

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(80)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	SONIA CRISTINA QUINTERO TORRADO DIANA MARCELA DURÁN SARMIENTO		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	JAVIER NUMA		
TÍTULO DE LA TESIS	PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>La realización de estudios de factibilidad para la creación de empresas son parte importante en la generación de ideas a ejecutarse para promover el desarrollo de una región, ahora cuando están relacionados con el sector de la construcción se convierte en una alternativa de desarrollo, es por eso que el presente trabajo presenta la propuesta para la creación de una empresa distribuidora de materiales de construcción en la ciudad de Ocaña.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 80	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 10	CD-ROM: 1



**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE
SANTANDER**

**SONIA CRISTINA QUINTERO TORRADO
DIANA MARCELA DURÁN SARMIENTO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2014**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE
SANTANDER**

**SONIA CRISTINA QUINTERO TORRADO
DIANA MARCELA DURÁN SARMIENTO**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
Administradoras de Empresas**

**Director
JAVIER NUMA
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 Generales	15
1.2.2 Objetivos específicos	15
1.3 JUSTIFICACION	16
1.4 DELIMITACIONES	16
1.4.1 Conceptual	16
1.4.2 Operativa	16
1.4.3 Temporal	16
1.4.4 Geográfica	17
2. MARCO REFERENCIAL	18
2.1 MARCO HISTÓRICO	18
2.1.1 Historia a nivel mundial de los materiales de construcción	18
2.1.2 Historia a nivel nacional de los materiales de construcción	19
2.1.3 Historia a nivel local de los materiales de construcción	19
2.2 MARCO TEÓRICO	19
2.2.1 Teoría de la Empresa	19
2.2.2 Teoría del Valor Trabajo	20
2.2.3 Teoría del proceso administrativo	21
2.3 MARCO CONCEPTUAL	21
2.3.1 Estudio de mercados	21
2.3.2 Estudio técnico	23
2.3.3 Estudio administrativo	23
2.3.4 Estudio financiero	24
2.3.5 Estudio socio ambiental	25
2.4 MARCO LEGAL	25
2.4.1 Constitución Política Nacional	25
2.4.2 Código de Comercio	25
3. DISEÑO METODOLÓGICO	28
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
3.2 POBLACIÓN	28
3.3 MUESTRA	28
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	30

3.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	30
3.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	31
3.6.1 Análisis de la encuesta realizada.	31
4. RESULTADOS	38
4.1 ESTUDIO DE MERCADOS	38
4.1.1 Descripción de la empresa	38
4.1.1.1 Características de la empresa	40
4.1.2 Descripción de la demanda.	40
4.1.2.1 Proyección de la demanda	40
4.1.3 Oferta	40
4.1.3.1 La competencia	40
4.1.4 Precio	41
4.1.5 Canales de distribución	41
4.1.6 Publicidad	41
4.2 ESTUDIO TÉCNICO	42
4.2.1 Localización	42
4.2.1.1 Macro localización	42
4.2.1.2 Micro localización	42
4.2.2 Requerimiento Físico	42
4.2.3 Tamaño del Proyecto	43
4.2.3.1 Capacidad Diseñada	43
4.2.3.2 Capacidad instalada.	43
4.2.4 Distribución en planta.	43
4.2.5 Necesidades del recurso humano	43
4.2.6 Proceso de venta del producto.	44
4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	44
4.3.1 Misión	44
4.3.2 Visión	44
4.3.3 Políticas de calidad	45
4.3.4 Valores corporativos	45
4.3.5 Objetivos	45
4.3.6 Estrategias de la empresa	45
4.3.6 Estructura organizacional	46
4.3.7 Manual de funciones	47
4.3.8 Manual de procedimientos.	51
4.3.9 Reglamento interno de trabajo para la Ferretería Circunvalar	52
4.3.10 Aspectos legales.	57
4.4 ESTUDIO ECONÓMICO	58
4.4.1 Gastos de funcionamiento	58
4.4.2 Gastos de personal	59
4.4.3 Resumen de gastos año 1	60
4.4.4 Ingresos operacionales anuales percibidos por la Ferretería Circunvalar	60
4.4.5 Depreciación y diferidos	61
4.4.6 Capital de trabajo	62

4.4.7 Balance inicial	62
4.4.8 Estado de resultados proyectado	63
4.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA	65
4.5.1 Valor presente neto (VPN)	65
4.5.2 Valor actual neto	65
4.5.3 Razón costo beneficio (RCB)	66
4.5.4 Tasa interna de retorno	66
4.6 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL	68
4.6.1 Estudio social	68
4.6.2 Evaluación ambiental	68
5. CONCLUSIONES	70
6. RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	72
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	73
ANEXOS	74

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Flujograma de proceso de venta del producto.	44
Figura 2. Organigrama	46

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Sitio al que acude usted cuando tiene la necesidad de comprar materiales para la construcción.	31
Tabla 2. Aspectos por los cuales las personas eligen determinada ferretería.	32
Tabla 3. Productos que adquiere con más frecuencia.	33
Tabla 4. Realización de pedidos a otras ciudades por no encontrar lo que necesita.	34
Tabla 5. Opinión acerca de comprar materiales para construcción a buen precio, variedad y con calidad en un nuevo lugar	34
Tabla 6. Disposición de apoyo a la creación la empresa propuesta.	35
Tabla 7. Sitio donde proponen los encuestados la ubicación de la empresa.	36
Tabla 8. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la distribuidora de materiales.	37

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Sitio al que acude usted cuando tiene la necesidad de comprar materiales para la construcción.	31
Gráfica 2. Aspectos por los cuales las personas eligen determinada ferretería	32
Gráfica 3. Productos que adquiere con más frecuencia	33
Gráfica 4. Realización de pedidos a otras ciudades	34
Gráfica 5. Opinión acerca de comprar materiales para construcción a buen precio, variedad y con calidad en un nuevo lugar	35
Gráfica 6. Disposición de apoyo a la creación la empresa propuesta.	35
Gráfica 7. Sitio donde proponen los encuestados la ubicación de la empresa.	36
Gráfica 8. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la distribuidora de materiales.	37

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Ocaña	75
Anexo B. Logotipo	77
Anexo C. Slogan	78
Anexo D. Pauta publicitaria	79
Anexo E. Distribución en planta	80

RESUMEN

El desarrollo de la propuesta para la creación de una empresa distribuidora de materiales de construcción en la ciudad de Ocaña, tuvo como punto de partida, el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales consistieron en diseñar el estudio de mercados para determinar la oferta, precios, demanda, canales de distribución y publicidad. Así mismo, se realizaron los estudios técnico, administrativo y legal, estudio económico, evaluación económica, social y ambiental.

El tipo de investigación fue descriptiva, la población objeto de estudio son las unidades familiares del municipio de Ocaña, utilizando como instrumento la encuesta, siendo analizados sus resultados en forma cuantitativa y cualitativa de cada una de las respuestas brindadas.

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

INTRODUCCIÓN

La realización de estudios de factibilidad para la creación de empresas son parte importante en la generación de ideas a ejecutarse para promover el desarrollo de una región, ahora cuando están relacionados con el sector de la construcción se convierte en una alternativa de desarrollo, es por eso que el presente trabajo presenta la propuesta para la creación de una empresa distribuidora de materiales de construcción en la ciudad de Ocaña, teniendo en cuenta que es necesaria un negocio que oferte la variedad de productos para la construcción, que facilite a los ocañeros y habitantes de los pueblos circunvecinos la adquisición de los mismos, dada la demanda que en los últimos tiempos se ha visto en la región.

Para el desarrollo del proyecto, se ejecutaron los objetivos planteados, los cuales consistieron en diseñar el estudio de mercados para determinar la oferta, precios, demanda, canales de distribución y publicidad. Así mismo, se realizaron los estudios técnico, administrativo y legal, estudio económico, evaluación económica, social y ambiental.

Es así como se determinó la viabilidad de crear una empresa distribuidora de materiales de construcción en el municipio de Ocaña, con la posibilidad de ofrecer un mejor servicio y atención en la venta, como alternativa para los constructores y ciudadanía en general, ofreciendo productos de alta calidad y a buenos precios.

1. PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Un material de construcción, es una materia prima o con más frecuencia un producto manufacturado, empleado en la construcción de edificios u obras de ingeniería civil. Los materiales de construcción se emplean en grandes cantidades, por lo que deben provenir de materias primas abundantes y baratas. Por ello, la mayoría de los materiales de construcción se elaboran a partir de materiales de gran disponibilidad como arena, arcilla o piedra.

La construcción es uno de los jalonadores del crecimiento económico y una de las actividades de mayor influencia en el desarrollo del país. En los últimos años este sector ha tenido un gran desarrollo en la ciudad de Ocaña, es así que se ha mostrado un cambio físico en cuanto a sus construcciones, ya las casas antiguas han venido desapareciendo, no existen lotes baldíos, todo ello debido a que se ha invertido en edificaciones, algunas grandes otras medianas o pequeñas, pero aún así, la demanda de materiales dada en la ciudad debido a ello es considerable, tanto que las estructuras que ahora se ven, algunas son con materiales poco comercializados en la ciudad debido a la innovación, lo que genera que se deba acudir a proveedores de otras ciudades, ocasionando además de costos, pérdida de tiempo.

En el municipio de Ocaña, existen muchas ferreterías que distribuyen materiales para construcción, pero en la actualidad este mercado ha tenido grandes avances, tanto que materiales como talaveras, sillares, esquineras, revestimientos murales, enchape de lajas, entre otros materiales necesarios para edificar no se consiguen en la ciudad, por lo cual el constructor debe acudir a varias empresas proveedoras ubicadas en otras ciudades, para poder adquirir la totalidad de los materiales requeridos para la construcción.

1.1.1 Formulación del problema. ¿Qué beneficio tiene para la ciudad de Ocaña, la creación de una empresa distribuidora de materiales de construcción?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Generales. Realizar una propuesta para la creación de una empresa distribuidora de materiales de construcción en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.2.2 Objetivos específicos. Diseñar el estudio de mercados para determinar la oferta, precios, demanda, canales de distribución y publicidad.

Realizar el estudio técnico donde se determine el tamaño del proyecto, su localización, los equipos requeridos y el número de personas necesarias para su funcionamiento.

Definir a través del estudio administrativo y legal, la estructura organizacional de la empresa.

Cuantificar la inversión a través del estudio económico para determinar los costos, ingresos y egresos del proyecto.

Plantear la evaluación económica para conocer el nivel de rentabilidad del proyecto.

Evaluar social y ambientalmente la propuesta, para medir su impacto dentro de la población ocañera.

1.3. JUSTIFICACION

En la ciudad de Ocaña es necesaria la creación de una empresa distribuidora de materiales para la construcción que facilite a sus habitantes y lo de los pueblos circunvecinos la adquisición de los mismos, dada la demanda que en los últimos tiempos se ha visto en la región.

El proyecto propone una alternativa, para los constructores y ciudadanía en general, de adquirir la totalidad de los materiales necesarios para la construcción, en un solo lugar.

Al entrar en acción la empresa distribuidora de materiales para la construcción que se propone, contará con personal capacitado, especializado y con experiencia en este campo, donde se le brindará un excelente servicio en el momento de atenderlo.

El mercado al cual va dirigida la propuesta, es extenso, debido que en la provincia existen muchas personas que tienen la necesidad de adquirir esta clase de productos como lo son los materiales de construcción, para lo cual se pretende disponer de mecanismos estratégicos de publicidad, con el fin de impulsar y promocionar la empresa distribuidora de materiales para construcción.

1.4 DELIMITACIONES

1.4.1 Conceptual. La articulación del proyecto requiere de la aplicación teórica en aspectos relacionados: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico, evaluación económica, social y ambiental, y temática relacionada con la construcción.

1.4.2 Operativa. El cumplimiento de los objetivos del presente trabajo, puede verse afectado por factores ajenos a los autores; sin embargo, en caso de presentarse inconvenientes, se buscará la asesoría a través del director del trabajo de grado.

1.4.3 Temporal. Se determina que el proyecto para su realización tenga una duración de ocho (8) semanas, de acuerdo con el cronograma de actividades que se incorpora al anteproyecto.

1.4.4 Geográfica. La propuesta tendrá su desarrollo en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 Historia a nivel mundial de los materiales de construcción. Los materiales son las sustancias que componen cualquier cosa o producto. Desde el comienzo de la civilización, los materiales junto con la energía han sido utilizados por el hombre para mejorar su condición. Las primeras edades en las que se clasifica nuestra historia llevan sus nombres de acuerdo al material desarrollado y que significó una época en nuestra evolución. La edad de piedra con las primeras herramientas y armas para cazar fabricadas en ese material, la edad de bronce en la que se descubre la ductilidad y multiplicidad de ese material, seguida de la edad de hierro en la que este reemplaza al bronce por ser un material más fuerte y con más aplicaciones, etc. Los productos de los que se ha servido el hombre a lo largo de la historia para mejorar su nivel de vida o simplemente para subsistir han sido y son fabricados a base de materiales, se podría decir que estos están alrededor de nosotros estemos donde estemos. De ellos depende en parte nuestra existencia. Hay muchos más materiales de los que utilizamos día a día, los que vemos en las ciudades o los que utilizamos en nuestro quehacer diario.

Desde sus comienzos, el ser humano ha modificado su entorno para adaptarlo a sus necesidades. Para ello ha hecho uso de todo tipo de materiales naturales que, con el paso del tiempo y el desarrollo de la tecnología, se han ido transformando en distintos productos mediante procesos de manufactura de creciente sofisticación. Los materiales naturales sin procesar (arcilla, arena, mármol) se suelen denominar materias primas, mientras que los productos elaborados a partir de ellas (ladrillo, vidrio, baldosa) se denominan *materiales de construcción*. No obstante, en los procesos constructivos muchas materias primas se siguen utilizando con poco o ningún tratamiento previo. En estos casos, estas materias primas se consideran también materiales de construcción propiamente dichos.

Por este motivo, es posible encontrar un mismo material englobado en distintas categorías: por ejemplo, la arena puede encontrarse como material de construcción (lechos o *camas* de arena bajo algunos tipos de pavimento), o como parte integrante de otros materiales de construcción (como los morteros), o como materia prima para la elaboración de un material de construcción distinto (el vidrio, o la fibra de vidrio). Los primeros materiales empleados por el hombre fueron el barro, la piedra, y fibras vegetales como madera o paja.

Los primeros "materiales manufacturados" por el hombre probablemente hayan sido los ladrillos de barro (adobe), que se remontan hasta el 13.000 a. C., mientras que los primeros ladrillos de arcilla cocida que se conocen datan del 4.000 a. C.¹

¹ORTEGA ANDRADE, Francisco. Historia de la construcción (on line). 1 ed. [España]: Universidad Gran Canaria, ene., 2009 [citado 23 ago., 2013]. Disponible en: http://editorial.cda.ulpgc.es/estructuras/construccion/1_historia/

Entre los primeros materiales habría que mencionar también tejidos y pieles, empleados como envolventes en las tiendas, o a modo de puertas y ventanas primitivas.

2.1.2 Historia a nivel nacional de los materiales de construcción. En general los materiales de construcción se pueden clasificar en tres grupos: primitivos (fáciles de conseguir en la naturaleza) tales como ramas, cañas, hierbas, hojas, etc., los tradicionales (que requieren de una fabricación más o menos compleja), como mármol, ladrillo, baldosas, metal, vidrio, etc. y los modernos (sustancias relativamente nuevas) como el acero, madera contrachapada, plásticos, materiales cerámicos avanzados, etc. En la historia de la ingeniería y la arquitectura en Colombia se ha utilizado una gran variedad de materiales. Sin embargo se han saltado etapas, o no se han desarrollado de manera adecuada, lo que ha hecho que la estética de las ciudades sea muy disímil o permanezca por tiempo prolongado igual, mientras que en el mundo cambia. Aunque con el paso de los años esta imagen está cambiando, se está tomando conciencia de la importancia de la estética de la ciudad y lo favorable que es para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.²

2.1.3 Historia a nivel local de los materiales de construcción. En la región, específicamente en la ciudad de Ocaña, afortunadamente, la construcción es consciente del cambio de situación. La región es favorecida por su suelo de macizos montañosos, lo cual hace que la extracción de materiales como la arcilla para la elaboración de ladrillos sea ventajosa. En la ciudad se encuentran algunos negocios dedicados a la venta de materiales para construcción, entre los que se encuentra la Ferretería Silva Gómez, una de las más antiguas de la ciudad, que se dedica a la venta de artículos de ferretería y construcción. Además de ellas, se encuentran entre las más destacadas: Ferretería Bohórquez (barrio Las Llanadas), Ferretería Torcoroma (Mercado Público), Ferretería La Primavera (barrio La Primavera).

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Teoría de la Empresa. Estudio del comportamiento de las organizaciones empresariales, de cómo compran las materias primas, de las técnicas de producción, de las cantidades que producen y de cómo fijan los precios. La teoría tradicional supone que la empresa pretende maximizar beneficios. Las interpretaciones más recientes intentan tener en cuenta las complejas características de las empresas modernas, que suelen tener varias líneas de producción y en las que asumir decisiones se logra, en mayor o menor medida, de forma descentralizada. Así, según las concepciones modernas, las empresas prefieren aplazar el objetivo de la maximización de ganancias para lograr beneficios satisfactorios e intentan maximizar las ventas o el crecimiento de la empresa.

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

²BIBLIOTECA LUIS ANGEL ARANGO. Materiales para construcción en Colombia (online). 1 rev. [s.l.]: may., 2009 [citado 23 jul., 2013]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/matcon/matcon2.htm>

objetivos de la organización dependan de las consecuencias de estos conflictos. Los defensores de esta teoría afirman que las empresas deberían tener varios objetivos (incrementar su producción, su cuota de mercado, el valor de sus acciones, sus ventas y beneficios), y cada uno de estos objetivos un directivo responsable.³⁴ Estos directivos diseñarán líneas de acción para alcanzar sus objetivos, pero en ocasiones habrán de llegar a acuerdos con los responsables de otros departamentos, que pueden tener objetivos diferentes. De las negociaciones entre los directivos surgirán los fines globales de la organización. Además, esta teoría defiende que, a diferencia de la teoría tradicional que suponía que la adopción de decisiones se hacía de modo racional, en la práctica los objetivos se alcanzan de forma imperfecta y, por lo tanto, pueden ser incompatibles con las políticas existentes. Por otra parte, esta teoría afirma que los objetivos pueden cambiar con el tiempo por diversas causas, como la experiencia acumulada o la falta de comunicación entre los altos ejecutivos y los ejecutivos intermedios (en quienes se suelen delegar importantes decisiones), que a veces hacen difícil el cumplimiento de los objetivos impuestos por los altos directivos.

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

2.2.2 Teoría del Valor Trabajo. Teoría del valor trabajo, principio que afirma que el valor de un bien o servicio depende de forma directa de la cantidad de trabajo que lleva incorporado. Adam Smith pensaba que el trabajo era la unidad de medida exacta para cuantificar el valor, pero no el factor determinante de los precios. Durante los 25 años posteriores al fallecimiento de Smith, David Ricardo desarrolló la teoría del valor trabajo en sus Principios de economía política y de la imposición (1817) en la que afirmaba que todos los costos de producción son, de hecho, costos laborales que se pagan, bien de una forma directa o bien acumulándolos al capital (por ejemplo, maquinaria adquirida gracias al esfuerzo de los trabajadores). Por ello se defendía que los precios dependerían de la cantidad de trabajo incorporado en los bienes o servicios. Sin embargo, el posible fallo de la teoría es que si dos bienes se producen utilizando la misma cantidad de factor trabajo, pero uno de ellos utiliza más factor capital, el productor del bien intensivo en capital tendrá que recoger el valor de este capital e incluirlo en el precio si quiere obtener la misma tasa de beneficios o ganancias que la del productor del bien intensivo en trabajo. No obstante, la teoría del valor basada en el trabajo se convirtió en un principio fundamental en el pensamiento económico de Karl Marx, que suponía que sólo el factor trabajo podía crear valor.³

³UNAL. Teoría Del Valor Trabajo. [Online]. Actualizado en el 2006. [Citado el 18 de sep., 2013]. Disponible en Internet En: [http://www.fce.unal.edu.co/docs/ Teoría Del Valor Trabajo. _092-1997.pdf](http://www.fce.unal.edu.co/docs/Teoría%20Del%20Valor%20Trabajo._092-1997.pdf) p.2

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

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

Fayol identificó cinco reglas o deberes de la administración:

Planeación: diseñar un plan de acción para el mañana.

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

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

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

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

Más importante aún, Fayol creía que la administración se podía enseñar. Le interesaba mucho mejorar la calidad de la administración y propuso varios principios para orientar el quehacer administrativo.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Estudio de mercados.⁴ Es una técnica sistematizada de recopilación e interpretación de datos que sirven a la dirección de una empresa, para la adecuada toma de decisiones para establecer así una correcta política de mercado: tiene como objetivo proporcionar una información útil para la identificación y solución de los diversos problemas de la empresa.

Con el proyecto se busca, primeramente, hacer un estudio de mercados con el fin de conocer la aceptación para la creación de una empresa distribuidora de materiales para la construcción en la ciudad de Ocaña, recopilando e interpretando la información necesaria que le permita mejorar la política de mercadeo y ampliar la cobertura del mercado.

⁴ LOPEZ Carlos. Investigación de mercados. [on line]. citado el 1 de julio de 2012. madrid, España. Actualizado el 16 de enero de 2013. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no%209/invmos.htm>

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

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

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

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

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

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

Servicio.⁵ Al hablar de servicio se hace referencia a todo que se puede ofrecer a determinado mercado para que se adquiera, se use, se consuma o se le preste atención con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad. El servicio puede llegar a ser tangible o intangible. Las características del servicio son eficacia, funcionalidad, rapidez, oportunidad, atención al usuario, honradez, conformidad.

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

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

⁵ FISCHER DE LA VEGA Laura, ESPEJO Jorge. Investigación de mercados. 4 ed McGraw-Hill. Mexico1993. p.162. ISBN 9786071505392

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

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

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

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

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

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

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

2.3.3 Estudio administrativo. Otra de las etapas que conlleva al proyecto es el estudio administrativo, suponiendo la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, identificación de canales de comunicación y definición de personal necesario para la operación de la entidad; como fase del estudio de factibilidad presenta componentes, tales como la misión que constituye el propósito general de una organización y en cuyo logro deben ir enfocados los planes y recursos de la entidad; los estatutos o normas internas que le permitan a una empresa tener

calidad sobre su funcionamiento, manejo y disposiciones legales. Así mismo, el manual de funciones y organigrama, el primero se presenta como una herramienta organizacional en la que se describe las funciones que tienen los trabajadores en su respectivo cargo, recopila las actividades de cada operario, los requisitos, dependencia que pertenece y la definición del cargo. El organigrama es la representación gráfica de la estructura formal empresarial, siendo su importancia la comprensión de las relaciones de autoridad y empalme entre los órganos de nuevo ente.⁶

2.3.4 Estudio financiero. El estudio financiero, es la técnica que permite analizar los estatutos contables de la empresa, con el fin de tomar decisiones encaminadas a la optimización de los recursos financieros y a la planeación y control financiero de la empresa.

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

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

Elementos que lo componen el estudio financiero.

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

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

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

⁶ RAMIREZ CARDONA, Carlos. Op cit. p.182.

Formular los estados financieros de; Pérdidas y ganancias, Balance general, Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo.

Pasos para elaborar el estudio financiero.

Se deben de concentrar en la hoja de cálculo toda la información, como los son los diferentes tipos de inversiones a realizar, los gastos de constitución, los de operación, tasas de impuestos, tasa del préstamo, el rendimiento que pide el inversionista y el precio de venta del bien o servicio.

Se elabora un cuadro en el cual debemos de obtener el valor de rescate de las inversiones, así como el importe de la depreciación o amortización anual de cada una de ellas.

Presupuesto de inversiones. Es necesario conocer y plasmar las diferentes inversiones que se realizarán durante el periodo de vida del proyecto.

Presupuesto de producción. Se elabora un flujo de efectivo tomando como base los datos anteriores, para obtener el flujo de operación.

Flujo neto de efectivo. Se elabora un concentrado en el cual se integran por año el flujo neto de inversiones, el de operación para realizar una suma algebraica y así obtener los flujos de efectivo.⁷

2.3.5 Estudio socio ambiental. Este consta de un estudio social, que es aquel que tiene en cuenta los cambios en el nivel de vida, salud y recreación y todo aquello que modifique los patrones de ingreso y consumo y su redistribución en los grupos sociales. Y el estudio ambiental, en esta etapa de medición de la factibilidad del proyecto consiste en la evaluación del impacto de la nueva entidad sobre el medio natural en el que realiza sus operaciones.

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Constitución Política Nacional. Art. 16. Todas las personas tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad sin más limitaciones que las que imponen los derechos de los demás y el Orden Jurídico.

Art. 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

2.4.2 Código de Comercio. Capítulo II. Deberes de los comerciantes. Artículo 19. Es obligación de todo comerciante:

⁷Ibid. p.183

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Artículo 25. Define a la empresa como toda actividad económica organizada para la Producción, transformación, circulación, administración y custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 26. Establece que el registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de los todos actos, libros y documentos, respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.

El registro mercantil será público.

Artículo 27. Ordena que el registro mercantil se llevara para las cámaras de comercio.

Impuesto de Industria y Comercio. Art. 22. El Impuesto de Industria y Comercio es un gravamen de carácter general y obligatorio, cuyo hecho generador lo constituye la realización de actividades industriales como comerciales y de SS, incluidas la del sector financiero y las denominadas profesiones liberales, dentro del municipio de Ocaña directa o indirectamente por personas naturales o jurídicas o por sociedades de hecho; ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional, e inmuebles determinados, con establecimiento de comercio o sin ellos.⁸

Ley 232 de 1995. Mediante esta ley se dictan normas para el funcionamiento.

Art. 1. Ninguna autoridad podrá exigir licencia o permiso de funcionamiento para la apertura de los establecimientos comerciales definidos en el artículo 515 del Código de Comercio, o para continuar su actividad si ya lo estuvieren ejerciendo, ni exigir el cumplimiento de requisito alguno, que no estén expresamente ordenados por el legislador.

Art. 2. No obstante, lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos reúnan los siguientes requisitos:

Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio. Las

⁸ NUEVO CÓDIGO DE COMERCIO. Santafé de Bogotá: Momo Ediciones, 2000. p.15.

personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la entidad de planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrital respectiva.

Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la ley 9/79 y demás normas vigentes sobre la materia.

Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales, causantes de pago por derecho de autor se les exigirá los comprobantes de pago expedidos por la autoridad legalmente reconocida, de acuerdo con lo dispuesto por la ley 23/82 y las demás normas complementarias.

Tener matrícula mercantil vigente de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción.

Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o, quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.⁹

Art. 3. En cualquier tiempo las autoridades policivas podrán verificar el estricto cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo anterior.

Art. 46. Supresión de las licencias de funcionamiento sin perjuicio del régimen establecido para el Departamento Archipiélago de San Andrés Providencia y Santa Catalina, ningún establecimiento industrial, comercial o de otra naturaleza, abierto o no al público, requerirá licencia, permiso o autorización de funcionamiento o cualquier otro documento similar, salvo el cumplimiento de los requisitos que se enumeran en los artículos siguientes con el único propósito de garantizar la seguridad y salubridad pública.¹⁰

⁹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 232. (diciembre, 1995). Por la cual se dictan normas para el funcionamiento de para la apertura de establecimientos comerciales. Bogotá: El Ministerio, 1995. p.2.

¹⁰Ibid, p.5.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el proyecto se utilizó la investigación descriptiva, la cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.¹¹ Para el proyecto se utilizará la investigación descriptiva, por medio de la cual se aplicarán métodos cuantitativos que permitirán determinar la cantidad de personas objeto de estudio. Y cualitativo porque permitirá conocer las características de la población; de esta manera la investigación arrojará resultados definitivos y claros que ayudarán a conocer la factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de materiales de construcción en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

3.2 POBLACIÓN

La población objeto del proyecto la constituye la población de Ocaña, conformada por 20.915 familias según censo de Centrales Eléctricas;

Estrato	No de familias	Porcentaje
1	7.179	34%
2	7.329	35%
3	5.379	26%
4	1.028	5%
TOTAL	20.915	100%

Fuente: CENS, Ocaña. 2012.

3.3 MUESTRA

Teniendo en cuenta los requerimientos del trabajo y el tamaño de la población relacionada, se tomó el total de la población mencionada en este caso.

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

¹¹ VAN DALEN, Deobold B. y MEYER, William J. Manual de técnica de la investigación educacional (online). 2 rev. [México]: Noemágico, 2011 [citado 23 oct., 2013]. Disponible en: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

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

Donde:

n = muestra

N = población dada en el estudio = 20.915 familias

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Error poblacional dispuesto a asumir = 6% = 0.06

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

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

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

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

n = 263

Por lo cual se aplicaron en total 263 encuestas.

Prueba de viabilidad de La muestra:

Em =25

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

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

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

$$S = \sqrt{0.0009505}$$

$$Em = 2 (0.030830)$$

$$Em = 0.06$$

Error muestral < error probabilístico = 0.06 = 0.06

Muestra estratificada

Estrato 1.	263 x 34% = 89
Estrato 2.	263 x 35% = 92
Estrato 3.	263 x 26% = 68
Estrato 4.	263 x 5% = 14

Total de La muestra	263
---------------------	-----

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

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

El instrumento aplicado fue el cuestionario el cual se diseñó con base a preguntas de tipo cerrado y en algunos casos se solicitó justificación para solidificar las respuestas. (Anexo A)

3.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para la organización y tabulación de la información obtenida por la aplicación de la encuesta se analizó cuantitativamente mediante tablas y gráficas estadísticas que representadas adecuadamente darán mayor claridad y elevarán el nivel de confianza a los interesados y encargados de la revisión y puesta en marcha del proyecto. Se realiza interpretación cuantitativa, porque la información se clasifica y procesa por medio de unas tablas y gráficos, mediante los resultados de la encuesta y clasificación de las preguntas.

De igual manera, se efectúa análisis cualitativo, en el cual se evalúa paso a paso cada resultado de la encuesta, definiendo diagnóstico de cada interrogante y estableciendo categorías que permiten analizar de una mejor manera todo el contenido.

3.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

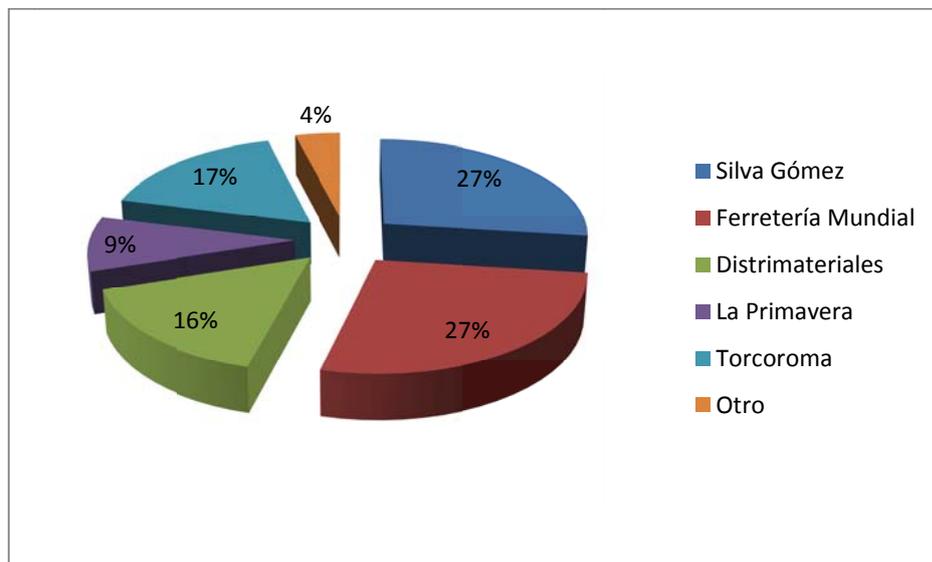
3.6.1 Análisis de la encuesta realizada.

Tabla 1. Sitio al que acude usted cuando tiene la necesidad de comprar materiales para la construcción.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Silva Gómez	72	27%
Ferretería Mundial	71	27%
Distrimateriales	42	16%
La Primavera	23	9%
Torcoroma	45	17%
Otro	10	4%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 1. Sitio al que acude usted cuando tiene la necesidad de comprar materiales para la construcción.



Fuente: Autoras del proyecto.

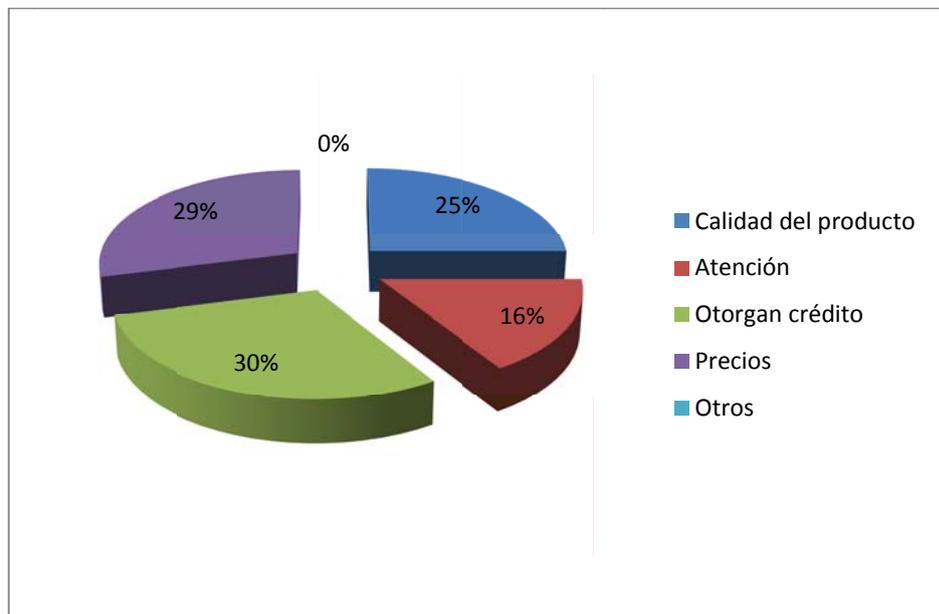
Del total de los encuestados, un 27% dice acudir a comprar materiales para la construcción a la Ferretería Silva Gómez y otro 27% a la Ferretería Mundial. En menor proporción, los ciudadanos encuestados acuden a la Ferretería Torcoroma, ubicada en el mercado público, en un 17%, un 16% acude a Distrimateriales y un 9% a la Ferretería La Primavera. En menor proporción, 4%, acuden a negocios que se encuentran ubicados en sus mismos barrios.

Tabla 2. Aspectos por los cuales las personas eligen determinada ferretería.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del producto	65	25%
Atención	43	16%
Otorgan crédito	80	30%
Precios	75	29%
Otros	0	0%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 2. Aspectos por los cuales las personas eligen determinada ferretería



Fuente: Autoras del proyecto.

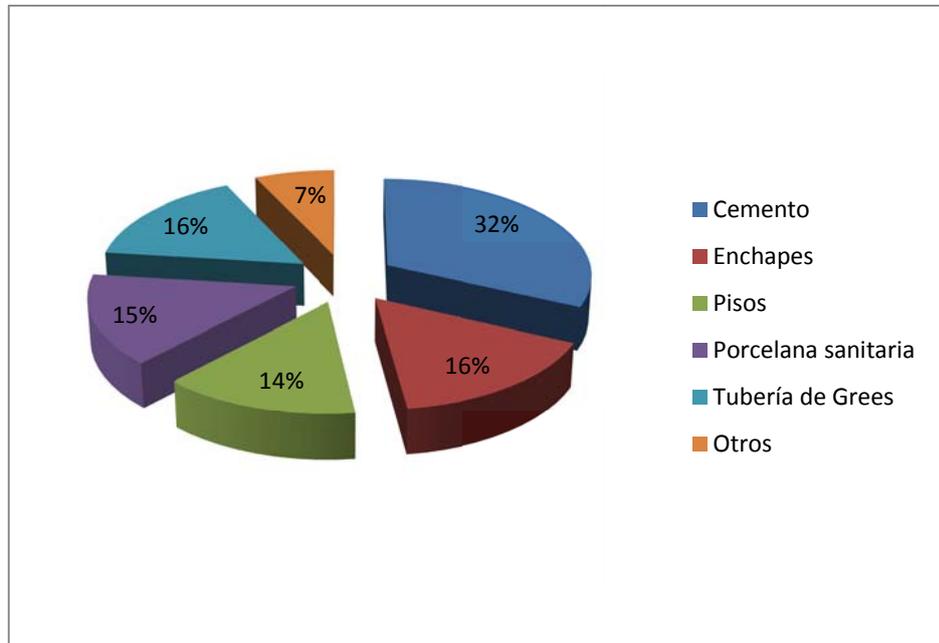
Las personas encuestadas opinan que han elegido el sitio de compra al que se hace referencia en la tabla 1, por: 30%, otorgan crédito, y en muchas ocasiones la compra es bastante elevada por lo que solicitan a la administración del negocio se les brinde crédito por no contar en el momento con la totalidad del dinero. Un 29% acude a esa ferretería por los precios, siendo éstos asequibles y cómodos para poder invertir. Otro 25% dice que la calidad del producto es bastante importante a la hora de construir y acudiendo al sitio escogido, sienten la seguridad del producto a adquirir. Un 16% opina que la atención que se le da atrae mucho, eligiendo el sitio por la confianza que se le brinda.

Tabla 3. Productos que adquiere con más frecuencia.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Cemento	85	32%
Enchapes	42	16%
Pisos	38	14%
Porcelana sanitaria	39	15%
Tubería de Grees	41	16%
Otros	18	7%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 3. Productos que adquiere con más frecuencia



Fuente: Autoras del proyecto.

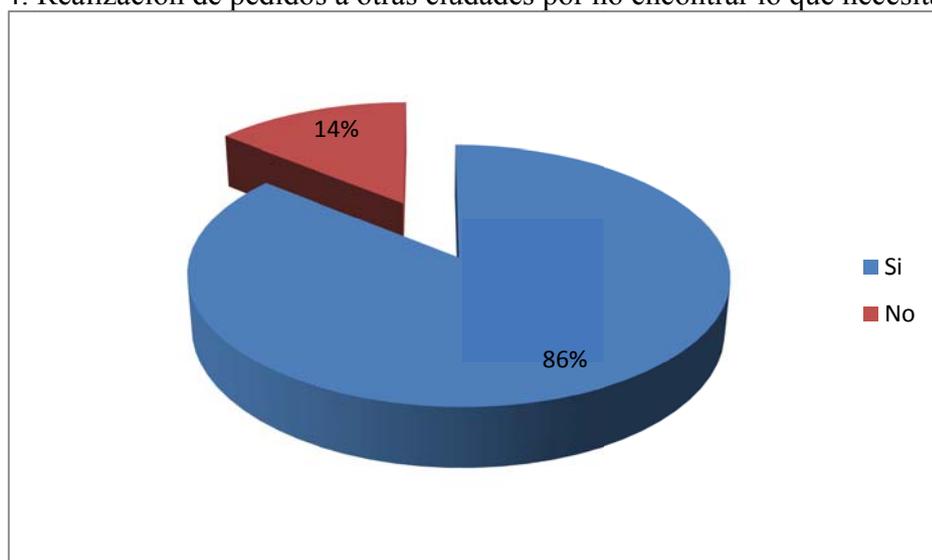
En cualquier construcción lo primero a adquirir es el cemento, por lo tanto es lo que se adquiere con más frecuencia por parte de los encuestados, 32%. Un 16% opina que los enchapes y la tubería de gres lo compra en cantidad para la obra que realiza. El 15% de encuestados dice adquirir la porcelana sanitaria y un 14% los pisos. El 7% restante adquiere el ladrillo o bloque, varillas, haciendo alusión este porcentaje de materiales que muchas veces no consiguen en la ciudad como las esquineras y enchapes murales.

Tabla 4. Realización de pedidos a otras ciudades por no encontrar lo que necesita.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	226	86%
No	37	14%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 4. Realización de pedidos a otras ciudades por no encontrar lo que necesita



Fuente: Autoras del proyecto.

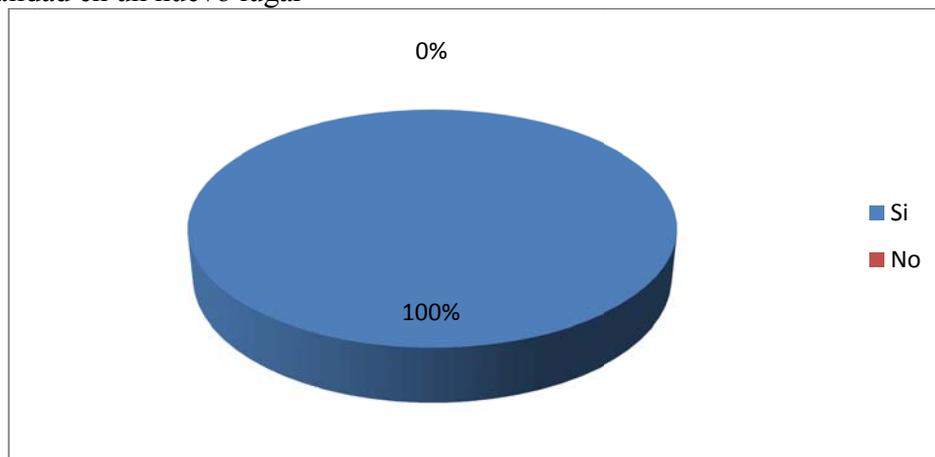
El 86% de las personas encuestadas, ha tenido que realizar pedidos a otras ciudades por no encontrar en los negocios de venta de materiales de Ocaña lo que necesita, aducen que muchas veces viajan para poder adquirir por su propia cuenta el producto, ya que en ocasiones se les envía productos que no han solicitado. Un 14% dice que aunque no realizan pedidos a otros lugares, si sería necesario que existiera un sitio donde conseguir todos los materiales de construcción en la ciudad.

Tabla 5. Opinión acerca de comprar materiales para construcción a buen precio, variedad y con calidad en un nuevo lugar

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	263	100%
No	0	0%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 5. Opinión acerca de comprar materiales para construcción a buen precio, variedad y con calidad en un nuevo lugar



Fuente: Autoras del proyecto.

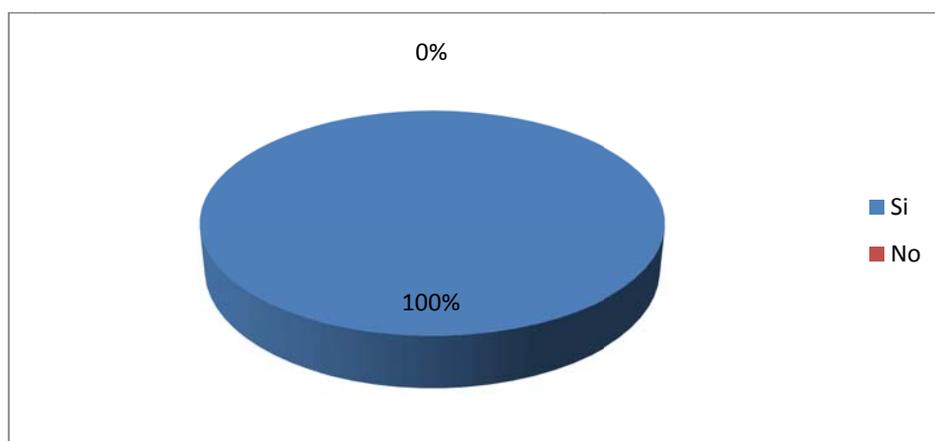
El 100% de las personas encuestadas están dispuestas a adquirir materiales a buen precio, variedad y con calidad, por lo tanto lo harían en un lugar donde se vendiera productos con todas estas características. Por lo tanto, esta respuesta indica cierta viabilidad para la creación de la empresa propuesta.

Tabla 6. Disposición de apoyo a la creación la empresa propuesta.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	263	100%
No	0	0%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 6. Disposición de apoyo a la creación la empresa propuesta.



Fuente: Autoras del proyecto.

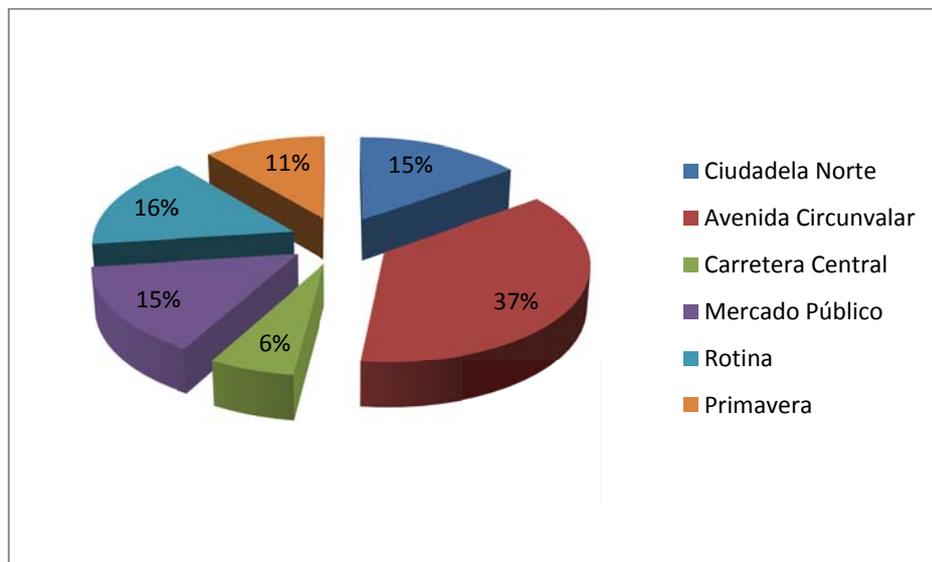
Como se comenta en la tabla 5, el 100% de las personas encuestadas, están dispuestas a adquirir el producto a buen precio, variedad y con calidad; por lo tanto, el mismo 100% dice que está de acuerdo con la creación de una empresa distribuidora de toda clase de materiales para la construcción en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander; dada la necesidad que se presenta en la ciudad y su provincia, en donde es notoria la inversión que se viene realizando con respecto a construcciones y viviendas.

Tabla 7. Sitio donde proponen los encuestados la ubicación de la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ciudadela Norte	38	15%
Avenida Circunvalar	98	37%
Carretera Central	15	6%
Mercado Público	40	15%
Rotina	43	16%
Primavera	29	11%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 7. Sitio donde proponen los encuestados la ubicación de la empresa.



Fuente: Autoras del proyecto.

La gran mayoría de encuestados, un 37%, le gustaría que la empresa distribuidora de toda clase de materiales para la construcción en la ciudad de Ocaña, fuera ubicada en la Avenida Circunvalar, aduciendo que es mejor puesto que muchas veces deben cargar en camiones bastante material y se genera congestión vehicular, además de evitar la contaminación que todos estos materiales puedan causar en la vecindad donde se ubique la ferretería. Un 16% dice que la Rotina sería también un sitio propicio para la ubicación del negocio, por ser un

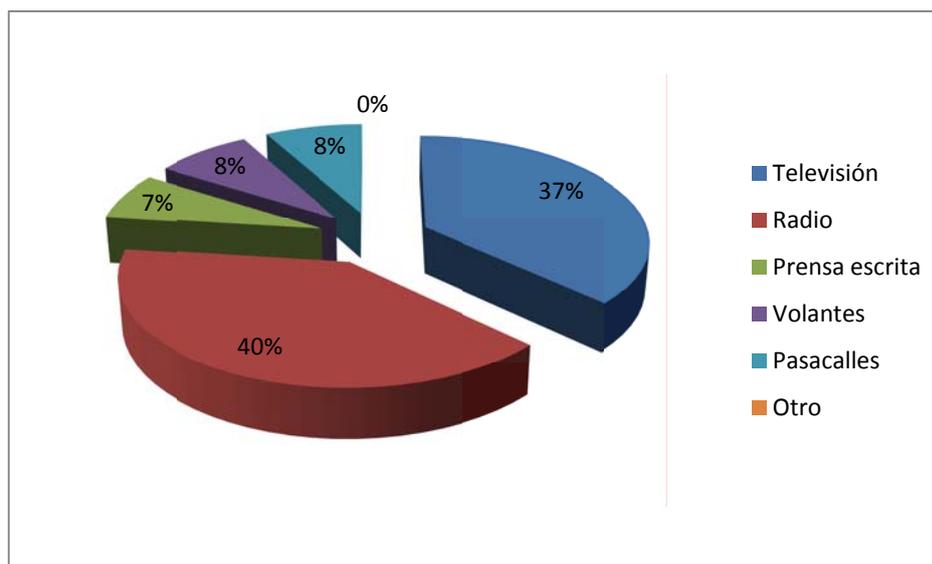
sector comercial, igualmente la Ciudadela Norte y el Mercado Público. La primavera es poco atraído, a la vez que el sector de la Carretera Central.

Tabla 8. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la distribuidora de materiales.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	98	37%
Radio	105	40%
Prensa escrita	18	7%
Volantes	20	8%
Pasacalles	22	8%
Otro	0	0%
Total	263	100%

Fuente: Autoras del proyecto.

Gráfica 8. Medio de comunicación preferido para dar a conocer la distribuidora de materiales.



Fuente: Autoras del proyecto.

En cuanto a los medios de comunicación que considera mejor para dar a conocer la existencia de la distribuidora de materiales, un 40% opina que la radio sería el mejor, dado que en Ocaña y la provincia se escucha mucho las emisoras regionales. El 37% dice que la televisión, dado que en la ciudad se cuenta con dos canales televisivos que pueden atraer al cliente. En menor proporción se cree que los volantes, pasacalles y prensa serían opciones a tener en cuenta.

4. RESULTADOS

4.1 ESTUDIO DE MERCADOS

4.1.1 Descripción de la empresa. La empresa distribuidora de materiales de construcción, brindará un servicio muy importante a la ciudadanía ocañera y pueblos circunvecinos, ya que en ella se encontrarán productos, que en la actualidad se están utilizando en edificaciones y que en la ciudad son difíciles de conseguir.

A continuación se presenta la lista de materiales a ofertar:

Materiales para construcción

Ladrillos
Bloques
Cemento y arena
Impermeabilizantes
Químicos de construcción

Drywall

Drywall
Accesorios de drywall
Perfiles para drywall

Hierro

Perfiles
Acero laminado
Hierro armado
Barras

Techos y Cubiertas

Tejas
Tejas Fibrocemento
Alambres
Mallas
Canales y bajantes

Maderas y tableros

Madera aserrada
Hardboard
MDF
OSB
Tableros aglomerados

Aislamientos

Aislamiento fibra de vidrio
Aislamiento foil metal
Aislamiento icopor

Termoacústicos

Escaleras

Comercial
Doméstica
Profesional

Pintura

Pinturas
Brochas y accesorios
Barnices, esmaltes y lacas
Estucos (resanes)
Pinturas industriales

Puertas

Puertas de interior
Puertas de seguridad
Marcos para puertas
Puertas de closet
Puertas seguridad para niños

Ventanas

Accesorios
Ventanas de aluminio
Ventanas PVC

Cocinas

Cocinas Integrales
Muebles de cocina
Organizadores cocina
Mesones y Lavaplatos
Campanas extractoras

Plomería

Tanques
Tubos de PVC

Bombas
Tubos de cobre
Accesorios para tubos y tanques

Grifería

Grifería cocina
Grifería ducha y jacuzzi
Grifería lavamanos
Grifería institucional

Herramientas

Maquinaria para jardín
Taladros
Hidrolavadoras
Herramientas eléctricas
Accesorios

Cerraduras

Candados
Cerraduras de manija
Cerraduras de sobreponer
Cerraduras embutidas
Cerraduras pomo

Fijaciones

Chazos
Clavos
Fijaciones para colgar
Fijaciones para concreto
Fijaciones para drywall

Herrajería

Bisagras
Cajas de seguridad
Manijas y botones
Protección de muebles
Rodachines

Empaques

Cartón
Cintas
Grapadoras y cosedoras
Espumas
Papel y plástico

Electricidad

Canalización
Conductores y cables
Extensiones
Herramientas para electricistas

Iluminación comercial

Seguridad industrial

Amarres, cuerdas y cadenas
Guantes
Protección
Ropa de trabajo
Señalización y seguridad

Baños

Tinas y Jacuzzis
Cabinas y columnas de ducha
Calentadores de agua
Duchas y regaderas
Accesorios

Porcelana sanitaria

Combos de baño
Sanitarios
Lavamanos
Muebles de baños
Extractores de aire
Enchape de lajas

Pisos y Paredes

Cerámica
Piso laminado
Adhesivos y fragües
Piso de porcelanato
Alfombras y vinílicos
Esquineras
Revestimientos murales

Molduras

Folio melaminico
Madera nativa
MDF
Pino
Poliestireno

Adhesivos

Adhesivos
Selladores
Siliconas

Fijaciones

Chazos
Clavos
Fijaciones para colgar
Fijaciones para concreto
Fijaciones para drywall

4.1.1.1 Características de la empresa. Los aspectos que se consideran para la presentación de la empresa distribuidora de materiales de construcción son: marca, y slogan.

La Marca. Es el logotipo que identificará la empresa distribuidora de materiales de construcción, siendo el sello con el cual las personas identificarán la empresa FERRETERÍA CIRCUNVALAR (ver anexo B).

Slogan. Es la frase que representa la empresa (Anexo C)

4.1.2 Descripción de la demanda.

4.1.2.1 Proyección de la demanda. Para conocer las tendencias de la demanda de los productos que se comercializarán en la distribuidora de materiales de construcción, se tuvo como base la aplicación de la encuesta, cuyos resultados indicaron que el 100% de la población objeto del estudio (tabla 6), es decir las unidades familiares de los estratos 1,2,3 y 4 de la ciudad de Ocaña, que compran materiales de construcción, estarían dispuestos a demandar los productos en este nuevo negocio; por lo tanto se comenzará con un porcentaje del 20% del mercado potencial, teniendo presente un incremento de la cobertura mediante un manejo efectivo de la comercialización de los productos y de este modo lograr que la demanda aumente y la organización sea reconocida en el mercado. Todo ello teniendo en cuenta que en la ciudad existen otras ferreterías a las cuales los habitantes de Ocaña acuden, motivo por el que el año 1 deberá enfocarse en lograr la introducción de la distribuidora a ubicar en el sector de la Avenida Circunvalar, sitio escogido por las personas encuestadas según el estudio realizado (tabla 7).

Proyección de la cobertura del mercado.

Año Ítem	1	2	3	4	5
Cobertura	20%	30%	40%	50%	60%
No de familias a cubrir	4183	6275	8366	10458	12549

Fuente: Autoras del proyecto

4.1.3 Oferta

4.1.3.1 La competencia. Uno de los motivos para formular el presente proyecto era la no existencia en la ciudad de Ocaña de empresas distribuidoras de materiales para la construcción que distribuya toda clase de éstos, sin la necesidad de tener que acudir a empresas fuera de la ciudad a comprar, por no encontrar materiales de mejor gama o que se encuentren en la novedad de la construcción, tal y como se demostró con los resultados de

la encuesta. En la actualidad la ciudad de Ocaña cuenta con algunas ferreterías ubicadas en diferentes puntos, entre las que encontramos:

Ferretería Silva Gómez – Centro
Ferretería Torcoroma – Mercado Público
Ferretería Bohórquez – Las Llanadas
Ferretería La Primavera – La Primavera
Ferretería Disprocom – La Rotina
Ferretería La Gloria – La Gloria
Ferretería la gran esquina de Ocaña – La Rotina
Ferretería Pisos y Enchapes – Avenida Francisco Fernández de Contreras

4.1.4 Precio. La definición del precio es muy relativa, ya que depende exclusivamente de los costos de producción del producto a ofrecer. En el caso de la empresa propuesta, debido a la múltiple variedad de productos y al cambio constante de los precios, se propone que en el momento de ejecutar el proyecto se determinen los mismos, teniendo en cuenta los costos, la competencia y el mercado objetivo.

4.1.5 Canales de distribución. El canal de distribución a utilizar por la Ferretería Circunvalar sería el siguiente:



4.1.6 Publicidad. La publicidad es el medio más importante de expandirse y por consiguiente se considera que el buen uso de éste es el principal instrumento para atraer un buen nicho de mercado en el menor tiempo posible. Una ventaja que tiene la ciudad de Ocaña desde hace algunos años, es que cuenta con medios masivos de comunicación, que han dinamizado la oferta y promoción de productos y servicios. En este sentido el proyecto tendrá como estrategia, la utilización de estos medios masivos, principalmente la televisión y la radio, para pautar en ellos publicidad referente a la nueva alternativa de empresa distribuidora de materiales de construcción, en la que se encontrarán aquellos productos poco comunes y, por lo tanto, escasos o nulos en la ciudad, sin tener que desplazarse a otras ciudades a obtenerlos. (Ver publicidad anexo D) En este punto es preciso identificar los medios opcionales para la publicidad de la Ferretería Circunvalar, como lo son televisión regional y emisoras de la ciudad, de las cuales se tendrán en cuenta:

Canal comunitario TV San Jorge
Emisora Sabrosa Estéreo
Radio Catatumbo
La UFM
Rumba Estéreo

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Localización

4.2.1.1 Macro localización. La Ferretería Circunvalar estará ubicada en el municipio de Ocaña (Norte de Santander).

4.2.1.2 Micro localización. Avenida Circunvalar.

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

EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Escritorio	2	250.000	500.000
Mesa Computador	2	90.000	180.000
Silla Computador	2	60.000	120.000
Sillas Espera	5	45.000	225.000
Archivador	2	350.000	700.000
Estante Metálico	2	100.000	200.000
Ventilador	2	100.000	200.000
TOTAL			\$2.125.000

EQUIPO DE COMPUTACION, COMUNICACIÓN Y OTROS

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR U	VALOR TOTAL
Computador	2	2.000.000	4.000.000
Impresora	1	500.000	500.000
Teléfono	2	25.000	50.000
Equipos sofisticados	Global		4.220.000
TOTAL			\$8.770.000

Los equipos sofisticados mencionados anteriormente comprenden lo siguiente:

CONCEPTO	CANTIDAD	VR U	VALOR TOTAL
Cámaras de seguridad	4	400.000	1.600.000
Grabadora de video digital	1	900.000	900.000
Pantallas LCD	4	260.000	1.040.000
Sirena interior	1	230.000	230.000
Alarma	1	450.000	450.000
TOTAL			4.220.000

4.2.3 Tamaño del Proyecto

4.2.3.1 Capacidad Diseñada. Según la investigación de mercados realizada se pudo detectar que el tamaño del mercado objetivo es de 20.915 familias pertenecientes a los estratos 1, 2, 3 y 4, y que el 100% de las personas encuestadas están dispuestas a demandar los productos de la Ferretería Circunvalar, por lo cual la empresa optara por responder en el primer año de operatividad a un 20% de estas.

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

4.2.3.2 Capacidad instalada. La Ferretería Circunvalar cuenta con disponibilidad de recursos para su buen funcionamiento y operatividad en pro de lograr su eficiencia y eficacia organizacional. Durante su primer año de funciones se atenderá el 20% de las familias objeto del estudio de investigación es decir 4.183 clientes.

4.2.4 Distribución en planta. La distribución en planta se hará en la forma más adecuada, de modo que los activos brinden al máximo su eficiencia evitando la pérdida de tiempo y esfuerzo por parte del personal que labora dentro de la ferretería. (ver anexo E)

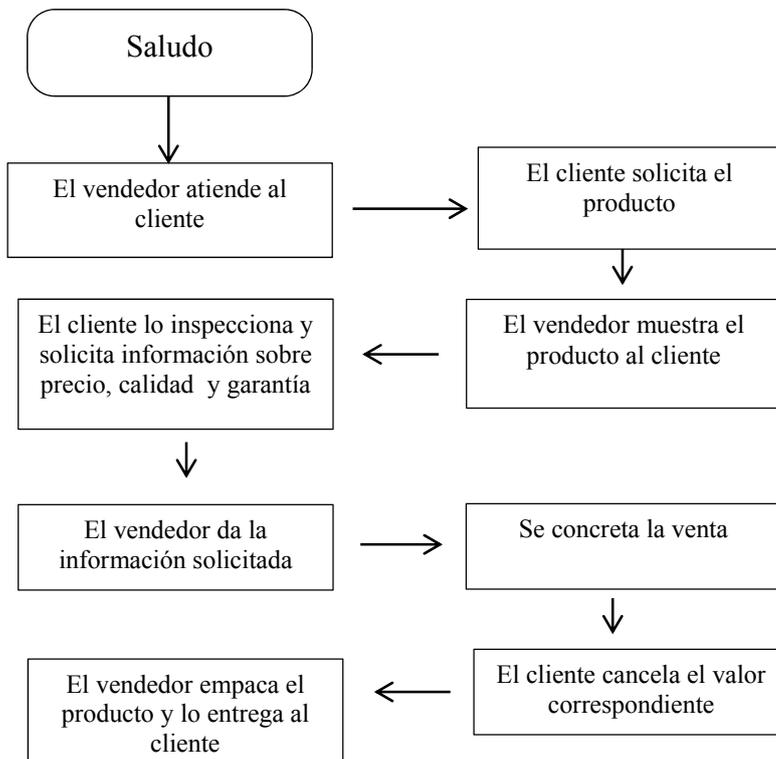
4.2.5 Necesidades del recurso humano. Se cuenta con personal operativo y administrativo especializado en la ejecución de las actividades a realizar. La actividad económica de la empresa implica la utilización de los servicios de personal que tenga dominio y conocimientos en el área comercial, administrativa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

Personal Operativo: Distribuidores o comercializadores (dedicados a la venta de los productos) y Bodeguero

Personal Administrativo: Administrador, Secretaria, Contador.

4.2.6 Proceso de venta del producto.

Figura 1. Flujograma de proceso de venta del producto.



4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.3.1 Misión. Ser una empresa que brinda a sus clientes la mayor diversidad en materiales de construcción y de ferretería en general, bajo premisas de precio, calidad y servicio acorde a las exigencias del mercado, comprometiéndonos con la capacitación constante de nuestro recurso humano, para que este sea altamente calificado, productivo y comprometido a mantener la preferencia y satisfacción de nuestros clientes; con la finalidad de generar un crecimiento rentable, en beneficio de todos que nos permita mantener y mejorar cada día la calidad y servicio prestado.

4.3.2 Visión. Llegar al año 2018, manteniendo un sólido posicionamiento y liderazgo comercial en cuanto a la venta de materiales de construcción y ferretería en general, superando las perspectivas de calidad y servicio de nuestros clientes, Ocaña y la provincia, gracias al apoyo incondicional de un comprometido equipo de trabajo, permitiéndonos así sostener un alto grado de responsabilidad social y comercial que nos garantice solidez financiera y crecimiento sostenible.

4.3.3 Políticas de calidad. Ferrería Circunvalar, brinda soluciones como proveedor industrial de productos de ferretería en general y asume su compromiso con la calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes, mejorando continuamente su gestión interna, siendo más eficaces en la atención oportuna y en la entrega de productos de óptima calidad a los mejores precios. Con los colaboradores asume su compromiso, ofreciendo oportunidades para la mejora de la competencia laboral y un ambiente de trabajo adecuado. Y con los socios, a orientar la empresa hacia el crecimiento, permaneciendo en el mercado y mejorando la infraestructura, de manera rentable.

4.3.4 Valores corporativos. La empresa FERRETERIA CIRCUNVALAR, de común acuerdo con sus colaboradores y con el propósito de mejorar el clima ético y el desempeño empresarial hacia el logro de los objetivos institucionales, de la realización personal y del bien común, se pondrá en práctica en nuestras actividades laborales comprometiéndonos con los colaboradores, la empresa y el país a cumplir los siguientes valores:

JUSTICIA Y RESPETO
COOPERACION Y TRABAJO EN EQUIPO
ORIENTACION Y SERVICIO AL CLIENTE
HONESTIDAD Y TRANSPARENCIA
REPOSABILIDAD Y COMPROMISO
EXCELENCIA Y CALIDAD

4.3.5 Objetivos. Ser reconocida como la mejor empresa en Ocaña en la distribución de materiales para construcción, en cuanto a compromiso empresarial, responsabilidad social, apropiación de tecnología, eficiencia y eficacia en la prestación de sus servicios.

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

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

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

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

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

Una de las estrategias de la distribuidora de materiales de construcción, es promover el bienestar social de los trabajadores, mediante una mejora continua en la comercialización de los productos.

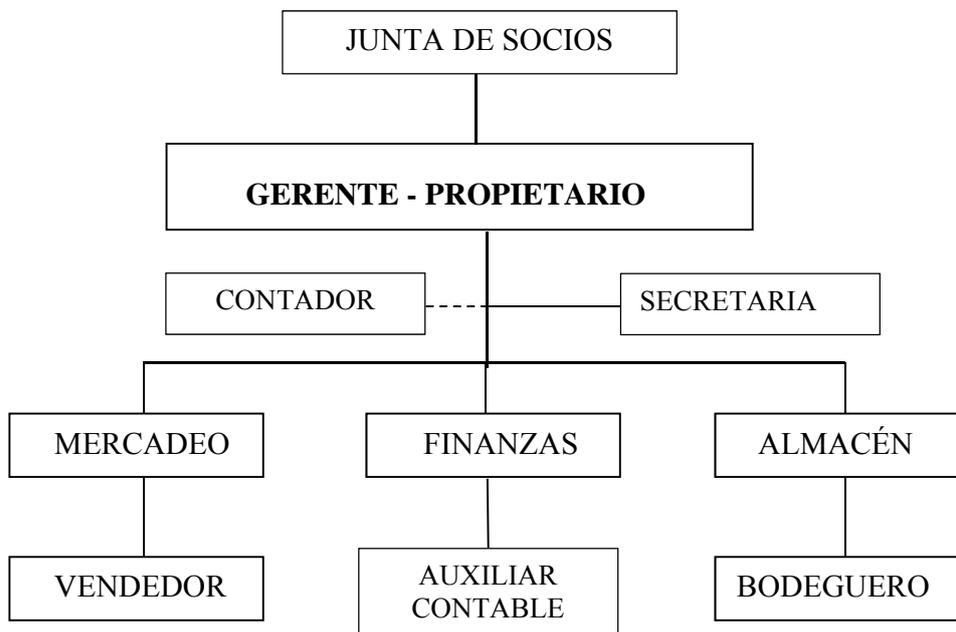
Uno de los retos que debe afrontar la empresa en busca de su permanencia, crecimiento y desarrollo es lograr niveles óptimos que hagan que la empresa tenga una actividad eficiente, eficaz y rentable.

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

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

4.3.6 Estructura organizacional. Tratándose de una estructura sencilla y funcional, se debe tener en cuenta que la empresa se inclina a una organización formal en la que cuenta con características principales como autoridad funcional o dividida, canales directos de comunicación, descentralización de las decisiones y énfasis en la especialización

Figura 2. Organigrama



Fuente: Autoras del proyecto.

4.3.7 Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	JUNTA DE SOCIOS Jefe inmediato: JUNTA DE SOCIOS
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO:	3
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none">1. Establecer el orden de rotación de los socios para ocupar los asientos permanentes en la Junta Directiva de la empresa;2. Adoptar los estatutos de la sociedad y cualquier reforma que a ellos se introduzca;3. Examinar, aprobar, improbar y fenecer las cuentas y balances de fin de ejercicio;4. Decidir sobre la capitalización o distribución de utilidades de acuerdo con las leyes que rijan para las empresas industriales y comerciales del Estado;5. Constituir las reservas o fondos e incrementar los que estime conveniente, de acuerdo con las normas legales sobre la materia, y disponer sobre su destinación o inversión según el caso;6. Decretar aumentos de capital;7. Aprobar o improbar las cuentas finales de la liquidación de la sociedad y dar el finiquito del caso al liquidador;8. Señalar la remuneración de los miembros de la Junta Directiva para sus reuniones y comités que la sociedad establezca y en que ellos participen;9. Las demás que le correspondan como supremo organismo directivo de la sociedad.	

Fuente: Autoras del proyecto.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerente Jefe inmediato: JUNTA DE SOCIOS
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO:	1
FUNCIONES	

<ol style="list-style-type: none"> 1. Asumir el control sobre el personal al servicio. 2. Planificar, organizar, controlar y orientar las distintas áreas de trabajo. 3. Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. 4. Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. 5. Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. 6. Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. 	
Requisitos	Escolaridad: Administrador de Empresas o carreras afines Experiencia: 2 años

Fuente: Autoras del proyecto.

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

Fuente: Autoras del proyecto.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	Auxiliar contable
JEFE INMEDIATO:	Contador Público
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
1. Controlar y determinar los manejos en efectivo. 2. Registrar las operaciones contables de cuentas de recibo de pago. 3. Diligenciar cheques, declaraciones tributarias, pólizas, facturas, recibo de caja y todos los soportes contables elaborados en la empresa. 4. Disposición a nuevas tareas asignadas.	
Requisitos	Escolaridad: conocimientos generales de contabilidad y administración, técnico en sistemas Experiencia: 1 año

Fuente: Autoras del proyecto.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	Secretaria
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO:	1
FUNCIONES	
Revisar y mantener al día la correspondencia de la empresa Controlar la contabilidad mediante el registro de los respectivos libros. Digitar todo tipo de información requerida para el adecuado funcionamiento de la empresa. Ejecutar las funciones de tesorero, tomando la responsabilidad del manejo económico contable y financiero de la empresa. En este sentido debe: dar respuesta oportuna al pago de obligaciones de la empresa, según la orientación del cliente. Recaudar las Rentas e ingresos de la empresa y controlarlos detalladamente. Las demás que de acuerdo a los estatutos o la actividad de la empresa le asigne la Junta de Asociados.	
Requisitos	Escolaridad: Estudios en secretariado o Tecnología en Administración Comercial y Financiera. experiencias: 6 meses

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

Fuente: Autoras del proyecto.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	Bodeguero
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Archivar en orden los pedidos del día. 2. Realización de las guías de salida de los insumos utilizados por las diferentes áreas de trabajo en las actividades realizadas por ellos en el día. 3. Velar por el orden en la bodega, acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden por género o código. 4. Velar por la limpieza de la bodega (estanterías, piso, baños e insumos). 5. Velar porque no hayan roedores u otra plaga que destruya los insumos o materiales existentes. 6. Revisión y recolección de firmas de la guías de salida de los responsables de cada área de trabajo. 7. Revisión o conteo de algunos artículos en base al inventario físico que tuvieron movimiento durante la semana. 	
Requisitos	Escolaridad: Secundaria. experiencias: 6 meses

Fuente: Autoras del proyecto.

4.3.8 Manual de procedimientos.

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

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

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

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

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

Procedimiento para el control contable de la Ferretería Circunvalar.

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

Fuente: Autoras del proyecto

Procedimiento de compras.

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

Fuente: Autoras del proyecto.

Proceso de almacenamiento y venta de productos.

Nº Act	Actividades					
1	Inspección del producto			●		
2	Transporte a la bodega					●
4	Almacenamiento del producto		●			●
5	Exhibición	●				
6	Venta del producto	●				

Fuente: Autoras del proyecto.

4.3.9 Reglamento interno de trabajo para la Ferretería Circunvalar

CAPÍTULO I.

Artículo 1. El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la Ferretería Circunvalar de la ciudad de Ocaña, a sus disposiciones queda sometido tanto a la empresa como a sus trabajadores.

CAPÍTULO II.

Artículo 2. Pueden presentarse en el Ferretería Circunvalar, en el área de producción, aquellas personas que tengan experiencia en cocina, alimentos e higiene.

Artículo 3. La Ferretería Circunvalar, podrá someter al aspirante a un período de prueba que no exceda a un mes.

CAPÍTULO III HORARIO DE TRABAJO.

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

Primera jornada de trabajo: 7:00 a.m. a 12:00 p.m.

Segunda jornada de trabajo: 2:00 p.m. a 5:00 p.m.

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

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

CAPÍTULO IV. JORNADA DIURNA Y JORNADA DE TRABAJO SUPLEMENTARIO.

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

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

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

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

Artículo 9. La Ferretería Circunvalar reconocerá trabajo suplementario o de horas extras, sino cuando expresamente lo exija a sus trabajadores el propietario.

CAPITULO V. DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS.

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

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

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

CAPÍTULO VI.

VACACIONES REMUNERADAS.

Artículo 11. Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un año en la Ferretería Circunvalar, tienen derecho a quince días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Artículo 12. La época de vacaciones debe ser señalada por la Ferretería Circunvalar a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.

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

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

Artículo 14. Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, pero el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social puede autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de ella en casos especiales.

CAPÍTULO VII PERMISOS

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

CAPITULO VIII SERVICIOS MÉDICOS, RIESGOS PROFESIONALES Y PRIMEROS AUXILIOS.

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

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

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

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

CAPITULO IX PRESCRIPCIONES DE ORDEN

Artículo 20. Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

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

CAPITULO X. OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA FERRETERÍA CIRCUNVALAR Y SUS EMPLEADOS.

Artículo 21. Son obligaciones de la Ferrería:

Artículo 22. Poner a disposición de los trabajadores, los instrumentos adecuados y materias primas necesarias para la realización de labores.

Artículo 23. Dotar a los trabajadores de elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales, de forma que se garantice la seguridad y la salud.

Artículo 24. Brindar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes y enfermedad, a este efecto en el establecimiento se mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades necesarias.

Artículo 25. Son obligaciones del trabajador.

Artículo 26. Cumplir órdenes e instrucciones que de manera particular le permite la empresa.

Artículo 27. No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que tenga sobre su trabajo.

Artículo 28. Guardar la moral y las relaciones con sus superiores.

Artículo 29. Se prohíbe a los trabajadores:

a. Sustraer de la Ferretería Circunvalar las materias primas o productos elaborados sin permiso del propietario.

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

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

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

CAPÍTULO XI

ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS.

Artículo 30. El incumplimiento de las obligaciones establecidas, acarreará las siguientes sanciones:

Artículo 31. La amonestación consiste en la advertencia por escrito.

a. Un retardo hasta por quince minutos a la hora de entrada, será sancionada por primera vez por una multa equivalente a la décima parte del salario de un día; por segunda vez, a la quinta parte del mismo salario y por tercera vez, con suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde, y por cuarta vez con suspensión.

b. La falta total del trabajo durante un día, será, por primera vez, con suspensión del trabajo por tres días, por segunda vez, suspensión por ocho días.

Artículo 32. Antes de aplicar la sanción disciplinaria, la empresa les concederá la oportunidad de ser escuchadas.

4.3.10 Aspectos legales. Cabe destacar que, para la creación de la empresa distribuidora de materiales de construcción, Ferretería Circunvalar, también se tendrá en cuenta los pasos en la Cámara de Comercio para constituir y formalizar la Empresa. Reunirse los socios y decidir qué es lo que se va a constituir. Para este estudio, se conformará una Sociedad Ltda., donde los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrán estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresando su naturaleza, cuantía, duración y modalidades. (Código de Comercio, Art. 353).

Requisitos para la constitución de la sociedad limitada. La sociedad comercial se constituirá por escritura pública en la cual se expresará:

- 1) El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal, con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia;
- 2) La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este Código;
- 3) El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;
- 4) El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tengan una relación directa con aquel;
- 5) El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución. En las sociedades por acciones deberá expresarse, además, el capital suscrito y el pagado, la clase y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que deberán cancelarse las cuotas debidas, cuyo plazo no podrá exceder de un año;
- 6) La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad;
- 7) La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia; Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse;

- 8) La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma;
- 9) La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie;
- 10) Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores;
- 11) El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por la ley o por el contrato, a todos o a algunos de los asociados;
- 12) Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos, y
- 13) Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

4.4 ESTUDIO ECONÓMICO

Con este estudio se pretende conocer el comportamiento de los diferentes flujos de ingresos propuestos para la creación de la Ferretería Circunvalar en el municipio de Ocaña Norte de Santander

4.4.1 Gastos de funcionamiento. Aseo y elementos. Para el montaje de la Ferretería Circunvalar en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, se requiere de elementos de aseo como: escoba, traperos, ambientadores, jabones, desinfectantes y paños de secado, entre otros, para lo cual se ha asignado un rubro mensual de \$100.000, anual de \$1.200.000.

Mantenimiento y Reparaciones. Tratándose de una empresa del sector comercial posee la respectiva dotación de equipos de computación y comunicación para labores administrativas, lo cual da lugar a la necesidad de servicios de mantenimiento y/o reparación, cuyo presupuesto mensual para el caso de la empresa en análisis es de \$150.000, anual es de \$1.800.000.

Servicios Públicos. Para el montaje de la Ferretería Circunvalar en el municipio de Ocaña, se requiere de los siguientes servicios públicos:

Servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la Ferretería Circunvalar
Año 1

Concepto	V/unitario	V/anual
Agua	\$50.000	\$ 600.000
Energía eléctrica	\$120.000	\$ 1.440.000
Telefonía	\$50.000	\$ 600.000
TOTAL	\$220.000	\$ 2.640.000
Fuente: Autoras del Proyecto		

Papelería y útiles de Oficina. Este gasto se ocasiona para el cumplimiento de funciones administrativas (Papel, tintas, carpetas, ganchos, clips, marcadores, lapiceros, lápices y borradores, entre otros necesarios), razón por la que se ha establecido un presupuesto mensual de \$80.000, anual de \$960.000.

Publicidad y Propaganda. Se considera como una técnica básica para la contribución y la consolidación corporativa de la Ferretería Circunvalar, por tal motivo se fijará un presupuesto mensual de \$100.000 anual \$1.200.000.

Gastos de personal. El funcionamiento de la Ferretería Circunvalar, en el municipio de Ocaña, contará con cinco trabajadores, todos vinculados bajo prestación de servicios. Además, tendrá al Contador, quien devengará unos honorarios mensuales por valor de \$300.000, para un total anual de \$3.600.000.

4.4.2 Gastos de personal

Cargo	Sueldo básico mensual	valor anual (x 12)
Gerente	1.300.000	15.600.000
Contador	500.000	6.000.000
Secretaria	616.000	7.392.000
Auxiliar Contable	500.000	6.000.000
Vendedor de vitrina	500.000	6.000.000
Bodeguero	500.000	6.000.000
Subtotal	3.916.000	46.992.000
Prestaciones sociales 34.96%	1.369.034	16.428.403
Parafiscales 9%	352.440	4.229.280
Total	5.637.474	67.649.683
Fuente: Autoras del Proyecto		

Gastos varios. Como forma de hacer frente a imprevistos se establece un presupuesto de \$90.000 mensuales para cubrir gastos no programados, los cuales al año dará un total de \$1.080.000.

Impuesto, contribuciones y tasas.

Predial Unificado	300.000
Notariales	200.000
TOTAL	500.000

4.4.3 Resumen de gastos año 1

Resumen de gastos año 1.

Gastos	Valor anual
Arriendo	2.000.000
Aseo y Elementos	1.200.000
Mantenimiento y reparaciones	1.800.000
Servicios públicos	2.640.000
Gastos de personal	67.649.683
Impuesto, contribuciones y tasas	500.000
Gastos varios	1.080.000
Total	\$76.869.683
Fuente: Autoras del Proyecto	

Proyección anual de los gastos operacionales. Realizando sumatoria de los diferentes gastos relacionados, se tiene un total de \$78.529.683 para el año 1, los cuales son proyectados con un incremento anual de 7%, cifra promedio de la inflación colombiana de los últimos años, proyectada a 5 años más.

Proyección anual de los gastos operacionales.

Años	1	2	3	4	5
Gastos totales anuales	76.869.683	82.250.561	88.008.100	94.686.667	100.760.474

Fuente: Autoras del Proyecto

Ingresos. Este factor depende de los ingresos percibidos por la Ferretería Circunvalar por concepto de venta de materiales de construcción.

Por tal motivo se prevé unos ingresos para el año 1 de 244.000.000. Este valor se ha proyectado anualmente en un 10%, teniendo en cuenta el aumento en el índice de ventas.

4.4.4 Ingresos operacionales anuales percibidos por la Ferretería Circunvalar

Ingresos percibidos por venta de productos	Valor anual
Productos Ofertados por Ferretería Circunvalar	\$244.000.000
TOTAL	\$244.000.000

Ingresos totales anuales

Años	1	2	3	4	5
Ítem					
Ingresos totales anuales	244.000.000	268.400.000	295.240.000	324.764.000	357.240.400

Fuente: Autoras del proyecto

Los ingresos percibidos anualmente tienen un aumento del 10%

4.4.5 Depreciación y diferidos

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

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

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

Fondo de depreciación

Años	0	1	2	3	4	5
Equipo de oficina	2.125.000					
Depreciación		212.500	212.500	212.500	212.500	212.500
Equipo de comunicación y computación	8.770.000					
Depreciación		1.754.000	1.754.000	1.754.000	1.754.000	1.754.000
Total Depreciación	10.895.000	1.996.500	1.996.500	1.996.500	1.996.500	1.996.500

Diferidos. Estos constituyen ciertos cargos requeridos para la puesta en marcha de la Ferretería Circunvalar en el Municipio de Ocaña.

Papelería y útiles de oficina	\$960.000
Publicidad y propaganda	\$1.200.000
Estudios y proyectos (de viabilidad).....	\$840.000
Total	\$3.000.000

Amortización de diferidos Ferretería Circunvalar

Años	0	1	2	3	4	5
Diferidos	3.000.000					
Amortización		600.000	600.000	600.000	600.000	600.000

Fuente: Autoras del Proyecto

4.4.6 Capital de trabajo. Este rubro se calcula con base al valor de cuatro (4) meses de gastos de funcionamiento y gastos de la Ferretería Circunvalar en el Municipio de Ocaña, buscando dar respuesta a las diferentes necesidades durante los primeros días de funcionamiento de la misma.

Gastos totales (año 1)

Capital de Trabajo (C.T.): ----- x 4 meses
12 meses

76.869.683
C.T. = ----- x 4 meses
12 meses

C.T. = \$25.623.227

De esta manera, se requiere tener en Bancos como garantía para el montaje de la Ferretería Circunvalar, la suma de \$26.176.561.

4.4.7 Balance inicial. A continuación se presenta el balance inicial para la Ferretería Circunvalar en Ocaña, definiendo total de activos, pasivos y patrimonio.

**FERRETERÍA CIRCUNVALAR
BALANCE INICIAL**

ACTIVOS		\$39.518.227
DISPONIBLE		
Bancos	\$25.623.227	
Propiedad, planta y equipo	\$10.895.000	
Diferidos	\$3.000.000	
TOTAL ACTIVOS		
PASIVOS	-0-	
PATRIMONIO		
Aportes Sociales	\$39.518.227	
Pasivo+Patrimonio		\$39.518.227

4.4.8 Estado de resultados proyectado

Ingresos	244.000.000	268.400.000	295.240.000	324.764.000	357.240.400
- Costos	146.400.000	161.040.000	177.144.000	194.858.400	214.344.240
Utilidad bruta	97.600.000	107.360.000	118.096.000	129.905.600	142.896.160
- Gastos	76.869.683	82.250.561	88.008.100	94.686.667	100.760.474
Utilidad					
Operacional	20.730.317	25.109.439	30.087.900	35.218.933	42.135.686
Depreciación	1.996.500	1.996.500	1.996.500	1.996.500	1.996.500
-Diferidos	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
utilidad AI	18.133.817	22.512.939	27.491.400	32.622.433	39.539.186
Imptos. 35%	6.346.836	7.879.529	9.621.990	11.417.852	13.838.715
Util D. Imptos	11.786.981	14.633.410	17.869.410	21.204.581	25.700.471
Reserva legal 10%	1.178.698	1.463.341	1.786.941	2.120.458	2.570.047
Util. Neta	10.608.283	13.170.069	16.082.469	19.084.123	23.130.424

Fuente: Autoras del Proyecto.

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

Flujo de caja

Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	10.608.283	13.170.069	16.082.469	19.084.123	23.130.424
+Depreciac.	1.996.500	1.996.500	1.996.500	1.996.500	1.996.500
+Diferidos	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Flujo de caja	13.204.783	15.766.569	18.678.969	21.680.623	25.726.924

Fuente: Autoras del Proyecto.

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

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

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

Se despeja la fórmula anterior:

$$PE = \frac{76.869.683}{146.400.000} \\ 1 - \frac{\quad}{244.000.000}$$

$$PE = \frac{76.869.683}{1 - 0,6}$$

$$PE = \frac{76.869.683}{0.4}$$

$$PE = 192.174.207 \text{ anual}$$

Para lograr el punto de equilibrio, la empresa debe tener ingresos, en el primer año, de \$192.174.207.

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

$$\%CVenPE = \frac{CV}{PV}$$

$$\%CVenPE = \frac{146.400.000}{244.000.000}$$

$$\%CVenPE = 0,6$$

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

$$CVenPE = 192.174.207 \times 0,6$$

$$CVenPE = 115.304.524$$

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

Ingresos en el PE.....	\$192.174.207
Menos CV en el PE.....	115.304.524
UTILIDAD BRUTA...	76.869.683
Menos Costos Fijos.....	<u>76.869.683</u>
Utilidad.....	\$ 0

Por lo anterior, queda demostrado que la empresa distribuidora de materiales de construcción, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$76.869.683 en el primer año.

4.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA

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

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

$$V.P.N. = \sum \frac{\text{Flujo Neto de Caja}}{(1 + 2)^n}$$

Donde:

Tasa de oportunidad (6%)

n = número de años

$$VPN = \frac{13.204.783}{(1+0.12)^1} + \frac{15.766.569}{(1+0.12)^2} + \frac{18.678.969}{(1+0.12)^3} + \frac{21.680.623}{(1+0.12)^4} + \frac{25.726.924}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN = 11.789.984 + 12.569.012 + 13.304.108 + 13.778.597 + 14.598.492$$

$$VPN = 66.040.193$$

El VPN del proyecto se muestra en \$66.040.193 resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que es superior a la inversión inicial que es de \$39.518.227.

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

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

$$VAN = \$66.040.193 - 39.518.227$$

$$VAN = \$26.521.966$$

El valor actual neto de \$26.521.966 al cabo de cinco años es un resultado positivo, porque luego de recuperar los de inversión inicial, deja un rubro positivo, indicando que la actividad económica retribuye aquellos recursos por los cuales se asume cierto riesgo financiero.

Esta razón de análisis es importante conocerla, especialmente para aquellas personas interesadas en el proyecto, ya que tendrán la oportunidad de saber la proyección económica que tiene la Ferretería Circunvalar en el Municipio de Ocaña.

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

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

$$\text{RCB} = \frac{\$66.040.193}{\$39.518.227}$$

$$\text{RCB} = 1.67 \text{ veces}$$

La inversión inicial es recuperada 1.67 veces al cabo de los primeros cinco años de la Ferretería Circunvalar, resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

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

Esta técnica realiza la siguiente comparación:

$$\text{Inversión inicial} = \text{Valor presente neto}$$

$$\$39.518.227 = \$66.040.193$$

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

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$\text{VPN} = \frac{13.204.783}{(1+0.10)^1} + \frac{15.766.569}{(1+0.10)^2} + \frac{18.678.969}{(1+0.10)^3} + \frac{21.680.623}{(1+0.10)^4} + \frac{25.726.924}{(1+0.10)^5}$$

$$\text{VPN} = 12.004.348 + 13.030.222 + 14.033.785 + 14.808.157 + 15.974.494$$

$$\text{VPN} = 69.851.006$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = \frac{13.204.783}{(1+0,15)^1} + \frac{15.766.569}{(1+0,15)^2} + \frac{18.678.969}{(1+0,15)^3} + \frac{21.680.623}{(1+0,15)^4} + \frac{25.726.924}{(1+0,15)^5}$$

$$VPN = 11.482.420 + 11.921.791 + 12.282.331 + 12.396.011 + 12.791.191$$

$$VPN = 60.873.744$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[\begin{array}{ll} 69.851.006 & \text{---} & 10\% \\ 39.518.227 & \text{---} & X \\ 60.873.744 & \text{---} & 15\% \end{array} \right]$$

$$69.851.006 - 39.518.227 = 30.332.779$$

$$69.851.006 - 60.873.744 = 8.977.262$$

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

$$\frac{X}{5} = \frac{30.332.779}{8.977.262}$$

$$8.977.262X = 30.332.779 (5)$$

$$X = 151.663.895 / 8.977.262$$

$$X = 16.8942$$

$$X = 16.89\%$$

$$TIR = 10 + 16.89\%$$

$$TIR = 26.89\%$$

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

concreto se utilizó una tasa inferior de la base que es del 10%, y una tasa superior del 15%; dando como resultado la recuperación de la inversión en un 26.89%, de esta manera se muestra atractivo para invertir.

4.6 ESTUDIO SOCIAL Y AMBIENTAL

4.6.1 Estudio social. El montaje de la Ferretería traerá consecuencias positivas para comunidad beneficiaria del proyecto, porque ofrecerá materiales de construcción poco comercializados en la región.

Generación de empleo. Una vez se dé puesta en marcha el proyecto se estarán ocasionando seis (6) puestos de trabajo directos, promoviendo de esta forma el mejoramiento de las condiciones socio-económicas de esta población objetivo. Además, empleos indirectos como acarreos, ayudantes, etc.

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

Extensión de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Esta idea surge alrededor de la importancia que ha venido resaltando el cuerpo de docentes de la universidad, en cuanto a la generación de empleo por parte de los profesionales en Tecnología en Administración Comercial y Financiera y los Administradores de Empresas, razón por la que con los conocimientos adquiridos durante la formación académica se ha creado la inquietud de hacer empresas, originando nuevas fuentes de empleo y ofreciendo un producto de interés para la comunidad en general. Además de generar ingresos al fisco municipal, en el pago de sus impuestos.

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

Sin embargo por las características del presente estudio al generarse algún impacto ambiental, de ser necesario se debe contar con las diferentes licencias expedidas por las entidades respectivas del orden ambiental. Por otra parte se deben establecer parámetros para el manejo integral de los residuos sólidos en las instalaciones donde sea ubicada la empresa. De manera muy sencilla pero eficiente se deben instalar recipientes para separar los desechos orgánicos, inorgánicos y sanitarios aplicando la recolección y contribuyendo con la preservación del medio ambiente con el fin de mantener el equilibrio ecológico.

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

5. CONCLUSIONES

Con base en la investigación realizada y la interacción directa con la población objetivo del proyecto ha sido posible determinar un 100% de aceptación de la Ferretería Circunvalar que ofertara productos para la construcción, indicador considerado conveniente para la creación de la misma en el municipio de Ocaña, debido a que imprime confianza en el momento de invertir y a la vez genera progreso y desarrollo comercial al municipio de Ocaña.

En cuanto al estudio de mercados se pudo determinar que existe una demanda potencial para la venta de toda clase de materiales de construcción. Además se utilizará un canal directo de comercialización con los clientes, más el uso de publicidad en medios masivos de comunicación.

El estudio técnico estableció disponibilidad tanto de recursos físicos como humanos para la eficiente operación de la empresa. De la misma forma se determinó el número de usuarios por año para cada uno de los programas, partiendo de un número total de 4.183 participantes en el primer año, hasta alcanzar mayor ocupación de la capacidad instalada del proyecto.

La Ferretería contará con una estructura organizacional adecuada propendiendo por la eficiencia y eficacia institucional en pro del alcance de sus objetivos sean estos a corto, mediano y largo plazo.

El estudio financiero y económico realizado a la empresa distribuidora de materiales de construcción, muestra a manera de diagnóstico la efectividad que se tiene para crear la empresa, la cual es rentable según resultados arrojados en los indiferentes indicadores financieros establecidos, se indicó que la inversión inicial es recuperada 1.67 veces al cabo de los primeros cinco años resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

El estudio ambiental y social permitió concluir que la creación de la empresa es una alternativa de desarrollo social y que además se debe tener presente los parámetros legales en el tema ambiental.

6. RECOMENDACIONES

La recomendación general gira entonces a que la futura empresa adopte un sistema de gestión basado en la calidad, donde aparte de centrarse en la satisfacción de los requerimientos de los clientes, implemente un enfoque basado en procesos que permita el mejoramiento continuo de los mismos, y de esta forma alcanzar un posicionamiento en el mercado de la región.

En el periodo de iniciación de la empresa, es necesario trabajar un mercadeo directo para adquirir el producto y llegar al cliente, pero la primera función dentro de este plan de trabajo es lograr que la población en general se entere de la existencia de la organización y de los productos, para lo cual se necesita una publicidad objetiva y efectiva.

Tener presente las pautas del trabajo, basados en los resultados de los estudios de mercado, técnico, administrativo, financiero, y las evaluaciones económica, social y ambiental, ya que de esta manera permitirá establecer un nuevo marco de referencia y de proyección de lo que es y debe ser la empresa distribuidora, se recomienda trabajar con objetividad basados en cada uno de los parámetros establecidos, teniendo en cuenta las estrategias de optimización de recursos y utilidad.

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

BIBLIOGRAFÍA

- ACKOFF, Russell. Un concepto de planeación de empresas. 2 ed. México: Limusa, 1972. 144p.
- ARENS, William F. Publicidad, 7 edición. México. Mac Graw Hill. 1997. 573p.
- CAMACHO, Jaime. Planeación estratégica. Bucaramanga: UIS, 1994. 63p
- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. México Mc Graw- Hill, 1993. 373p.
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución Política de Colombia. Bogotá: Unión, 1991. 174p.
- FISCHER DE LA VEGA, Laura. Introducción a la Investigación de Mercados. S.L: McGraw – Hill, 1990. P. 103.
- GONZALES, Luís A. Principios sobre evaluación y formulación de Proyectos s.I. UIS.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José. Los Proyectos: La Unidad Operativa de Desarrollo. 2 Edición. Santa fe de Bogotá: ESAP, 1992. P, 64-69.
- RAMÍREZ CARDONA, Carlos. Teoría y enfoques sobre administración. Santa Fe de Bogotá, 1998. P. 169-171.
- STANTTON, William. Fundamentos de Mercado. 9ª Edición. McGraw – Hill, 1994. P. 64-65.
- TERRY, George. Principios de Administración s.I: Mac Graw- Hill.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

ORTEGA ANDRADE, Francisco. Historia de la construcción (on line). 1 ed. [España]: Universidad Gran Canaria, ene., 2009 [citado 23 ago., 2013]. Disponible en: http://editorial.cda.ulpgc.es/estructuras/construccion/1_historia/

ROPERO, A. Construcción (online). 1 rev. [s.l.]: Diccionario ABC, 2010 [citado 26 jul., 2013]. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/general/construccion.php#ixzz2emcCSEER>

ANEXOS

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

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

OBJETIVO: Conocer el grado de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de materiales de construcción en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

CUESTIONARIO

1. Cuando tiene la necesidad de comprar materiales para la construcción, ¿a qué sitio acude a realizar la compra?

- a. Silva Gómez _____
- b. Ferretería Mundial _____
- c. Distrimateriales _____
- d. La Primavera _____
- e. Torcoroma _____
- d. Otro _____ Cuál? _____

2. Por qué eligió ese sitio?

- a) Calidad del producto _____
- b) Atención _____
- c) otorgan crédito _____
- d) Precios _____
- e) Otros _____ Cuáles? _____

3. Cuáles son los productos que adquiere con más frecuencia?

- a) Cemento__
- b) Enchapes ____
- d) Pisos ____
- e) Porcelana sanitaria ____
- f) Tubería de Grees__
- g) Otros __ Cuáles? _____

4. Ha tenido que realizar pedidos a otras ciudades por no encontrar en los negocios de venta de materiales de Ocaña lo que necesita?

SI _____ NO _____ porque? _____

5. Si existiera un lugar donde adquirir materiales para construcción a buen precio, variedad y con calidad, usted compraría en éste?

SI _____ NO _____ porque? _____

6. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una empresa distribuidora de toda clase de materiales para la construcción en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?

SI _____ NO _____ POR QUE? _____

7. ¿En qué sector le gustaría se ubicara la empresa?

- a. Ciudadela Norte _____
- b. Avenida Circunvalar _____
- c. Carretera Central _____
- d. Mercado Público _____
- e. Rotina _____
- f. Primavera

8. ¿Cuál considera usted que es el mejor medio para dar a conocer la distribuidora de materiales?

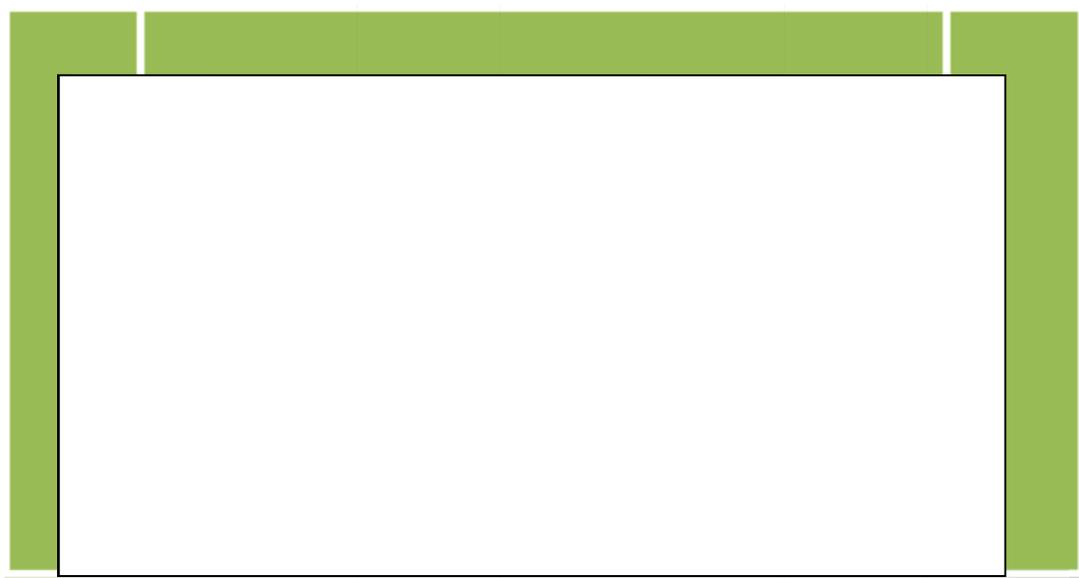
- a) Televisión
- b) Radio
- c) Prensa escrita
- d) Volantes
- e) Pasacalles
- f) Otro _____ cuál? _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo B. Logotipo



Anexo C. Slogan

A large, empty rectangular box with a thin black border, centered on the page. The box is surrounded by a thick, solid green border that frames the entire content area. This is a template for a slogan.

Anexo D. Pauta publicitaria

LOS MEJORES MATERIALES PARA LA
CONSTRUCCIÓN LOS CONSIGUE EN

FERRETERÍA
CIRCUNVALAR

PENSAMOS
SIEMPRE EN USTED

POR LA CALIDAD
POR EL PRECIO
Y LA ATENCIÓN

KDX 223-14 Av. Circunvalar
Teléfono: 5620000
Ocaña, N.S.



Anexo E. Distribución en planta

