recibido por ventas al día siguiente en la cuenta bancaria de la empresa, este procedimiento se hace por seguridad y por un mejor control de los recursos.

Política de cartera. La empresa tiene como política de crédito a sus clientes más fieles entre 30 y 60 días, pero en lo posible busca hacer las ventas de contado.

Política de pagos. La empresa, para realizar sus pagos de todas las compras ha optado por pagar siempre de contado.

Política ambiental. La empresa tiene el compromiso de integrar los compromisos ambientales a los propósitos generales de la empresa contribuyendo a la protección y conservación del medio ambiente como parte integral de sus actividades, procesos y productos; haciendo uso eficiente de los recursos naturales, minimizando los impactos significativos generados por la actividad.

Política de talento humano. La empresa, tiene el compromiso de integrar personal capacitado, teniendo como criterios de selección la experiencia y la calidad de la persona, serán contratadas por un mínimo, cuentan con un contrato a término indefinido. Además del salario

legal cuenta con todo lo que exige el Código Sustantivo de Trabajo, con bonificaciones e incentivos por la realización de determinadas tareas con el fin de motivar al personal para realizar de una mejor manera su tiempo.

4.3.7 Recursos humanos. Es importante entender que lo que busca el proyecto es elaborar cartones de huevo utilizando material reciclable, que éste sea el punto de partida para una empresa factible y prospera. Como bien es sabido, el recurso humano es el pilar fundamental de toda organización y de su rendimiento y productividad depende la eficacia de la empresa a la hora de fabricar los cartones de huevo, en este caso. Se espera que con este estudio, se pueda llevar a cabo la empresa y así llegar a ser el producto pionero del portafolio que ofrecen los demás proveedores, satisfaciendo necesidades, gustos y preferencias de los clientes y que logre posicionar en el mercado un producto de la región, innovador y con alto valor de cuidado del medio ambiente.

4.3.8 Organigrama. El organigrama queda conformado de la siguiente manera:

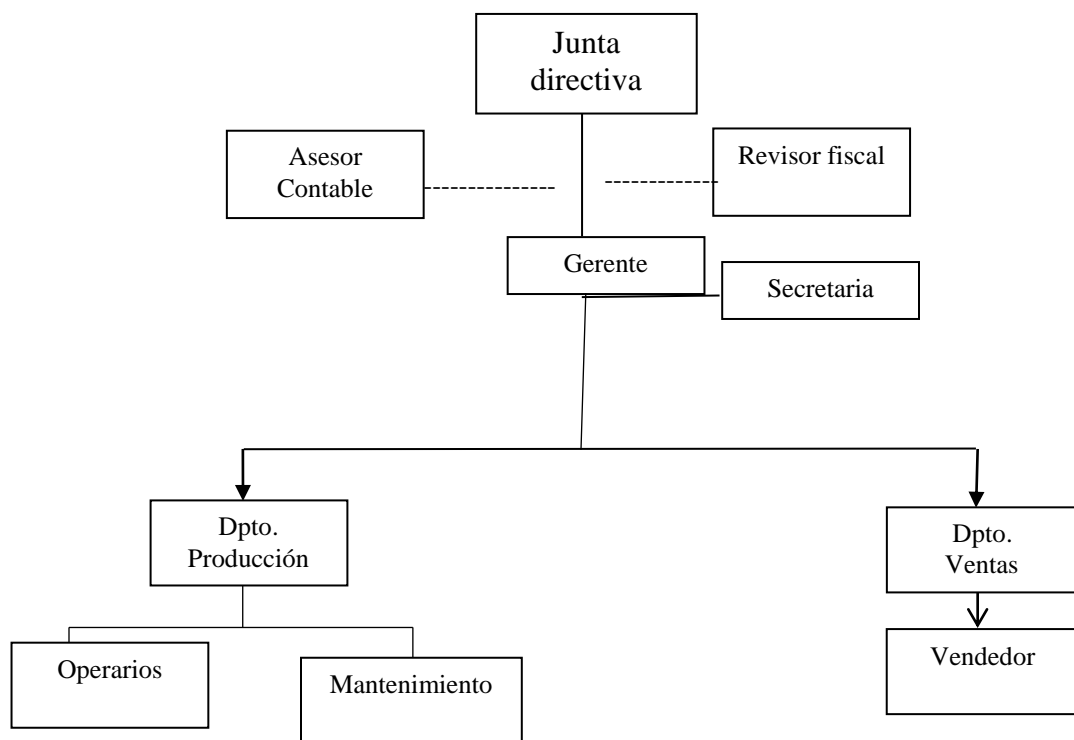


Figura 18. Organigrama

Fuente. Autores del proyecto

4.3.9 Manual de funciones. Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser

elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión

Así queda estipulado el manual de funciones.

Tabla 2.

Manual de funciones

I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Junta Directiva
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, vicepresidente, Tesorero, Secretario y un vocal y su suplente, elegido para un periodo de dos (2) años a partir de la fecha de elección.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Designar los dignatarios a su interior Dictar su propio reglamento y los demás reglamento internos de la entidad Delegar en el representante legal o cualquier otro funcionario, las funciones que estime convenientes Crear los empleos que crea necesario para el buen funcionamiento de la empresa Autorizar en el representante legal para comprar, vender o grabar bienes y celebrar contratos cuyo valor sea pertinente y conveniente al bien de la empresa, cuya cuantía no sea superior a 950 salarios mínimos legales mensual vigentes Examinar y aprobar o improbar el balance anual, el presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para poner en vigencia el primero de enero del año siguiente y los diferentes proyectos y estudios que le presentan a su consideración el presidente Decidir sobre la participación de la empresa en otras entidades, cualquiera que sea su naturaleza jurídica. Examinar cuando lo estime a bien, los libros, documentos y caja de la entidad Crear las obras sociales que juzgue necesarias y convenientes y aprobar o improbar el plan de actividades de las obras sociales concernientes a la vejez a la niñez desamparada. Las demás que le puedan corresponder por los presentes estatutos o reglamentos y en general todas aquellas que no estén asignadas a otro órgano.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Revisor Fiscal

Tabla 14. (Continuación)

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

El Revisor Fiscal es un delegatario de los socios para ejercer inspección permanente a la administración y validar los informes que está presente, debiendo rendir informes a los mismos en las reuniones. El Revisor Fiscal es un auditor que no puede ser encasillado en forma exacta en alguna de las categorías establecidas en la Unidad Dos, puesto que tiene características de unas y otras, encuadrándose solamente en la de auditoría integral aunque no de manera perfecta. El Revisor Fiscal realiza un examen crítico y sistemático del sistema de información financiera de la sociedad, utilizando técnicas y procedimientos de auditoría, el cual culmina con la emisión de una opinión independiente sobre la razonabilidad de los estados financieros, los cuales autentifica con su firma bajo la figura de la Fe Pública. Además del examen anterior, el Revisor Fiscal realiza también un examen crítico y sistemático del sistema de información administrativo, que conlleva a la rendición de una opinión independiente sobre la gestión administrativa, la correspondencia y el control interno de la sociedad y el apego de las operaciones a la normatividad interna y externa.

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Cerciorarse de que las operaciones que se celebren o cumplan por cuenta de la empresa se ajustan a las prescripciones de los estatutos, a las decisiones de la asamblea general y de la junta directiva.

Dar oportuna cuenta, por escrito, a la asamblea o junta de socios, a la junta directiva o al gerente, según los casos, de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de la sociedad y en el desarrollo de sus negocios.

Colaborar con las entidades que ejercen la inspección y vigilancia de la empresa y rendirles los informes a que haya lugar o le sean solicitados.

Velar por que se lleven regularmente la contabilidad de la empresa y las actas de las reuniones de la asamblea, de la junta directiva, y por qué se conserven debidamente la correspondencia de la empresa y los comprobantes de las cuentas, impartiendo las instrucciones necesarias para tales fines.

Inspeccionar asiduamente los bienes de la empresa y procurar que se tomen oportunamente las medidas de conservación o seguridad de los mismos y de los que ella tenga en custodia a cualquier otro título.

Impartir las instrucciones, practicar las inspecciones y solicitar los informes que sean necesarios para establecer un control permanente sobre los valores sociales

Autorizar con su firma cualquier balance que se haga, con su dictamen o informe correspondiente.

Convocar a la asamblea o a la junta directiva a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue necesario.

Cumplir las demás atribuciones que le señalen las leyes o los estatutos y las que, siendo compatibles con las anteriores, le encomiende la asamblea o junta directiva.

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo	Gerente
Dependencia	Dirección administrativa
Jefe inmediato	Junta directiva

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Ejercer las Funciones de representante legal de la empresa

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Coordinar todas las labores de la empresa, velar porque se cumplan la Ley, los presentes estatutos y los Reglamentos de la empresa.

Propender por el logro de los objetivos de la empresa, actuando siempre en colaboración y armonía con la Junta Directiva.

Representar judicial y extrajudicialmente a la entidad y designar los apoderados correspondientes.

Presidir las reuniones generales de la Junta directiva.

Solicitar informes y nombrar comisiones y/o comités que sean necesarios, reglamentar su funcionamiento, integrales y señalar los honorarios dentro de sus miembros cuando fuere necesario

Transigir, conciliar, desistir y renovar los actos o negocios jurídicos que tuviere la empresa con terceros a estos con ella, de conformidad con la Junta Directiva.

Presentar un informe trimestral sobre la marcha de la empresa.

Tabla 14. (Continuación)

Elaborar y sustentar el proyecto de presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para someterlo a la consideración de la Junta Directiva antes del 30 de noviembre de cada año para iniciar su vigencia al primero de enero del año siguiente.	
Nombrar, remover y decidir sobre las renunciaciones y licencias de los funcionarios no directivos y colaboradores temporales de la entidad y asignarles su salario u horario dentro de los rangos fijados por la Junta directiva.	
Cumplir con las demás funciones que le asignen la Ley, la Junta Directiva y los presentes estatutos.	
IV. NIVELES DE AUTORIDAD	
Se siguen las directrices de la Junta Directiva y Asamblea General	
V. PERFIL	
Profesional en administración de empresas, cuatro (4) años en nivel directivo, conocimiento de procesos comerciales, contractuales, financieros, administrativos y operativos en empresas productoras.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Secretaria
Dependencia	Dirección administrativa
Jefe inmediato	Junta directiva
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender a las necesidades de orden administrativo de la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Llevar y mantener actualizados los documentos administrativos de la empresa de conformidad con las normas expedidas por la autoridad competente	
Organizar y ejecutar las actividades de registro de depuración, presentación y sustentación administrativas	
Garantizar la organización de documentos y actas administrativas.	
Velar por el cuidado y protección legal de los recursos de la empresa	
Administrar y operar los procesos sistematizados de la empresa	
Preparar y rendir informes administrativos.	
Llevar y mantener actualizada la contabilidad	
Administración y operar los procesos sistematizados y automatizados de la información contable	
Preparar y suministrar informes contables	
Realizar las conciliaciones bancarias	
Registrar las operaciones contables de la empresa	
Mantener los estados financieros listos para las revisiones	
Informar sobre la gestión contable	
IV. NIVELES DE AUTORIDAD	
Se siguen las directrices del gerente	
V. PERFIL	
Tecnólogo en administración comercial y financiera, experiencia de un año en cargos similares, conocimientos en la preparación de informes, buena presentación, excelentes relaciones humanas.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Asesor contable
Dependencia	Junta directiva
Cargo del jefe inmediato	Quien ejerza la supervisión directa
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender a las necesidades de orden contable en la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	

Tabla 14. (Continuación)

Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para la empresa.

Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por la empresa.

Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.

Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional, a los esté obligado.

Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.

Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.

Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.

Presentar los informes que requieran la Junta Directiva, el Gerente, el Revisor Fiscal y los asociados, en temas de su competencia.

Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido

Las demás que le asignen los Estatutos, reglamentos, normas que rigen para la empresa.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices de la junta directiva y gerente.

V. PERFIL

Profesional en el área de Contaduría Pública, experiencia de un año, la persona que aspire a desempeñar el cargo deberá ostentar altas calidades morales y profesionales

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo	Vendedor
Dependencia	Departamento comercial
Cargo del jefe inmediato	Director administrativa

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Atender a las necesidades de ventas de la empresa

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Realizar planes de comercialización.

Mercadeo y actitud mental hacia la orientación y satisfacción del cliente.

Aplicar estrategias de marketing como incremento de clientes.

Control permanente tanto de la promoción como de la venta del producto.

Establecer mercados objetivos.

Atención y servicio al cliente.

Cumplir con las metas mensuales de venta.

Despachar las mercancías correspondientes a los respectivos clientes.

Ejecutar las órdenes del gerente respecto a su área.

Realizar negocios dentro del giro ordinario de su actividad con clientes.

Representar comercialmente a la empresa.

Rendir periódicamente al gerente informes relativos a su gestión.

Ejercer las demás funciones que le sean asignadas y sean afines a su cargo.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices de la junta directiva y gerente.

V. PERFIL

Tecnólogo en administración comercial y financiero

Experiencia mínimo de un años en cargos afines

Excelente presentación y manejo de clientes.

Tabla 14. (Continuación)

I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Operario
Dependencia	Departamento de producción
Cargo del jefe inmediato	Dpto. Producción
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender a las necesidades de producción de la empresa	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<p>Encargado de él proceso elaboración de las bandejas</p> <p>Manipular adecuadamente herramientas y máquinas a su cargo.</p> <p>Responder por la labor desempeñada con entusiasmo y honradez.</p> <p>Realizar órdenes provenientes de su superior inmediato.</p> <p>Cumplir con las metas diarias de producción.</p> <p>Realizar de manera idónea la labor encomendada.</p> <p>Realizar mantenimiento preventivo a sus herramientas de trabajo.</p> <p>Colaborar con los operarios de costura cuando es requerido.</p> <p>Formular recomendaciones tendientes al logro de mejoras en producción.</p> <p>Contribuir con eficiencia y eficacia en la ejecución de los procesos en los que se encuentra comprometidos.</p> <p>Cumplir las funciones que sean delegadas y confiadas por su jefe directo.</p> <p>Comunicar a la administración cualquier novedad que se presente.</p> <p>Ejercer las demás funciones que le sean asignadas.</p>	
IV. NIVELES DE AUTORIDAD	
Seguir las directrices de la junta directiva, jefe de producción y gerente.	
V. PERFIL	
<p>Estudiante bachiller, mayor de edad, experiencia de un año</p> <p>Dos años de experiencia</p>	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Mantenimiento
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender las actividades de mantenimiento de maquinaria	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<p>Planifica las actividades del personal a su cargo.</p> <p>Asigna las actividades al personal a su cargo.</p> <p>Coordina y supervisa los trabajos de instalación de sistemas.</p> <p>Supervisa el mantenimiento de las máquinas.</p> <p>Ordena y supervisa la reparación de equipos.</p> <p>Estima el tiempo y los materiales necesarios para realizar las labores de mantenimiento y reparaciones.</p> <p>Elabora notas de pedidos de materiales y repuestos.</p> <p>Suministra al personal los materiales y equipos necesarios para realizar las tareas asignadas.</p> <p>Rinde información al jefe inmediato, del mantenimiento y las reparaciones realizadas.</p> <p>Efectúa inspecciones de las instalaciones para detectar fallas y recomendar las reparaciones pertinentes.</p> <p>Planifica, coordina y controla el mantenimiento preventivo y correctivo de equipos y sistemas eléctricos, electrónicos y/o mecánicos.</p> <p>Controla las horas de sobretiempo de los trabajadores.</p> <p>Controla y registra la asistencia y permiso del personal a su cargo.</p> <p>Inspecciona el progreso, calidad y cantidad de trabajos ejecutados.</p>	

Tabla 14. (Continuación)

Supervisa y controla el personal a su cargo.
Evalúa el personal a su cargo.
Detecta fallas, dificultades y/o problemas que se presenten durante la ejecución del trabajo y decide la mejor solución.
Tramita requisiciones de materiales de mantenimiento y reparaciones.
Estima el costo de las reparaciones necesarias.
Prepara órdenes de ejecución de trabajo.
Adiestra al personal a su cargo sobre los trabajos a realizar.
Atiende las solicitudes y reclamos por servicio, mantenimiento y reparaciones, e imparte las correspondientes órdenes para la solución de éstos problemas.
Elabora y presenta los reportes estadísticos referidos a aspectos de su competencia.
Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Nota: Fuente. Autor del proyecto

4.3.10 Reglamento Interno de Trabajo. El reglamento interno de trabajo es un documento de suma importancia en toda empresa, debido a que se convierte en norma reguladora de las relaciones internas de la empresa con el trabajador, siempre que no afecte los derechos mínimos del trabajador, es una herramienta indispensable para resolver los conflictos que se llegaren a presentar dentro de la empresa, y es tan importante que si no existiera, sería muy difícil sancionar a un trabajador por algún acto impropio, puesto que no habría ninguna sustentación normativa o regulatoria que ampare una decisión sancionatoria.

Empresa Kepafer Ocaña S.A.S

CAPITULO I

Artículo 1. El presente reglamento interno de trabajo prescrito para la Empresa Kepafer Ocaña S.A.S. Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, a sus disposiciones quedan sometidos tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de

los contratos individuales de trabajo que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo, solo pueden ser favorables al trabajador.

CAPITULO II

Artículo 2. Quien aspire a tener un puesto deberá presentar hoja de vida acompañada de los siguientes documentos: Libreta militar y cédula de ciudadanía según el caso. Certificado de su estado de salud. Además, debe presentar pruebas escritas de acuerdo a su cargo y respectiva entrevista.

Periodo de prueba.

Artículo 3. Todos los contratos de trabajo a término indefinido firmados en la Empresa Kepafer Ocaña S.A.S, tienen un periodo de prueba de sesenta (60) días.

Artículo 4. El periodo de prueba debe ser el estipulado por escrito, y en caso contrario, los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

Artículo 5. Durante este período, tanto la Empresa Kepafer Ocaña S.A.S como la persona pueden tomar la decisión de terminar el contrato sin ninguna justificación y sin reconocer ni el preaviso, ni la indemnización correspondiente.

PARÁGRAFO. Cuando la Empresa Kepafer Ocaña S.A.S es quien toma la decisión de no continuar con el contrato de trabajo, se le debe notificar al empleado a más tardar el día anterior a la finalización del periodo de prueba. A pesar de que la empresa no tiene que justificar

su decisión, es necesario que la hoja de vida del empleado se archive y la evaluación final que sustente la razón de la terminación del contrato.

CAPITULO III.

Trabajadores accidentales o transitorios.

Artículo 6. No tienen el carácter de trabajadores, propiamente dicho de la empresa, sino trabajadores accidentales que se ocupen de labores de corta duración no mayor de un (1) mes, los cuales no tienen derecho a prestaciones sociales.

CAPITULO IV.

Del horario de trabajo

Artículo 7. La jornada ordinaria de trabajo se extenderá desde las 8:00 AM a 12:00 M y 2:00 PM a 6:00 PM, cada empleado laborará dentro de este horario, ocho (8) horas diarias, de acuerdo a lo estipulado por la ley.

PARÁGRAFO. El horario de trabajo podrá ser modificado por la empresa, de acuerdo a sus necesidades pero no excederá la jornada máxima legal.

Artículo 8. Quedan exceptuados del anterior horario, los trabajadores que desarrollen actividades continuas.

Artículo 9. No habrá limitaciones de jornada para quienes desempeñen cargos directivos de confianza por manejo.

CAPITULO V.

Artículo 10. El trabajador diurno es el comprendido entre las ocho (8) a doce (12) de la mañana y entre las dos (2) y seis (6) de la tarde.

Artículo 11. El trabajo suplementario o de horas extras es el que excede la jornada ordinaria y en todo caso el que excede lo máximo legal; solo se trabajará ocho horas diarias.

CAPITULO VI.

Días de trabajo legalmente obligatorios.

Artículo 12. Serán de descanso obligatorio remunerado los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral, a la vez los empleados están en la obligación de laborar 48 horas semanales, según el Código Sustantivo de Trabajo, específicamente en el artículo 161.

Artículo 13. La Empresa Kepafer Ocaña S.A.S, solo remunerará el descanso dominical a trabajadores que hayan prestado sus servicios en todos los días laborales y que si han faltado lo hayan hecho por justa causa.

Artículo 14. Los trabajadores que habitualmente tengan que laborar el día de descanso remunerado, gozaran de un descanso compensatorio.

Artículo 15. El descanso compensatorio se dará en otro día laborable de la semana siguiente.

Vacaciones remuneradas.

Artículo 16. Todo empleado por horas o contrato de salario mensual tiene derecho a quince (15) días hábiles de vacaciones, de acuerdo con la ley, cada vez que cumple un año de trabajo continuo dentro de la empresa.

Artículo 17. El empleado podrá solicitar sus vacaciones a partir del momento en que las cumple y dentro del año siguiente hasta el nuevo aniversario.

Artículo 18. El representante legal será el responsable de hacer la programación de vacaciones de todos los empleados de manera que se cumpla individualmente con la ley y la necesidad del descanso y se tengan en cuenta las necesidades del personal. Esta programación debe tener en cuenta entonces factores como: La fecha de aniversario de cada empleados. El deseo y la necesidad del empleado de tomar sus vacaciones dentro de la fecha más cercana posible a su aniversario. Las necesidades de la empresa en general de dejar cubiertos todos los puestos de trabajo. Es potestad de la fundación otorgar las vacaciones en una fecha que idealmente cumpla con todos los requisitos.

Artículo 19. La programación deberá hacerse anualmente de (enero a diciembre) y revisarse semestralmente (junio) y pasarse al supervisor o en su defecto al director ejecutivo para su aprobación. La aprobación de esta programación o los cambios respectivos deben ser comunicados por el director ejecutivo a cada uno de los empleados en lo que a él interesa personalmente. Esa programación se respetará salvo circunstancias excepcionales en cuyo caso, tanto la empresa como el empleado avisarán la otra parte con anticipación del cambio, y se hará la nueva programación para la fecha siguiente más cercana posible.

Artículo 20. Mensualmente antes de las fechas previstas para entrega de informes que afecta la nómina del gerente o administrador deberá pasar el formato de vacaciones, especificando exactamente las fechas de toma de las vacaciones y el número total de los días previamente probados.

Artículo 21. En ningún caso las vacaciones son acumulables de un año a otro. De acuerdo con la ley de no tomar mínimo seis (6) días hábiles continuos se pierde el derecho a estas. Cualquier excepción debe ser justificada ante el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, razón por la cual solo en caso de fuerza mayor, podrá ser aprobada por el director ejecutivo.

Artículo 22. Las vacaciones se cuentan de acuerdo con el horario habitual de cada empleado, es decir, se cuentan los días hábiles de lunes a viernes. No se contarán ni los domingos ni los festivos como días hábiles.

Artículo 23. La base para el cálculo del pago de vacaciones del personal que trabajara por horas es el promedio mensual de lo devengado en doce (12) meses anteriores a la fecha de salida. Todas las vacaciones se pagaran a través de la nómina en el mes correspondiente.

Artículo 24. Para el personal con salario mensual se tomara el sueldo que esté devengando en el momento en que sale a disfrutar de sus vacaciones. Para los empleados que devengan salario integral se calcula el pago sobre el cien por ciento (100%) del salario.

Artículo 25. En caso de licencia no remunerada se interrumpe para todos los efectos el contrato de trabajo, es decir, no se cuenta con este tiempo para vacaciones.

Artículo 26. La enfermedad comprobada mediante la incapacidad de la respectiva EPS, interrumpe las vacaciones. Los días pendientes deberán ser tomados en la fecha más próxima posible.

Compensaciones y beneficios.

Artículo 27. A los empleados de sueldo fijo se les pagará quincenalmente, los días de pago serán los 15 y 30 de cada mes.

Artículo 28. La Empresa Kepafer Ocaña S.A.S, establecerá un programa para cumplir con una serie de objetivos importantes: Reconocer y recompensar las diferencias en materia de capacidad individual y rendimiento. Establecer y mantener sueldos justos y competitivos. Organizar diferentes niveles de remuneración para cargos que requieran diferentes grados de responsabilidad, experiencia, habilidad y conocimiento.

Artículo 29. Los ajustes a la remuneración serán a consecuencia de cambios en los promedios normales de salarios en la oferta y la demanda en el mercado laboral o modificaciones gerenciales de remuneraciones en la plaza motivada por la inflación y otros factores.

Permisos.

Artículo 30. Conceder al trabajador las licencias necesarias para el ejercicio del sufragio; en caso de grave calamidad domestica debidamente comprobada, siempre que avise con la debida oportunidad al gerente.

En el Reglamento Interno de Trabajo se señalarán las condiciones para las licencias antes mencionadas. Salvo convención en contrario, el tiempo empleado en estas licencias puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas de su jornada ordinaria, a opción del patrono.

Artículo 31. Todo permiso deberá presentarse previamente por escrito ante el representante legal.

Artículo 32. Queda a opción del gerente pagar o no el salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar por razón de permisos.

CAPÍTULO VII.

Salarios, lugar, horas de paga y periodos que lo regulan.

Artículo 33. La Empresa Kefafer Ocaña S.A.S se acogerá a las disposiciones legales dictadas sobre el salario mínimo.

Artículo 34. La remuneración del trabajo se estipulará por quincena y se pagará por quincena vencida dentro de cada periodo.

Artículo 35. El trabajador al firmar las planillas sobre recibidos correspondientes a los salarios devengados, constituye la declaración del empleado de estar a paz y salvo con la entidad.

CAPITULO VIII.

Servicios médicos, prescripciones de orden de seguridad, riesgos profesionales y primeros auxilios.

Artículo 36. La Empresa Kepafer Ocaña S.A.S, mantendrá los servicios médicos en la empresa promotora de salud (EPS) para la atención del personal que sea necesario. Todo trabajador dentro del día que se enferme deberá hacerlo saber al gerente.

Artículo 37. El empleado que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes y tratamientos indicados, perderá el derecho a las prestaciones en dinero por la incapacidad que sobrevenga a esa negativa.

Artículo 38. En caso de accidente de trabajo, el director ejecutivo ordenará inmediatamente los servicios de un médico.

Artículo 39. La Empresa Kepafer Ocaña S.A.S no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o por culpa de la víctima.

CAPITULO IX.

Prescripciones de orden

Artículo 40. Los trabajadores tienen como deberes los siguientes: Solicitar el carné de identificación como empleado. Mostrar respeto y subordinación a los superiores. Respetar a sus compañeros de trabajo.

Procurar completa armonía e inteligencia con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores. Guardar buena conducta en todo y obrar

con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina en general de la empresa.

Realizar los trabajos que se le asignen con honradez y de la mejor manera posible.

Hacer reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, cometida y respetuosa. Ser verídico en todo caso, recibir y aceptar órdenes de instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo.

Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar por conducto del respectivo superior, siendo en consecuencia prohibido pasar al puesto de trabajo del compañero. Atender con la debida oportunidad y cortesía a toda persona con quien deba comunicarse por razones de sus funciones. Reportar cualquier situación irregular que observe dentro de la empresa.

CAPITULO X.

Obligaciones especiales para la Empresa Kepafer Ocaña S.A.S y los trabajadores

Artículo 41. Son obligaciones de la empresa. Poner a disposición de los trabajadores los instrumentos adecuados para la realización de las labores. Procurar a los trabajadores, locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales, en forma que garanticen razonablemente la seguridad y la salud.

Presentar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidente o enfermedad, a este efecto en la empresa se mantendrá lo necesario según el reglamento de las autoridades necesarias. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, periodos y lugares convenidos, guardar absoluto

respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos. Cumplir el reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto por las leyes.

Artículo 42. Son obligaciones del trabajador: Realizar personalmente, cuidadosa y eficazmente las labores encomendadas de acuerdo con el manual de funciones de la Empresa Kepafer Ocaña S.A.S.

Cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular la imparten. Conservar el buen estado, salvo el deterioro natural, los instrumentos, útiles y demás que hayan sido facilitados. Mantener el respeto, la moral y las buenas relaciones con sus superiores y compañeros de trabajo. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o de riesgo que afectan a las personas que laboren en la empresa. Atender de manera amable y cordial a los clientes, brindándoles los servicios y/o información que estos requieran.

CAPITULO XI.

Prohibiciones especiales para los trabajadores

Artículo 43. Prohibiciones para los trabajadores: Desobediencia y/o desempeño incorrecto de tareas de acuerdo con las políticas de la empresa. Retraso o ausencia sin autorización. Dejar el trabajo sin permiso u ocuparse de otros asuntos personales desde el trabajo sin autorización.

No informar inmediatamente al director ejecutivo sobre heridas o accidentes personales. Cometer cualquier acto u omisión que pueda afectar la seguridad de algunos empleados o cliente.

Perturbar la diligencia o el trabajo de otros empleados durante las horas laborables.

Tardanza en el desempeño del trabajo o descuido de las tareas. No avisar aun superior sobre la imposibilidad de acudir al trabajo en el turno acordado con anticipación suficiente como para conseguir un reemplazo.

Desempeño o resultados deficientes o incompetencia en la realización del trabajo. No demostrar una actitud seria o falta de diligencia al llevar a cabo las tareas. Ocupar los computadores con programas que no corresponden a la propiedad de la empresa. Faltantes de caja bajo control del empleado.

Usar un lenguaje profano, obsceno, vil o abusivo hacia los empleados o clientes.

Contravención de reglas de seguridad o desobediencia de cualquier reglamento. Una conducta incorrecta contraria a la ley y a la moral con respecto a un empleado o cliente (ejemplo, hostigamiento sexual). Presentarse a trabajar ebrio, bajo efectos o en posición de drogas. Perdida fraudulenta en tiempo libre o ausencia debido a una falsa enfermedad. Hacer uso del teléfono para fines particulares, o llamadas que no tengan relación con el trabajo. Así mismo su uso debe ser breve.

El personal de la oficina debe hacer sus propias llamadas evitando el uso excesivo del teléfono. Hacer comentarios mal intencionados o sin base, acusaciones falsas o divulgar rumores de sus compañeros o jefes, o de medidas disciplinarias que adopte la empresa. Está prohibido efectuar o autorizar gastos que no estén aprobados previamente. El desacato a estas reglas causará llamados de atención y/o cancelación del contrato por justa causa.

4.2.11 Estatutos.

CAPÍTULO I

Nombre, nacionalidad, domicilio, objeto y duración de la sociedad

Artículo 1. Nombre, nacionalidad y domicilio. La Empresa Kepafer Ocaña S.A.S. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

Artículo 2. Objeto. La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil.

Artículo 3. Duración. La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

Artículo 4. Capital autorizado, suscrito y pagado. El valor nominal de las acciones es de \$700

Artículo 5. Derechos derivados de cada acción. Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario:

- a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;
- c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos;
- d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y
- e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

Dirección, administración, representación y revisoría fiscal de la sociedad

Artículo 6. Órganos sociales. La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

Artículo 7. Dirección de la sociedad: asamblea general de accionistas. La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

Artículo 8. Administración y representación legal de la sociedad. La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designara a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

Artículo 9. Facultades de los representantes legales. Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

Artículo 10. Revisoría fiscal. La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV

Estados financieros, reservas y distribución de utilidades.

Artículo 11. Estados financieros y derecho de inspección. La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la

administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

Artículo 12. Reserva legal. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

Artículo 13. Utilidades, reservas y dividendos. Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

Disolución y liquidación

Artículo 14. Causales de disolución. La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.

Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.

Por las causales previstas en los estatutos.

Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.

Por orden de autoridad competente.

Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

Artículo 15. Liquidación. Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

Artículo 16. Liquidador. Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

Artículo 17. Sujeción a las normas legales. En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

Firmas:

NOMBRE DEL CONSTITUYENTE

IDENTIFICACIÓN DEL CONSTITUYENTE

4.2.12 Aspecto legal.

Sociedad. Sociedad por Acciones Simplificadas

Constitución de la sociedad. La sociedad se constituye mediante acta de constitución y debe contener los siguientes requisitos:

Nombres, apellidos, identificación y domicilio de los socios.

Clase de sociedad que se constituye.

Denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye.

Domicilio principal: la ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad, es la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.

Objeto social. Una enunciación clara y completa de las actividades principales que realizará la sociedad.

Capital social. Se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido.

La forma de administración. Establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.

Causales de disolución: enunciar las causales de la disolución anticipada de la sociedad.

Época y forma de convocar la junta de socios a sesiones ordinarias y extraordinarias.

Debe presentar las declaraciones tributarias contempladas en el estatuto tributario.

Matricula. La sociedad debe presentar la solicitud de matrícula en la cámara de comercio con Jurisdicción en el lugar donde va tener su domicilio principal.

Registro de la escritura y la matrícula de la sociedad. Presentar el original o la copia autenticada pertinente de la escritura pública otorgada en la notaría correspondiente, junto con el formulario de matrícula de sociedades diligenciado con la información solicitada de manera exacta y real.

Cancelar el valor de los derechos de inscripción.

Matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero, con base en el capital de la sociedad.

Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria NIT, quedar inscrito en el Registro Único Tributario RUT que lleva la DIAN y en el Registro de Información Tributaria RIT que lleva la Secretaria de Hacienda del Distrito si fuere el caso.

Con el certificado expedido por la Cámara de Comercio se acredita la existencia de la sociedad, el nombre del representante legal, actividad económica, referencias, solvencia económica y patrimonio. Esto evita que otras sociedades o establecimientos de comercio con el mismo nombre puedan matricularse en esta Cámara.

Facilita el proceso de inscripción en el registro de proponentes.

Facilita contactos comerciales directos con proveedores y clientes.

Facilita la obtención de créditos en el sector financiero.

Evita multas que puede imponer la Superintendencia de Industria y Comercio.

Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado.

Renovación. El Código de Comercio establece que a 31 de Marzo de cada año se debe renovarse la matrícula, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales. Para la renovación de la matrícula se debe diligenciar el formulario correspondiente, presentarlo en la Cámara de Comercio y cancelar los derechos respectivos.

Modificación de la información de la matrícula. Cualquier modificación que afecte el contenido del formulario de matrícula o renovación, debe ser solicitada por escrito a la Cámara de Comercio. Para que la Empresa, esta funcionará debe cumplir los siguientes requisitos:

Elaborar los Estatutos para la empresa.

Registrarse en la Cámara de Comercio de la ciudad cancelando los respectivos derechos.

Pago en la Colecturía de Rentas.

Pago derecho a suelo.

Pago derecho a Bomberos y saico y acinpro.

Pago saneamiento ambiental.

4.4 Estudio financiero-económico que permita determinar el monto de los recursos necesarios para la elaboración y puesta en marcha del proyecto.

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. De igual forma es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización, compra de stock de materiales, etc (Zona economica, <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>, 2017).

De otra parte el periodo inicial la inversión será con capital propio, a medida que se empieza a vender los productos se empieza a recuperar la inversión inicial, al fin del periodo se realizarán los estados financieros para saber cómo se encuentra la empresa financieramente y económicamente, dicha inversión inicial es suficiente para los gastos iniciales.

Para el estudio financiero y económico se debe tener en cuenta los recursos que la empresa debe utilizar para la producción.

Maquinaria y equipo.

1 Máquina formadora de cartones de huevo	\$8.040.800
1 Prensa para pacas de cartones	\$ 380.000
1 Báscula	\$ 139.900
1 Hidrómetro	\$ 146.900
4 Extintor	\$ 50.000

1 Carretilla	\$ 160.000
1 Báscula digital	\$ 87.400
TOTAL	\$9.155.000

Equipo de oficina.

Dos Escritorio tipo oficina	\$ 600.000
Dos Computadores	\$3.000.000
Una impresora	\$ 450.000
Dos sillas ergonómicas	\$ 800.000
Cuatro sillas	\$ 280.000
Una sala	\$1.000.000
Un teléfono	\$ 100.000
Un archivador	\$ 500.000
TOTAL	\$6.730.000

Recurso Humano.

Un gerente	\$ 2.144.643
Una secretaria	\$ 1.300.945
Cuatro (4) operarios	\$ 1.720.433
Un vendedor (a)	\$ 1.579.030
Un revisor fiscal	\$ 400.000

Un contador público	\$ 500.000
Una persona encargada del mantenimiento	\$ 300.000
TOTAL	\$13.106.350

4.4.1 Balance inicial. El balance inicial es aquel balance que se hace al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones. Cuando se crea una nueva empresa se requiere que los socios aporten una serie de activos y posiblemente se deba incurrir en algunas obligaciones para poder operar o adquirir los activos, lo que su conjunto conforman el balance inicial. Una nueva empresa para poder iniciar operaciones requiere de activos, los cuales deben ser financiados. Esta financiación puede provenir de los socios que aportan los activos o de terceros que hacen créditos a la nueva empresa. De esta forma surgen los pasivos y el patrimonio (Gerencie.com, <https://www.gerencie.com/balance-inicial.html>, 2017).

**Empresa Kepafer Ocaña S.A.S
Balance inicial
Febrero 2018**

ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	\$615.000
DISPONIBLE	
Caja	\$615.000
INVENTARIOS	
Materia Prima	\$
ACTIVO FIJO	<u>\$15.885.000</u>
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Maquinaria y equipo	\$9.155.000

Equipo de oficina	\$3.180.000	
Equipo de comunicación y computación	<u>\$3.550.000</u>	
ACTIVO DIFERIDO		<u>\$500.000</u>
CARGOS DIFERIDOS		
Útiles y papelería	\$ 100.000	
Publicidad	\$ 300.000	
Imprevistos	<u>\$ 100.000</u>	
TOTAL ACTIVO		\$16.385.000
PASIVO		
OBLIGACIONES FINANCIERAS		
Bancos Nacionales	<u>\$ 0</u>	
TOTAL PASIVO		\$0
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aportes Sociales	\$17.000.000	
TOTAL PATRIMONIO		\$17.000.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$17.000.000</u>	

4.4.2 Manejo de depreciación. La depreciación es el desgaste de los activos fijos en la vida útil. Se entiende por vida útil el lapso durante el cual se espera que estos activos contribuyan a la generación de ingresos de la empresa (Junta central de contadores, 2017).

Tabla 15.

Depreciación del Equipo de oficina

$$\text{Depreciación del Equipo de oficina} = \frac{3.180.000}{10 \text{ años}} = 318.000 \text{ anual}$$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	3.180.000				
DEPRECIACIÓN		318.000	318.000	318.000	318.000
VALOR POR DEPRECIAR		2.862.000	2.544.000	2.226.000	1.908.000

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Tabla 16.*Depreciación Maquinaria y equipo*

$$\text{Depreciación Maquinaria y equipo} = \frac{9.155.000}{10 \text{ años}} = 915.500 \text{ anual}$$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	9.155.000				
DEPRECIACIÓN		915.000	915.000	915.000	915.000
VALOR POR DEPRECIAR		8.240.000	7.325.000	6.410.000	5.495.000

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Tabla 17.*Depreciación equipo de comunicación y computación*

$$\text{Depreciación Equipo de comunicación y} = \frac{3.550.000}{5 \text{ años}} = 710.000 \text{ anual}$$

$$\text{Computación} = 710.000 \text{ anual}$$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	3.550.000				
DEPRECIACIÓN		710.000	710.000	710.000	710.000
VALOR POR DEPRECIAR		2.840.000	2.130.000	1.420.000	710.000

Nota. Fuente. Autores del proyecto

4.4.3 Proyección del precio. La siguiente tabla muestra el precio de venta del producto, por la proyección del 3,4% (IPC 2018 en Colombia), teniendo en cuenta que los encuestados pagaran \$200 pesos y compran 700.000 productos al mes, abasteciendo la demanda de los 15 productores de la ciudad.

Tabla 18.

Proyección de precios

Producto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Productores	15	15	15	15	15
Ventas	700.000	723.800	748.409	773.855	800.166
Ventas X 12	8.400.000	8.685.600	8.980.908	9.286.260	9.601.992
Precio de venta	200	207	214	221	229
TOTAL	1.680.000.000	1.797.919.200	1.921.914.312	2.052.263.460	2.198.856.168

Nota. Fuente, Autores del proyecto

4.4.4 Costos variables. En el costo variable y la materia prima se realizó la proyección por el 3,4% (IPC 2018 en Colombia).

Tabla 19.

Determinación del costo variable.

COSTO VARIABLES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Arriendo	18.000.000	18.612.000	19.244.808	19.899.131	20.575.701
Servicio de acueducto	1.200.000	1.240.800	1.282.987	1.326.608	1.371.713
Servicio de energía	3.000.000	3.102.000	3.207.468	3.316.521	3.429.283
Servicio de teléfono	840.000	868.560	898.091	928.626.	960.199
TOTAL	23.040.000	23.823.360	24.633.354	25.470.886	26.336.896

Nota. Fuente, Autores del proyecto

4.4.5 Costos fijos

Tabla 20.

Materia prima

MATERIA PRIMA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Producción mes	700.000	723.800	748.409	773.855	800.166
Producción año	8.400.000	8.685.600	8.980.908	9.286.260	9.601.992
Valor materia prima mes	4.196.000	4.338.664	4.486.178	4.638.708	4.796.424
Valor materia prima año	50.352.000	52.063.968	53.834.142	55.664.503	57.557.096
TOTAL	50.352.000	52.063.968	53.834.142	55.664.503	57.557.096

Nota. Fuente, Autores del proyecto

4.4.6 Gastos de operación.

Tabla 21.

Gastos de Personal

CONCEPTO (MENSUAL)	GERENTE	SECRETARIA	OPERARIO x 4	VENDEDOR	MANTENIMI ENTO	REVISOR FISCAL	CONTADOR
SALARIO	1.400.000	781.242	1.100.000	1.000.000	300.000	400.000	500.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	88.211	88.211	88.211	88.211			
SALUD	119.000	66.405	93.500	85.000			
PENSIÓN	168.000	124.998	132.000	120.000			
VACACIONES	58.240	32.499	45.760	41.600			
CESANTÍAS	116.620	65.077	91.630	83.300			
INTERESE SOBRE CESANTÍAS	1.166	650	916	833			
PRIMAS	116.620	65.077	91.630	83.300			
RL	6.786	6.786	6.786	6.786			
ICBF	42.000	23437	33.000	30.000			
SENA	28.000	15.624	22.000	20.000			
CAJA DE COM	56.000	31.249	44.000	40.000			
DOTACION 5%	70.000	70.000	70.000	70.000			
TOTAL	2.270.643	1.371.255	1.819.433	1.669.030	300.000	400.000	500.000

Nota. Fuente, Autores del proyecto

Tabla 22.

Gastos de personal proyectados

CONCEPTO	0	1	2	3	4
GERENTE	27.247.716	28.174.138	29.132.059	30.122.549	31.146.715
SECRETARIA	16.455.060	17.014.532	17.593.026	18.191.189	18.809.689
OPERARIO	87.332.784	90.302.098	93.372.370	96.547.030	99.829.629

Tabla 22. (Continuación)

VENDEDOR	20.028.360	20.709.324	21.413.441	22.141.498	22.894.309
MANTENIMIEN TO	3.600.000	3.722.400	3.848.961	3.979.826	4.115.140
REVISOR FISCAL	4.800.000	4.963.200	5.131.948	5.306.435	5.486.853
CONTADOR	6.000.000	6.204.000	6.414.936	6.633.043	6.858.567
TOTAL	165.463.920	171.089.692	176.906.741	182.921.570	189.140.902

Nota. Fuente. Autores del proyecto

4.4.7 Estado de resultado.

Tabla 23.

Estado de resultados

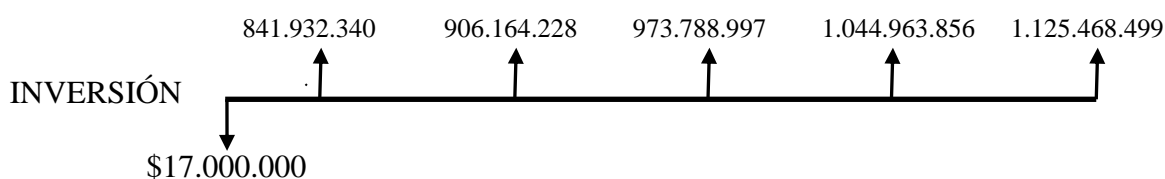
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VENTAS NETAS	1.680.000.000	1.797.919.200	1.921.914.312	2.052.263.460	2.198.856.168
- COSTOS VARIABLES	23.040.000	23.823.360	24.633.354	25.470.886	26.336.896
-COSTOS FIJOS	50.352.000	52.063.968	53.834.142	55.664.503	57.557.096
= UTILIDAD BRUTA	1.606.608.000	1.722.031.872	1.843.446.816	1.971.128.071	2.114.962.176
- GASTOS DE OPERACIÓN	165.463.920	171.089.692	176.906.741	182.921.570	189.140.902
-DEPRECIACIÓN	1.943.500	1.943.500	1.943.500	1.943.500	1.943.500
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	1.439.200.580	1.548.998.680	1.664.596.575	1.786.263.001	1.923.877.774
- IMPUESTO 35%	503.720.203	542.149.538	582.608.801	625.192.050	673.357.220
= UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	935.480.377	1.006.849.142	1.081.987.774	1.161.070.951	1.250.520.554
- RESERVA LEGAL 10%	93.548.037	100.684.914	108.198.777	116.107.095	125.052.055
= UTILIDAD NETA	841.932.340	906.164.228	973.788.997	1.044.963.856	1.125.468.499

Nota. Fuente. Autores del proyecto

4.4.8 Estudio económico. La evaluación económica es una manera de medir y comparar los diversos beneficios de los recursos pesqueros y sus ecosistemas, y puede constituir un instrumento poderoso para ayudar a utilizarlos y ordenarlos más racionalmente. La evaluación económica de la empresa permite analizar la viabilidad del proyecto mediante los siguientes factores:

Valor Presente Neto (VPN). La evaluación económica de la empresa, permite analizar la viabilidad del proyecto mediante los siguientes factores:

El valor presente neto (VPN) es una herramienta que sirve como indicador para medir y determinar la viabilidad de una inversión. Es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero. Para el cálculo del VPN se toma una tasa de rentabilidad del 6% anual, siendo esta la tasa de captación de las entidades financieras, el proyecto se realizará con aportes de \$17.000.000 de pesos.



$$\text{VPN} = \frac{841.932.340}{(1+0,06)^1} + \frac{906.164.228}{(1+0,06)^2} + \frac{973.788.997}{(1+0,06)^3} + \frac{1.044.963.856}{(1+0,06)^4} + \frac{1.125.468.499}{(1+0,06)^5}$$

$$\text{VPN} = \$794.275.792 + \$809.075.204 + \$818.310.082 + \$829.336.394 + \$846.216.917$$

$$\text{VPN} = \$4.097.214.388$$

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera una ganancia de \$4.097.214.388, y por lo tanto el resultado es positivo ya que el resultado del Valor Presente Neto supera el valor de la inversión.

Tasa Interna de retorno (TIR). Es una herramienta muy útil, ya que genera un valor cuantitativo a través del cual es posible saber si un proyecto es viable o no, considerando otras alternativas de inversión que podrían ser más cómodas y seguras.

TIR al 5%

$$\text{TIR} = \frac{841.932.340}{(1+0,05)^1} + \frac{906.164.228}{(1+0,05)^2} + \frac{973.788.997}{(1+0,05)^3} + \frac{1.044.963.856}{(1+0,05)^4} + \frac{1.125.468.499}{(1+0,05)^5}$$

$$\text{TIR} = \$801.840.324 + \$823.785.662 + \$846.773.041 + \$863.606.493 + \$886.195.669$$

$$\text{TIR} = \$4.222.201.188$$

TIR al 6%

$$\text{TIR} = \frac{841.932.340}{(1+0,06)^1} + \frac{906.164.228}{(1+0,06)^2} + \frac{973.788.997}{(1+0,06)^3} + \frac{1.044.963.856}{(1+0,06)^4} + \frac{1.125.468.499}{(1+0,06)^5}$$

$$\text{TIR} = \$794.275.792 + \$809.075.204 + \$818.310.082 + \$829.336.394 + \$846.216.917$$

$$\text{TIR} = \$4.097.214.388$$

INTERPOLACIÓN.

$$\begin{array}{r}
 1\% \left\{ \begin{array}{l} 5\% \\ \\ \end{array} \right. \left\{ \begin{array}{l} 4.222.201.188 \\ \$17.000.000 \end{array} \right\} \left\{ \begin{array}{l} 4.205.201.188 \\ \\ \end{array} \right\} \left\{ \begin{array}{l} \\ \\ 124.986.800 \end{array} \right.
 \end{array}$$

6% 4.097.214.388

$$X = \frac{4.205.201.188}{124.986.800} = 34\%$$

TIR= 34%

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 5%, y una tasa superior del 6%; la empresa gana 34% de la inversión, con lo que se puede afirmar que para la empresa es viable realizar la inversión.

Valor Actual Neto. El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

$$\text{VPN} - \text{INVERSIÓN} = 4.097.214.388 - 17.000.000 = 4.080.214.388$$

$$\text{VAN} = 4.080.214.388$$

Arrojó un resultado positivo lo que indica que el proyecto es viable para la creación de la empresa.

Razón costo beneficio. El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

$$\text{RAZÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{FLUJOS POSITIVOS}}{\text{FLUJOS NEGATIVOS}} = \frac{4.097.214.388}{17.000.000} = 241$$

La razón costo beneficio indica cuanto se va a poder recuperar por cada peso invertido, en este caso el indicador es favorable, ya que se recupera la inversión en poco tiempo, porque si el resultado fuera 1, significaría que el proyecto está en punto de equilibrio, en este caso por cada peso invertido se recupera 241.

4.5 Efectos que producirá llevar a cabo la propuesta identificando el impacto social y ambiental que producirá el mismo.

Estudio ambiental. Las condiciones socio ambientales de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, como consecuencia del olvido por parte del estado, las autoridades competentes, la falta de cultura y pertenencia de muchas personas y el azote de los grupos al margen de la ley, hacen necesario la realización de este proyecto, ya que éste tendrá un impacto positivo en el

cuidado del medio del medio ambiente, a través de la reutilización de materiales como el cartón, papel y papel periódico, que son diariamente reciclados con el fin de darles un nuevo uso.

La empresa ofrecerá grandes aportes al medio ambiente y al desarrollo local y regional, mediante la reducción del impacto ambiental, que se logra con la reutilización de materiales que hacen parte del proceso de fabricación de las bandejas de huevo que se ofrecerán.

Se debe mencionar que los diversos recursos que la naturaleza ha puesto a su alcance. Desde entonces y hasta nuestra época ha generado desechos. Pero precisamente después que se inicia la Revolución Industrial, gracias al desarrollo de la ciencia y la técnica, surgen nuevas actividades industriales y se desarrolla extraordinariamente el comercio se produce entonces una auténtica explosión demográfica y económica que se manifiesta en el imparable desarrollo de la urbanización generando como resultado gran acumulo de desechos en magnitudes preocupantes (Apuntes.com, 2017).

Los desechos son desperdicios o sobrantes de las actividades humanas. Se clasifica en gases, líquidos y sólidos; y por su origen, en orgánicos e inorgánicos. Además de desechos tóxicos y radioactivos producto de la plantas nucleares, aeronáutica espacial y desarrollo armamentístico. De otra parte se debe mencionar que la deforestación por uso del recurso y por ampliación de la zona demográfica y agrícola.

En cuanto a la flora y fauna de la zona donde se ubicará la empresa, la afectación es nula, porque no se manejarán inventarios físicos que puedan originar desechos y no se darán

edificaciones que alteren los medios habitacionales de especies vegetales o animales, motivo por el cual la existencia la empresa será neutra con este tipo de variables.

Contaminación del manto acuífero producto de los residuos contaminantes, vertedero, aguas negras, desechos químicos de cultivo, deterioro y contaminación del suelo, contaminación del aire producto de la actividad industrial y del diario vivir que genera gases contaminantes, desequilibrio ecológico producto de la destrucción de la biodiversidad generado por el desarrollo industrial y mal uso de los recursos, que genera el deterioro del medio ambiente: Exterminio de especies animales y vegetales, reducción de la capacidad de productividad de los recursos naturales, calentamiento global poniendo en peligro la vida existente en nuestro planeta.

Por todo lo anterior se puede determinar que la creación de la empresa trae grandes beneficios como es el ahorro de 28000 Kw/Hr de energía, con lo cual funcionaria aproximadamente tres televisores, entre otros beneficios por lo cual a nivel ambiental es viable la creación de la empresa la cual beneficie a la comunidad en general.

Estudio social. La naturaleza del proyecto y la función social que se quiere realizar, es componente integral dentro de este estudio y que reforzarán la productividad de la empresa. Además esta investigación tiene como objetivo cumplir con un proceso de responsabilidad social, enfocada a crear conciencia ecológica en los habitantes de la población de Ocaña.

De otra parte esta empresa será un medio de integración para productores, empleados y familiares estrechando lazos de amistad y compañerismo con la comunidad a través de

actividades recreativas y deportivas; forjando personas integra que garanticen el buen actuar y vivir en sociedad. Los beneficios que serían de forma directa, se llevan a cabo con resultados que se traducirán en las satisfacciones a mediano y largo plazo para el medio ambiente.

Los beneficios que brindará la empresa, son primordiales para el crecimiento social, debido a que en la actualidad no existen instituciones dedicadas a la fabricación de cartones para empaquetar huevos, elaborado con material reciclado, que a su vez ayuden al progreso de la comunidad, es por este motivo que esta entidad dará la oportunidad a la población, de mejorar la calidad de vida, mediante la generación de empleo.

La actividad que desarrolla la empresa no tendrá un impacto negativo en la sociedad, ya que estos materiales no son utilizados de nuevo por los habitantes y por lo contrario estos son desechados, sin generar pérdidas económicas para los mismos, motivo por el cual, la empresa, genera ingresos económicos para la recolectores, proporcionando bienestar a la comunidad.

Capítulo 5. Conclusiones

Según la investigación se pudo determinar que la totalidad de los productores de huevo apoyaran la creación de la empresa, ya que ven una buena opción para mejorar sus ingresos y condiciones de vida, además del ahorro por el traslado de la ciudad de Bucaramanga.

En el estudio técnico de específico la maquinaria necesaria para la producción de cartones, además el plano y recursos necesarios para la puesta en marcha.

Se determinó crear la empresa con la figura jurídica de Sociedad por Acciones Simplificadas, ya que esta posee garantías ante el estado y dada la actividad económica que desarrollará es la más adecuada para su legalización.

El estudio económico y financiero permitió conocer los gastos, ingresos y viabilidad del proyecto, logrando evaluar las alternativas a desarrollar más convenientes para la empresa.

Con la puesta en marcha del proyecto de la empresa, se verá el medio ambiente beneficiado por la fabricación de cartones con material de reciclaje, de igual forma se generara empleo como factor muy importante ya que se verán beneficiados una gran cantidad de familias.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda lograr la creación de la empresa y continuar realizando estudios, con el objetivo de evidenciar las debilidades, corregirlas y garantizar la permanencia en el mercado.

Es necesario para lograr abarcar todo el mercado de la población de Ocaña y extenderse a otras zonas del país, implementar estrategias publicitarias, dando a conocer el servicio y las ventajas que este posee para los usuarios y medio ambiente.

Se recomienda que la empresa realice constantes capacitaciones sobre la importancia del reciclaje y utilización de productos elaborados con este tipo de material, para tal fin se puede solicitar el apoyo a entidades como el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, con el objetivo de lograr incrementar el sentido de pertenencia a la empresa.

Se recomienda tener en cuenta el estudio económico-financiero ya que este permitió determinar el monto de los recursos necesarios para la elaboración y puesta en marcha del proyecto y con la realización de este, se evidencia que la empresa es viable su puesta en marcha, en el mercado.

De igual forma se debe realizar campañas en la comunidad, mostrando los beneficios del reciclaje y las ventajas de la utilización de productos elaborados con material de este tipo, siendo estos muy resistentes y de bajo precio.

Referencias

- Actiweb. (s.f.). Recuperado el 17 de 08 de 2017, de http://www.actiweb.es/estudiosymas/manuales_administrativos.html
- Adatum. (11 de Marzo de 2011). Obtenido de <http://www.adatum.com>.
- Aguilar. (2002). Globalización y Capitalismo. Mexico: Plaza & Janés.
- Aguilera Castro, A. (15 de Febrero de 2010). Google. Recuperado el 3 de Abril de 2016, de <http://www.google.com>
- Aibar Guzman, B. (1998). Una propuesta de sistematización del proceso de diseño e implantación del sistema de información de gestión. Análisis empírico de la gran empresa . España: Revista de Contabilidad.
- Aiteco. (20 de Marzo de 2017). <https://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>. Obtenido de Manual de funcines.
- Alexander, W., & Serfass, R. (2002). Nuevas herramientas de calidad: mas allá de la visión: crear y analizar un futuro de calidad para tu organización. . Madrid: Club Gestión de la calidad.
- Alford, R. (2009). Los poderes de la teoría; capitalismo, estado y democracia. Buenos Aires: Manantial.
- Allendez, S. (2007). El camino hacia la mejora continua. . Zaragoza: Biblios.
- Alvarez, & Duran. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. San salvador.
- Apuntes.com. (2017). <https://apuntesparaestudiar.com/historia/causas-y-consecuencias-de-la-primera-revolucion-industrial/>. Obtenido de Causas y consecuencias de la Primera Revolución Industrial.
- Arango Ospina, P. (21 de Octubre de 2007). <http://biblioteca.utp.edu.co/tesisdigitales/ficha35.htm>. Obtenido de Revisión y actualización en la documentacion del sistema de gestión de la calidad bajo los requisitos de la Norma ISO 9001: para Sumilec S.A: <http://biblioteca.utp.edu.co/tesisdigitales/ficha35.htm>
- Araujo, M. (16 de 03 de 2012). La República. Recuperado el 18 de 07 de 2017, de <https://www.larepublica.co/consumo/el-consumo-per-capita-de-huevo-en-colombia-fue-de-234-unidades-durante-el-ano-pasado-2004628>

- Arias Segura, I. L., & Murillo Ramirez, A. M. (2013). Fundacion cultura y deporte para la niñes. Obtenido de <http://Repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4970/AriasIrma2013.pdf?sequence=4>
- Asociación de jóvenes empresarios. (5 de Febrero de 2016). http://www.ajeimpulsa.es/documentos/banco_recursos/recurso_13.pdf. Obtenido de Analisis de los factores que contribuyen al éxito de proyectos empresariales: http://www.ajeimpulsa.es/documentos/banco_recursos/recurso_13.pdf
- Autoridad Nacional de Licencias Ambientales. (14 de Enero de 2017). <http://www.anla.gov.co/estudio-impacto-ambiental>. Obtenido de Estudio ambiental.
- Autoridades nacionales ambientales. (19 de Mayo de 2013). Estudio de impacto ambiental. Obtenido de <http://www.anla.gov.co/contenido/contenido.aspx?conID=8052&catID=1373>.
- Bacca, K. (2016). Introduccion a la administracion. Bogotá: Norma.
- Barnes, H. E. (2000). Historia de la economia del mundo occidental. Mexico.
- Barrera, M. (2001). Mecanismos de promoción de exportaciones para las pequeñas y medianas empresas en los países de la ALADI. Montevideo.
- Benett, C. E. (2009). El problema de la tradición clásica y marxista.
- Bien pensado. (7 de Mayo de 2015). <http://bienpensado.com/historia-marca-levis/>. Obtenido de Breve historia de las marcas: Levi's.
- Blog especializado en sisetma de gestion de seguridad de la información. (23 de Abril de 2015). <http://www.pmg-ssi.com/2015/04/la-importancia-de-la-norma-iso-27001/>. Obtenido de La importancia de la norma ISO 27001.
- Blogspot. (s.f.). Recuperado el 27 de 08 de 2017, de <http://systemofrecycling.blogspot.com.co/2008/12/teoria-del-reciclaje.html>
- Boletin de estudios de mercados. (15 de Noviembre de 2016). http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html. Obtenido de Que es un estudio de mercados y para que sirve.
- Bosca, J. E., & M.J, M. (2004). Efectos Macroeconómicos de las Inversiones en Infraestructuras Públicas. Valencia.
- BSI. (10 de Septiembre de 2016). <http://www.bsigroup.com/es-ES/Seguridad-de-la-Informacion-ISOIEC-27001/>. Obtenido de Norma ISO/IEC 27001 - Gestión de la Seguridad de la Información.

- Cannela, S. (19 de 03 de 2015). Directo al paladar. Recuperado el 08 de 09 de 2017, de <https://www.directoalpaladar.com.mx/ingredientes-y-alimentos/algunos-datos-importantes-y-curiosos-del-huevo>
- Caracol radio. (27 de Junio de 2016). http://caracol.com.co/emisora/2016/06/27/cucuta/1467037546_054942.html. Obtenido de Los jeans dinamizan la economía en Cúcuta.
- Carreto, J. (13 de Noviembre de 2012). <http://www.googledefiniciónplaneaciónestrategica.com>. Obtenido de Definiciones.
- Castiblanco, S. (2011). Responsabilidad social frente al contrabando en las importaciones de materiales textiles y manufacturas en Colombia. Bogotá.
- Castro Toro, J. P. (2010). Compilacion bibliografica. Manizales: Universidad de Caldas.
- Celis, C. (2013). Factores y estrategias del sector textil confección diseño y moda de Antioquia para aprovechar competentemente las oportnidades comerciales. Medellín: Universidad de Medellín.
- Centro de Desarrollo Empresarial. (2010). Industria de las confecciones y su visualización internacional. Bucaramanga.
- CEPAL. (10 de Septiembre de 2009). <http://www.mercado.com.ar/notas/economia-y-politica/362747/comercio-de-amrica-latina>. Obtenido de Comercio en América Latina.
- Ceron Mora, D. F. (17 de 02 de 2015). Recuperado el 04 de 09 de 2017, de <https://prezi.com/pp-x5jrhdve/estudio-administrativo/>
- Céspedes Panduro, G. (2016). Recuperado el 04 de 09 de 2017, de http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10752/T055_17562452_T.pdf?sequence=1
- Chacartegui. (4 de Octubre de 2010). <http://comunicandova.com/que-es-la-diferenciacion-y-porque-la-necesitas/>. Obtenido de Estrategias de posicionamiento: <http://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>
- Claro, K. (2015). Plan de negocios para la creación de una fabrica y distribuidora de blusas para dama en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
- Colombia, R. d. (2012). Constitución Política de Colombia. Bogotá: Editorial Cupido.
- Comfenalco. (25 de Mayo de 2016). <https://www.comfenalco.com/sgc.php?tipo=C>. Obtenido de Sistema de Gestión de Calidad SGC: <https://www.comfenalco.com/sgc.php?tipo=C>

- Congreso de Colombia. (2010). Ley 590 de 2000. Bogotá: Littio.
- Congreso de Colombia. (2012). Decreto 410 de 1971. Bogotá: Bogotá.
- Congreso de Colombia. (2012). Resolución 657 de 2005. Bogotá: Ediciones littio.
- Congreso de Colombia. (1 de Agosto de 2015). http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3705_documento.pdf. Obtenido de Ley 1273 del 5 de enero de 2009.
- Congreso de Colombia. (2015). Ley 57 de 1887. Bogotá: Editorial Littio.
- Congreso de Colombia. (1 de Agosto de 2015). Ley estatutaria No. 1266 del 31 de diciembre de 2008. Obtenido de [http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/ley1266_31_12_2008\(1\).pdf](http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/ley1266_31_12_2008(1).pdf).
- Contreras Moscol, D. J. (2010). Plan de negocio para la creacion de una empresa organizara de eventos sociales en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil.
- Dávila, A. F. (2005). La micro y pequeña empresa mexicana, Observatorio de la Economía Latinoamericana. Mexico.
- Defensoria del pueblo. (2006). Situación social y ambiental de la región del Catatumbo. Bogotá.
- Deobold B., V. D., & William J., M. (12 de 09 de 2006). Blogia. Obtenido de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Díaz Suarez, A. (10 de Enero de 2005). <http://www.efdeportes.com/efd80/deportiv.htm>. Obtenido de Formacion deportiva.
- Díaz, C. (2003). La Creación de Empresas en Extremadura. Un Análisis Institucional.
- Dubois, A. (2002). Un concepto de desarrollo para el siglo XXI. España: Editorial Vasco.
- Duque Grisales, C. S. (2013). Elaboración de la ficha técnica de los productos de la empresa G.M.P PRODUCTOS QUIMICOS S.A. Antioquia: CorporaciónUniversitaria Lasallista.
- Duran, O. M. (2010). Una mirada al sector terciario como dinamizador del desarrollo regional. Ocaña: Ingenio.
- Duran, P. (2014). La Importancia del Clima Organizacional en el Éxito de las Empresas. Chile.
- El país.com. (3 de Junio de 2013). <http://www.elpais.com.co/elpais/deportes/noticias/futbol-salon-emocion-gol-recinto-cerrado>. Obtenido de Fútbol de salón: la emoción del gol en un recinto cerrado.

- Escobar, A., Quintero, D., & Serradas, D. (12 de 07 de 2006). Recuperado el 12 de 09 de 2017, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ6004.pdf>
- Espectador, E. (08 de 07 de 2011). Quiminet.com . Obtenido de <https://www.quiminet.com/articulos/la-importancia-del-empaque-del-huevo-62875.htm>
- Espinosa, A. (2011). Teoría de la oferta. . Editorial Mac Graw Hill.
- Fashion Radicales. (13 de Julio de 2013). Moda. tendencia en estilo de vida. Recuperado el 26 de Marzo de 2016, de <http://googlefashionradicals>
- Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja. (2010). Que es la vulnerabilidad.
- Fiesta de boda. (5 de Noviembre de 2016). <http://www.fiestasdeboda.com/eventos-sociales/>. Obtenido de Planificación de eventos sociales.
- Fonisol. (4 de Diciembre de 2015). <http://www.fonisol.com/es/colombia/cartagena/index.htm>. Obtenido de Información de Cartagena: <http://www.fonisol.com/es/colombia/cartagena/index.htm>
- Fontaine, E. (2011). Teoría de los precios. . Bogotá. : Ediciones Cupido. .
- Galindo Giraldo, C. A. (18 de Agosto de 2009). Gerencie.com. Recuperado el 5 de Abril de 2016, de <http://www.googleGerencie.com>
- Gandur Ortega, G. (2013). Creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de huevos. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Garay, L. J. (2016). Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Bogotá.
- Garcia, K. (2016). Educación ambiental para el desarrollo sostenible.
- Gerencia de proyectos. (2017). <http://files.gerenciadeproyectos-ctc.webnode.es/200000044-da307db2af/CAPITULO%20II.pdf>. Obtenido de Estudio de mercados.
- Gerencie.com. (4 de 10 de 2012). <http://www.gerencie.com/estrategias-para-no-pasar-el-regimen-comun.html>. Obtenido de Estrategias para no pasar el régimen común: <http://www.gerencie.com/estrategias-para-no-pasar-el-regimen-comun.html>
- Gestión.org. (30 de Marzo de 2017). <https://www.gestion.org/recursos-humanos/5936/organigrama-de-una-empresa/>. Obtenido de Organigrama.
- Glamour.mx. (6 de Marzo de 2013). <http://www.glamour.mx/moda/tendencias/articulos/las-prendas-clave-para-tu-tipo-de-cuerpo/1284>. Obtenido de Toma nota de las prendas que debes vestir según tu tipo de cuerpo.

- Gobierno en línea. (16 de Marzo de 2014). www.dnp.gov.co. Obtenido de Generalidades de la Cadena Productiva Textil-Confección .
- Gómez, L. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. Bogotá.
- Guevarian, M. (2015). Procedimientos y procesos de calidad. Milan.
- Guía sobre el deporte. (5 de Febrero de 2017). Importancia del deporte. Obtenido de <https://www.importancia.org/deporte.php>.
- Hernández Martínez, D. (10 de 11 de 2016). Prezi. Recuperado el 06 de 09 de 2017, de <https://prezi.com/qdn8ayxaxa9x/materiales-reciclables/>
- Herrera Leal, I. E. (2009). Estudio de factibilidad, para la organización de una empresa de eventos sociales . Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala .
- Hurtado. (2011). PYMES y corporaciones en contextos de globalización. Palmira: UNAD.
- Icarito. (s.f.). Recuperado el 24 de 08 de 2017, de <http://www.icarito.cl/2009/12/63-4887-9-2-el-reciclaje.shtml/>
- Inexmoda. (12 de Marzo de 2013). <http://www.inexmodafashion.com>. Obtenido de Tendencias Jeans 2016, Cúcuta.
- Inspiration. (s.f.). Recuperado el 25 de 08 de 2017, de <https://www.inspiration.org/cambio-climatico/reciclaje/material-reciclado>
- Isaza, J. J. (7 de Mayo de 2015). <http://www.biempensado.com>. Recuperado el 25 de Marzo de 2016, de Historia de las marcas.
- Issotool Excellence. (20 de Diciembre de 2015). <https://www.isotools.org/2015/12/20/en-que-consiste-la-politica-de-calidad-de-una-empresa/>. Obtenido de En qué consiste la política de calidad de una empresa.
- Jiménez R., L. A. (15 de Septiembre de 2016). Historia de la IPS Dr. Prosalud. (D. Orozco, & K. Sanjuan, Entrevistadores)
- Junta central de contadores. (2017). Contabilización de depreciación de bienes recibidos por donación.
- Jürgen. (2007). Innovacion en los negocios. Auflage. Vahlen, München.
- Kaoru, I. (2006). "¿Qué es control total de la calidad?". Colombia: Editorial normal.
- Lagos, Galeas, Barrios, & Ruiz. (2014). Asociatividad de las MIPYMES en Honduras. Honduras.

Lapsolite. (27 de Enero de 2017).

<http://www.lapsolite.com.mx/productos/?pro=31&producto=Análisis%20de%20factibilidad&id=1>. Obtenido de Estudio de factibilidad.

Linares, E., Galeano, G., García, N., & Figueroa, Y. (03 de 04 de 2014). Artesanias de Colombia. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de

http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/fibras-vegetales-elemento-basico-de-las-artesanias_5079

Lopez Cotelo, B. (8 de Noviembre de 2010). <http://tectonicablog.com/?p=17386>. Obtenido de cajas de huevos.

Lopez Parra, E. (2012). Estudio Técnico, Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión . Lima: Esparsa.

Lopez Ruiz, H. (2008). Superintendencia de Sociedades Grupo de Estadísticas. Comportamiento del Sector Textil – Confecciones AÑOS 2000-2007. Bogotá.

Malave, E. (2014). Plan de negocios para la creación de la empresa Ensueños logistica de eventos en la ciudad de Tunja. Tunja.

Malhtra, N. (2004). Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado. México: Cuarta Edición.

Marquina, S. M. (2013). Gobernanza Global del Comercio en Internet. Mexico: Ed INAP, 1.^a Edición.

Mejia Roper, D. (2014). ¿Como a evolucionado el blue jean a traves de la historia? Medellín: Marymount School.

Mendez, A. (2010). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá.: 3^a Ed. Mc Graw Hill.

Ministerio de fomento. (2 de Octubre de 2012). Protectorado de fundaciones. Obtenido de

https://www.fomento.gob.es/mfom/lang_castellano/default.htm:

http://www.fomomento.gob.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/ATENCION_CIUDADANO/FUNDACIONES/INFO/PRTC_FUNDA.htm

Ministerio de las TICs. (28 de Octubre de 2016). <http://www.mintic.gov.co/gestionti/615/w3-article-5482.html>. Obtenido de Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información (SGSI).

Ministerio de tecnología de la infromación y la comunicación. (12 de Julio de 2012).

http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-5259_doc_pdf.pdf. Obtenido de Infrome de gestion.

- Montejo Neira, J. D., & Ruiz Peña, M. F. (2007). Propuesta de reestructuración administrativa dirigida al mejoramiento de la unidad de producción y orientada hacia el empoderamiento empresarial y la subcontratación. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Mora. (2006). Las Teorías del Desarrollo economicos, algunos postulados de enseñanza.
- Mosquera, Perez, Sanchez, & Ibañez. (2 de Junio de 2016). <https://pymesycorporaciones2013.wordpress.com/2013/02/01/caracterizacion-empresarial-de-las-pequenas-y-medianas-empresas-dedicadas-a-la-comercializacion-de-articulos-para-la-canasta-familiar-en-la-ciudadela-norte-de-la-ciudad-de-ocana-norte-de-santander-2>. Obtenido de Caracterización empresarial de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la comercialización de artículos para la canasta familiar en la ciudadela norte de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, 2012.
- Negocio, O. d. (14 de Agosto de 2016). http://www.negociosgt.com/main.php?id=99&show_item=1&id_area=123. Obtenido de Mercado meta y segmentación: http://www.negociosgt.com/main.php?id=99&show_item=1&id_area=123
- Norma Técnica Colombiana. (2012). Sistema gestion de calidad. Bogotá.
- Novelo Perez, C. E. (18 de Julio de 2013). gestiopolis. Recuperado el 2 de Abril de 2016, de <http://www.google.gestiopolis.com>
- Odonell, K. Y. (2002). Administración. Mexico: Trillas.
- Olmo Béjar, M. (8 de 11 de 2010). Tectonica Blog. Recuperado el 9 de 08 de 2017, de <http://tectonicablog.com/?p=17386>
- Organización FAO. (2017). <http://www.fao.org/docrep/003/V8490S/v8490s07.htm>. Obtenido de Analisis microeconomico de la producción.
- Orjuela, S. (2010). Guía del estudio de mercados para la evaluación de proyectos.
- Oro fortuner Jeans. (15 de Marzo de 2014). Archivo web oro fortuner jeans. Obtenido de <http://www.orofortuner.com>.
- Overloogh. (11 de Marzo de 2015). https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257.html. Obtenido de Estudio administrativo: https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257.html.
- Pacheco García, M. J. (2014). Monografía histórica de Ocaña. Ocaña: tercera edición.
- Paez. (2009). Historia de la Región de Ocaña. Bogota: Jaguar Group Producciones.

- Páez, L. A. (2009). Historia de la Región de Ocaña. Bogotá: Jaguar Group Producciones.
- Palacios Guzman, M. J. (2013). Creación de una empresa de organización de eventos en la ciudad de Cuenca en el periodo 2012 – 2016. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Pallarols, M. C. (25 de 07 de 2011). Wordpress. Recuperado el 07 de 09 de 2017, de <https://mpallarols.wordpress.com/2009/06/18/proceso-del-reciclaje/>
- Palomares, C. (27 de Noviembre de 2012). <https://fullmyhenxu.wordpress.com//teoria-de-confianza-27/> . Obtenido de Teoría de confianza.
- Pelayo, C. M. (2000). Las principales teorías administrativas y sus enfoques. Ediciones Mac Graw Hill.
- Perafán Ruiz, J. J. (2014). Análisis de Riesgos de la Seguridad de la Información para la Institución Universitaria Colegio Mayor Del Cauca. Popayán: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Perez de velazco, J. A. (2004). Gestión por procesos. Madrid: Editorial Esis.
- Plana, C., & Cerpa, N. (2006). Bases para la creación de una metodología de adopción de comercio electrónico para las mipymes chilenas. Talca: P Rev. Fac. Ing. - Univ. Tarapacá, vol. 14 N° 1.
- Porter, M. (2007). Estrategias competitivas. Copyright Online Executive Education. .
- Porto, J. (2014). Fuentes de financiación. Buenos Aires.
- Pyme, I. (20 de Septiembre de 2016). <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3495/Mercado-Potencial>. Obtenido de Mercado potencial: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3495/Mercado-Potencial>
- Quintero, S. (13 de 08 de 2017). (L. Navarro, & K. Quintero, Entrevistadores)
- Ramirez Gonzales, Y. F. (24 de Junio de 2015). Reseña histórica de Rio de Oro Cesar. Obtenido de <http://riodeoro-cesar.gov.co/apc-aa-files/33626664306562343237326664663061/datos-de-rio-de-oro.pdf> .
- Ramírez, A., Vidal, M., & Domínguez, R. (03 de 2009). Eumed. Recuperado el 15 de 08 de 2017, de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Ramírez, A., Vidal, M., & Rodríguez, D. (2009). Eumed. Recuperado el 02 de 09 de 2017, de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

- Ramirez, R. (2004). Factores que contribuyen al éxito o fracaso de proyectos comunitarios. 50 REVISTA INVI 184-245.
- Revista Dinero. (14 de Abril de 2016). <http://www.dinero.com/edicion-impresapymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>. Obtenido de Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia: <http://www.dinero.com/edicion-impresapymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>
- Rodriguez, J. (2000). Cómo administrar pequeñas y medianas empresas. Mexico: Ecafsa.
- Rovira, S. (2016). Innovación y desarrollo en America Latina. Mexico.
- Salud y seguridad. (3 de Enero de 2017). Revisión ISO 9001:2015. Obtenido de <http://www.sgs.co/es-ES/Health-Safety/Quality-Health-Safety-and-Environment/Quality/ISO-9001-2015-Revision.aspx>.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2004). Factores de producción. Bogotá.
- Sanso, R. (2011). Psicología aplicada a la seguridad informática.
- Sectorial. (15 de Mayo de 2014). https://www.sectorial.co/index.php?option=com_content&view=article&id=186:historia-del-negocio-textil-en-colombia&catid=40:informes-espe. Obtenido de Historia del sector textil en Colombia.
- Seguros y pensiones para todos. (1 de Septiembre de 2016). Riesgos. Obtenido de <https://segurosypensioneparatodos.fundacionmapfre.org/syp/es/seguros/definicion-seguro-asegurar/el-riesgo-asegurar/que-es-el-riesgo-asegurar/>.
- Serna Gomez, H. (1999). Gerencia Estrategica. Santafé de Bogotá: Editores Limitada.
- Smith. (1994). Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones;. Mexico: versión en español del Fondo de Cultura Económica.
- Spiegel, H. W. (2016). El desarrollo del pensamiento económico. Barcelona: versión en español de Ediciones Omega, S.A.
- Stone, D. (2008). Política Pública global, Comunidades de Política Transnacional y sus Redes. Revista de Ciencias Políticas.
- Surtigas. (7 de Junio de 2016). <http://www.surtigas.com.co/certificaciones.php>. Obtenido de Certificaciones: <http://www.surtigas.com.co/certificaciones.php>
- Tamta, D. (7 de Septiembre de 2009). <http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/11/CriterioLibre11art06.pdf>.

- Obtenido de Cadenas productivas y productividad de las mipymes:
<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/11/CriterioLibre11art06.pdf>
- Tierra Colombiana. (2016). Sector textiles Colombianos. Bogotá.
- Trujillo, F. (2006). Direccionamiento estratégico. San José.
- Unisdr. (2004). <https://www.unisdr.org/2004/campaign/booklet-spa/page4-spa.pdf>. Obtenido de Amenazas.
- Universidad Nacional de Colombia. (10 de Marzo de 2015).
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap2-2-6.htm>.
 Obtenido de Desarrollo Tecnológico:
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap2-2-6.htm>
- Valentín Azofra, A. (2013). Nociones de economía y empresa. . Editorial Teledasa.
- Van Dalen, D. B., & Meyer, W. J. (2011). Manual de técnica de la investigación educacional. Lima: Esparsa.
- Vargas, a. (2011). Modelo para la elaboración de un plan de negocios para la empresa pequeña y mediana.
- Vargas, a. (2011). Modelo para la elaboración de un plan de negocios para la empresa pequeña y mediana.
- Vargas, A. C. (Agosto de 2016). <http://archivo.ucr.ac.cr/docum/ISOEIC27000.pdf>. Obtenido de Que es el sistema de gestión de seguridad de la información.
- Velez. (24 de Octubre de 2015).
http://www.camaramedellin.com.co/site/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=Core_Download&EntryId=64&PortalId=0&TabId=515. Obtenido de Tecnología e innivación, impacto en la competitividad:
http://www.camaramedellin.com.co/site/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=Core_Download&EntryId=64&PortalId=0&TabId=515
- Villalon Huertas, A. (29 de Octubre de 2016). <http://www.shutdown.es/ISO17799.pdf>. Obtenido de Sistema de gestion de seguridad de la información.
- Zona económica. (17 de Enero de 2012). <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.
 Obtenido de Estudio financiero: <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Apéndice

Apéndice 1. Encuesta: Dirigida a los propietarios de las granjas avícolas situadas en el municipio de Ocaña Norte de Santander.



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

OBJETIVO: Conocer la aceptación que tienen las bandejas de huevo elaborados con material reciclado en el municipio de Ocaña norte de Santander.

1. ¿Qué cantidad de bandejas de huevo compra mensualmente?

1.000 - 5.000____ 5.000 – 10.000____ 10.000 – 25.000____

25.000 – 50.000____ 50.000 – 100.000____ 100.000 – 250.000____

Otro____ Cuántos_____

2. ¿Cuándo usted compra los cartones de huevo como los compra?

Individual____ Rollo de bandeja____

3. ¿A qué precio compra estas bandejas de huevo?

\$100____ \$200____ \$205____ \$206____ \$300____ Otro____ Cual_____

4. ¿Qué bandeja utiliza con más frecuencia?

Pequeña (huevo pipo)____ Mediana (huevo AA)____ Grande (huevo jumbo)____

5. ¿En qué ciudad compra estas bandejas de huevo?

Bucaramanga____ Bogotá____ Otra____ Cual_____

6. ¿Cuáles características considera más importantes al elegir un proveedor de cartones de huevo?

Precio____ Calidad____ Resistencia____ Durabilidad____ Puntualidad a la hora de entregar los pedidos____ Otra____ Cual_____

7. ¿Con que frecuencia realiza sus pedidos?

Diario____ Semanal____ Quincenal____ Mensual____ Otro____ Cual_____

8. ¿A través de que canal de distribución reciben su pedido?

Proveedor____ Distribuidor mayorista____

9. ¿De estas opciones de pago cual es la que más utiliza?

De contado ____ A crédito ____ Credi-contado____ Otra____

Cual_____

10. Si le ofrecieran cartones de huevo elaborados en Ocaña con materiales reciclados y a un precio inferior que el de su actual proveedor ¿estaría dispuesto a comprarlo?

Si____ No____ Porque_____

Si la respuesta anterior es afirmativa continúe con la siguiente

11. ¿Dónde le gustaría recibir las bandejas de huevo?

En la fábrica de producción____ En la granja avícola____ Otra____

Cual_____

12. ¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicada esta productora de cartones de huevo?

La ermita____ Aguas claras____ Venadillo____ Otra____

Cual_____

13. ¿A través de qué medio publicitario le gustaría que se diera a conocer el producto?

Radio____ TV____ Periódico____ Redes Sociales____ Páginas Web____

Otro____ Cuales_____