	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Dependencia	Aprobado		Pág.
		SUBDIRECTOR ACADEMICO		iii(117)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	SINDY PAOLA AMAYA LEÓN ERIKA GUERRERO ORTEGA		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	FRANKLIN AMAYA TORRADO		
TÍTULO DE LA TESIS	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS FIT EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>EN COLOMBIA EXISTE DIVERSIDAD DE ALIMENTOS QUE SE OFRECEN AL CONSUMIDOR, POR LO QUE LOS ÍNDICES DE SOBREPESO, ENFERMEDADES CARDÍACAS, CIRCULATORIAS, DE ESTRÉS, ENTRE OTRAS, SON A DIARIO ALARMANTES. POR LO QUE ES NECESARIO DECIR QUE EL ELEVADO PESO ES OTRO FACTOR DE RIESGO QUE ESTÁ AUMENTANDO EN EL PAÍS. EN EL PRESENTE TRABAJO SE ENCONTRARÁN ANTECEDENTES HISTÓRICOS A NIVEL INTERNACIONAL, NACIONAL Y LOCAL, DE IGUAL FORMA CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL TEMA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 117	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM: 1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS FIT EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA,
NORTE DE SANTANDER

AUTORES:

SINDY PAOLA AMAYA LEÓN

ERIKA GUERRERO ORTEGA

Trabajo de grado para Optar el título de administrador de empresas

Director

FRANKLIN AMAYA TORRADO

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

Ocaña, Colombia

Noviembre, 2018

Agradecimientos

Los autores del trabajo de grado expresan los agradecimientos al director de la investigación, FRANKLIN AMAYA, por su guía y colaboración en la elaboración del mismo, de igual forma a todos los docentes quienes aportaron sus conocimientos en la formación profesional.

Índice

Capítulo 1. Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Objetivos	2
1.3.1 General	2
1.3.2 Específicos	2
1.4 Justificación	3
1.5 Delimitaciones	5
1.5.1 Operativa.	5
1.5.2 Conceptual. .	5
1.5.3 Geográfica..	5
1.5.4 Temporal..	5
 Capítulo 2. Marco Referencial	 6
2.1 Marco histórico	6
2.1.1 Antecedentes de la cultura fit en el ámbito internacional..	6
2.1.2 Antecedentes de la cultura fit en el ámbito nacional.	9
2.1.3 Antecedentes de la cultura fit en el ámbito local.	11
2.2 Marco conceptual	12
2.3 Marco teórico	13
2.4 Marco legal	14
2.5 Marco contextual	16
 Capítulo 3. Diseño Metodológico	 18
3.1 Tipo de Investigación	18
3.2 Población	18
3.3 Muestra	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información	19
3.5 Procesamiento y análisis de información	20
 Capítulo 4. Presentación de resultados	 21
4.1 Estudio de mercados que permita determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña.	21
4.1.1 Encuesta dirigida a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	21
4.1.2 Características del producto.	38
4.1.3 Análisis de la competencia.	39
4.1.4 Mercado Meta	39
4.1.5 Estudio de la oferta	39
4.1.6 Nicho de mercado	39
4.1.7 Determinación de variable de segmentación	40
4.1.8 Análisis de la demanda	41

4.1.9 Precio	42
4.1.10 Publicidad	42
4.1.11 Nombre	42
4.1.12 Logotipo	42
4.1.13 Determinación de los canales de distribución	42
4.2 Plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido para la comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.	43
4.2.1 Macrolocalización	43
4.2.2 Microlocalización	44
4.2.3 Tamaño del proyecto.	44
4.2.4 Necesidades del recurso humano	44
4.2.5 Requerimiento físico	44
4.2.6 Requerimiento de equipo de computación y comunicación	45
4.3 Estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.	45
4.3.1 Misión	46
4.3.2 Visión	46
4.3.3 Valores corporativos. Integridad	46
4.3.4 Estructura organizacional	47
4.3.5 Manual de funciones	48
4.3.6 Reglamento interno de trabajo.	64
4.4 Estudio financiero y evaluación económica para la proyección de los ingresos y gastos en la creación de una comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.	79
4.5 Impacto social y ambiental de la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.	88
Capítulo 5. Conclusiones	91
Capítulo 6. Recomendaciones	93
Referencias	94
Apéndices	97

Lista de tablas

Tabla 1. Nivel educativo	32
Tabla 2. Evaluación de los hábitos alimenticios	33
Tabla 3. Cambios de los hábitos alimenticios a causa de alguna enfermedad	34
Tabla 4. Dieta alimenticia	35
Tabla 5. Evaluación de los hábitos alimenticios de su familia	36
Tabla 6. Cambios en los hábitos alimenticios	37
Tabla 7. Rango de sus ingresos mensuales	38
Tabla 8. Disponibilidad para el consumo de productos FIT	39
Tabla 9. Tipo de producto que está dispuesto a consumir	40
Tabla 10. Cantidad que está dispuesto a pagar por los productos FIT	41
Tabla 11. Forma de adquirir los productos FIT	42
Tabla 12. Regularidad en el consume de comida chatarra	43
Tabla 13. Comidas en las que se consume más alimentos	44
Tabla 14. Influencia que se puede ejercer en la familia para llevar una alimentación balanceada	45
Tabla 15. Revisión de la información nutricional de los productos que consume	46
Tabla 16. Bebida que prefiere consumir al realizar deporte	47
Tabla 17. Medio de comunicación por el que prefiere conocer las promociones de los productos FIT	48
Tabla 18. Proyección de la demanda	52
Tabla 19. Requerimiento físico	55
Tabla 20. Requerimiento de equipo de computación y comunicación.	56
Tabla 21. Manual de funciones.	59
Tabla 22. Procedimiento para la asamblea de accionistas.	63
Tabla 23. Procedimiento para la junta directiva	64
Tabla 24. Procedimiento para el Revisor fiscal	65
Tabla 25. Procedimiento del gerente	67
Tabla 26. Procedimiento del asesor contable	69
Tabla 27. Procedimiento para la secretaria	71
Tabla 28. Procedimiento del Bodeguero	72
Tabla 29. Procedimiento para servicios generales	73
Tabla 30. Procedimiento para el despachador	74
Tabla 31. Requerimiento de equipo de computación y comunicación.	90
Tabla 32. Requerimiento físico	90
Tabla 33. Gastos generales	91
Tabla 34. Gastos generales proyectados	91
Tabla 35. Ingresos	94
Tabla 36. Gastos de Personal	94
Tabla 37. Gastos de Personal proyectado	95
Tabla 38. Estado de resultados proyectado en años.	95

Lista de figuras

Figura 1. Nivel educativo	32
Figura 2. Evaluación de los hábitos alimenticios	33
Figura 3. Cambios de los hábitos alimenticios a causa de alguna enfermedad	34
Figura 4. Dieta alimenticia	35
Figura 5. Evaluación de los hábitos alimenticios de su familia	36
Figura 6. Cambios en los hábitos alimenticios	37
Figura 7. Rango de sus ingresos mensuales	38
Figura 8. Disponibilidad para el consumo de productos FIT	39
Figura 9. Tipo de producto que está dispuesto a consumir	40
Figura 10. Cantidad que está dispuesto a pagar por los productos FIT	41
Figura 11. Forma de adquirir los productos FIT	42
Figura 12. Regularidad en el consume de comida chatarra	43
Figura 13. Comidas en las que se consume más alimentos	44
Figura 14. Influencia que se puede ejercer en la familia para llevar una alimentación balanceada	45
Figura 15. Revisión de la información nutricional de los productos que consume	46
Figura 16. Bebida que prefiere consumir al realizar deporte	47
Figura 17. Medio de comunicación por el que prefiere conocer las promociones de los productos FIT	48
Figura 18. Logo.	53
Figura 19. Canal de distribución	54
Figura 20. Ocaña, Norte de Santander	54
Figura 21. Organigrama	58

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	108
Apéndice B. Requisitos legales para la constitución.	111
Apéndice C. Distribución en planta	116

Resumen

Los niveles de inactividad física son elevados en prácticamente todos los países desarrollados y en vía de desarrollo. Según la OMS, en los países desarrollados, más de la mitad de los adultos tienen una actividad insuficiente. En las grandes ciudades de crecimiento rápido del mundo en desarrollo la inactividad es un problema aún mayor.

La urbanización ha creado varios factores ambientales que desalientan la actividad física, como, la superpoblación, el aumento de la pobreza, aumento de la criminalidad, la gran densidad del tráfico, la mala calidad del aire, la inexistencia de parques, aceras e instalaciones deportivas y recreativas (Castillo M. , 2018).

Por lo tanto, se aconseja adquirir hábitos saludables de alimentación, con cultura de prevención dándole valor a una vida sana, lo que llevara a:

Mejorarás tu humor y estado de ánimo

Una mejor salud

Tu estado físico será mejor

Huesos y articulaciones más fuertes

Desarrollarás mejor tu cerebro

Sensación de juventud.

Introducción

En Colombia existe diversidad de alimentos que se ofrecen al consumidor, por lo que los índices de sobrepeso, enfermedades cardíacas, circulatorias, de estrés, entre otras, son a diario alarmantes. Por lo que es necesario decir que el elevado peso es otro factor de riesgo que está aumentando en el país.

En el presente trabajo de grado se encontrarán antecedentes históricos a nivel internacional, nacional y local, de igual forma conceptos relacionados con el tema de investigación, el contexto en donde se desarrolló el proyecto, las teorías y leyes que están muy inherentes al tema de investigación.

De otra parte, se utilizó la investigación descriptiva ya que esta permite ir a la fuente de la información y tomarla de primera mano, para lo cual se tuvo en cuenta la población del casco urbano de Ocaña, a la que se le aplicó una muestra estadística que dio como resultado 378 personas, las que contestaron una encuesta elaborada con preguntas cerradas y el resultado de la misma se presentó de forma cuantitativa y cualitativa en tablas gráfica y análisis de cada una de las preguntas.

Todo lo anterior permitió desarrollar los objetivos específicos y llegar a conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Capítulo 1. Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

Hoy en día el ser humano cambia constantemente de acuerdo a las tendencias de cada momento en cuanto al consumo de alimentos y prácticas saludables con el fin de perfeccionar la calidad de vida. De esta manera el acceso a los productos que lo acerquen a ese fin están en tendencia en todos los niveles sociales, tanto así que las personas actualmente toman mayor consciencia de la importancia de ejercitar el cuerpo pero también de consumir alimentos que aporten a su sistema digestivo y además de ello que protejan su salud, puesto que el consumo de comidas poco saludables invadió por mucho tiempo el estilo de vida del ser humano (Mejia & Castaño, 2016).

Sin embargo, en países como Colombia en donde la diversidad de alimentos ofrece al consumidor una gran variedad en comida, los índices de sobrepeso, enfermedades cardíacas, circulatorias, de estrés, entre otras, son a diario alarmantes. Por lo que es necesario decir que el elevado peso es otro factor de riesgo que está aumentando en el país y que la última encuesta de la ENSIN 2014 reporta cifras alarmantes de una prevalencia de obesidad de 16.5% y 34.6% de sobrepeso. (Mejia & Castaño, 2016)

En regiones como en la cual se encuentra ubicado el municipio de Ocaña la problemática no es distinta y el índice de enfermedades a llevado a que las personas opten por las tendencias que lo direccionan a una vida saludable también comienzan a ser demandas por

el consumidor pues cada vez la gente es mas consciente de la importancia de los alimentos y actividades para mejorar las condiciones de vida actuales. Hoy en dia son diversos los centros de entrenamientos en los cuales las personas asisten a realizar ejercicio pero no cuentan con la suplementacion alimenticia adecuada que se debe acompañar con la realizacion de actividad fisica saludable. De esta necesidad nace la idea de crear una empresa que comercialice productos saludables a partir de la conscientizacion del beneficios que trae a la vida de las personas los priductos fit.

Ante los planteamientos expuestos se da a conocer la idea de negocios enmarcada en la creacion de una tienda fit que permita a los habitantes de Ocaña una opcion saludable de productos organicos y menos procesados para su consumo, rendimiento fisico, mental y psicologico.

1.2 Formulación del problema

¿Es posible la creación de una empresa comercializadora de productos fit en el municipio de Ocaña, Nortes de Santander?

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.3.2 Específicos. Realizar un estudio de mercados que permita determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña.

Elaborar un plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido para la comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Diseñar un estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Determinar el estudio financiero y evaluación económica para la proyección de los ingresos y gastos en la creación de una comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.4 Justificación

En la actualidad el ser humano es más consciente con los alimentos que le introduce al su organismo y es por ello que los consumidores tiene claro qué prefieren y evitan, en un 67% las bebidas y alimentos que no sean elaborados con productos naturales, al igual que las comidas procesadas (Bacanegra Leon, 2016).

De esta manera en la actualidad el denominado mundo fitness ha tomado mucha más fuerza y se asegura que en la gastronomía se convertirá en un negocio muy rentable, conquistando a un mayor número de personas que están dejando los hábitos tradicionales alimenticios y ahora son más conscientes de su salud y bienestar”, asegura Carolina Lorduy,

directora ejecutiva de la Cámara de Alimentos de la Andi. Las cifras del año 2015 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), la cual en su estudio demuestra que del 100% del gasto de los hogares, 25% significan compras de ingredientes de un menú fitness (Bacanegra Leon, 2016).

Según (Vélez, 2016), tomado de un artículo de Nielsen donde se asegura que en los diferentes mercados están sugiriendo percepciones de los consumidores sobre los ingredientes que están impactando realmente en sus decisiones de compra, de igual forma explicó se explicó que: “En mercados referencia como Alemania y Estados Unidos se ha observado crecimiento en el volumen de ventas de alimentos orgánicos de más del 10%. También han crecido las ventas de los alimentos que certifican en sus empaques que son libres de hormonas, de antibióticos, de glutamato monosódico, monosódico, y de sabores y colores artificiales, entre otros” (Velez, 2016).

En el municipio de Ocaña esta necesidad es evidente pues si bien es claro se busca una mejor calidad de vida no existe tiendas especializadas en comercializar los productos requeridos para llevar una vida saludable. De esta manera la propuesta de la creación de una empresa comercializadora de productos saludables permitirá en los consumidores una satisfacción ante la necesidad de una mejor salud y estado físico, mental y psicológico que se determinan de acuerdo a los alimentos que el ser humano consume diariamente. Ante esta necesidad se busca que la empresa disponga de un servicio que acompañe el proceso evolutivo alimenticio para mejorar las condiciones de vida los habitantes del municipio de Ocaña conscientes de que una alimentación libre de contaminantes y saludable permite una mejor calidad de vida.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Operativa. Se pueden generar inconvenientes en dicho proceso, debido al suministro de información errónea o negación de la misma por parte de los habitantes del municipio de Ocaña. Estos inconvenientes se manejan con el respectivo director de la presente propuesta.

1.5.2 Conceptual. En la presente investigación se manejará los siguientes conceptos: Estudio de factibilidad, estudio de mercados, plan operativo y técnico, estudio administrativo, productos FIT, tendencias saludables.

1.5.3 Geográfica. El proyecto se desarrollará la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.5.4 Temporal. El tiempo estipulado para la realización de la propuesta es de ocho semanas contado a partir de la aprobación del proyecto de grado.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Antecedentes de la cultura fit en el ámbito internacional. Para conocer un poco la historia y el origen del término, se deben remontamos en la época en que el fitness comienza a surgir. Según (Reverter & Barbany, 2007), en los años 80 cuando todas las gimnasias alternativas a las tradicionales incluyen la disciplina aeróbic, surgen prácticas derivadas de este que retroalimentan el fitness y se hacen cada vez más populares a base de mezclar música, coreografías y movimientos corporales, incorporando en estas, prácticas de fitness grupal.

Del mismo modo (Reverter & Barbany, 2007), a partir de la popularización de las prácticas de entrenamiento corporal empiezan a crearse gimnasios “fitness”, Lo que comienza a cambiar el concepto de gimnasio que se tenía en aquella época, pues los gimnasios de antaño tenían la fama de ser lugares aburridos, rutinarios y llenos de fisicoculturistas, lo que ahora se convertía en un lugar divertido, ameno y apto para todo público.

Según el autor citado a través de los años los niveles de consumo de productos dietéticos en el mundo son muy poco ya que no se tiene una cultura clara de la importancia de dicho consumo, aunque no se puede desconocer que se tiene la tradición del consumo de las hierbas medicinales, espacialmente como infusiones para aliviar malestares de salud. El consumo de estas hierbas se ha concentrado en las zonas urbanas de los países.

De otra parte es necesario decir que antes de hablar del estilo de vida fitness y sus orígenes, es primordial saber el significado de la palabra fitness, entendiendo así que fitness según (Tamayo, 2008) “significa aptitud o mejoramiento de la condición física general o forma física.”

Es de allí de donde surgen las razones y la necesidad de hablar de esta palabra, ya que a raíz de ella nacen distintos tipos de disciplinas que abarcan diferentes aspectos como lo son el entrenamiento físico, la nutrición sana y una forma específica de pensar sobre el cuerpo humano, teniendo siempre el objetivo de lograr un funcionamiento óptimo de todos los sistemas fisiológicos del organismo, principalmente de los sistemas cardiovascular, respiratorio, nerviosos y musculoesquelético (Tamayo, 2008).

De otra parte, se debe aclarar que la palabra fitness es considerada como un estado de salud, que se llama capacidad para practicar cierta actividad físicas, ocupaciones y actividades cotidianas. De igual forma es muy importante la nutrición de forma adecuada para cumplir con el estado fitness de igual forma el ejercicio físico moderado y un descanso apropiado.

Por lo tanto, la palabra fitness se origina tanto de la noción biológica como de la social, es decir la persona se siente aceptada por la sociedad si su cuerpo se ve saludable lo que lo hace psicológicamente sentirse mejor y amado por las personas, de igual forma la idea central está relacionada con cómo los organismos y sus cuerpos se adaptan al entorno que los rodea. Siendo sinónimo de esto cualidades que van desde la belleza hasta la delgadez basándose principalmente en el bienestar y la salud (Ballen Ramirez & Baquero Cadena, 2017)

La mayoría de las personas reportan un deseo de comer de manera saludable, sin embargo, comer mal y demasiado ha contribuido a una epidemia de Obesidad en los EE.UU, (Chance, Gorlin, & Dhar, 2014).

En los últimos años las dificultades por la obesidad se ha convertido en la principal causa inevitable de muerte, es por esto que para todo el mundo conocer cómo es posible dejar de lado una decisión tan difícil como lo es la elección de la comida sana y conocer una manera fácil de hacerlo, para reforzar lo anterior se debe decir que un estudio realizado por (Chance, Gorlin, & Dhar, 2014), basado en un sistema de toma de decisiones dual (sistema 1; proceso intuitivo – sistema2; proceso racional) en el que se revisan diferentes retos relacionados con la elección de alimentos saludables.

De otra parte en la opinión de (Chandon & Wansink, 2017), en los últimos años, los restaurantes considerados saludables como por ejemplo el caso de Subway han aumentado su crecimiento y posicionamiento a un ritmo mucho más rápido que el de aquellos que no lo son como es el caso de Mc Donals.

Sin embargo, según la BBC mundo las tasas de obesidad siguen aumentadas considerablemente en el transcurso de los años. Esto se debe a que las personas eligen sus alimentos basándose en la imagen que brindan las marcas a la hora de posicionar sus productos y no en la cantidad de calorías que estos puedan obtener, esto se debe a la tendencia de las marcas de no siempre informan la cantidad de calorías de sus productos, pues aparentemente un sándwich de Subway es más saludable y contiene menos calorías que una hamburguesa de Mc Donals, es decir aún no se tiene una cultura arraigada del cuidado que se debe tener con su salud y bienestar.

Estudios realizados por Pierre Chandon y Brian Wansink (Chandon & Wansink, 2017) revelan que los consumidores consideran que un sándwich contiene aproximadamente un 35% menos de calorías que una hamburguesa, cuando vienen de restaurantes que dicen ser saludables 21 como Subway que cuando vienen de restaurantes que no hacen esta afirmación como el caso de Mc Donals.

2.1.2 Antecedentes de la cultura fit en el ámbito nacional. En palabras de (Mejia & Castaño, 2016), dice que “la obesidad es otro factor de riesgo que está aumentando en el país y que la última encuesta de la ENSIN 2014 reporta cifras alarmantes de una prevalencia de obesidad de 16.5% y 34.6% de sobrepeso”.

Se debe mencionar que en Colombia son muchas las campañas de prevención contra la obesidad que se han implementado ya que este sigue siendo un problema de salud pública muy grande, y que en realidad el gobiernos, no sabe qué hacer, ya que se han implementar políticas para detener su avance y esto ha sido fallido, es por esto que se debe empezar realizando campañas de concientización y sensibilización en las diferentes comunidades especialmente la infantil sobre el daño que puede traer las diferentes comidas llamadas chatarra que solo traen perjuicio a la salud de los consumidores y acorta la vida de los mismos.

De otra parte, según el ministerio de salud y protección social: “En Colombia el número de defunciones por enfermedades cardiovasculares en los últimos 25 años se duplica, pasando de 30.000 muertes en el año de 1.980 a 55.000 en el año 2.014, aumentando en un 83% el número de muertes. Este incremento es más notable para las enfermedades isquémicas, cerebrovasculares e hipertensivas.

Según la exposición del autor son preocupantes las cifras de pacientes afectados por enfermedades cardiovasculares, producidas por el consumo de alimentos no saludables y procesados, lo que está matando poco a poco a la población y deteriorando la salud de la niñez colombiana.

De otra parte (Parra, 2014), afirma “que el exceso de grasas, harinas, sodio y azúcar en la dieta y el sedentarismo son algunas de las causas de la obesidad que a su vez origina distintos tipos de enfermedades cardiovasculares, “Esto ha hecho que se incremente cada vez más el número de personas interesadas en consumir alimentos que le aporten a su bienestar”.

Según (López Bejarano, 2015), en el país ya es frecuente encontrar restaurantes que ofrecen alimentos y platos preparados de forma orgánica, como alternativa a los platos a base de ingredientes procesados.

De otra parte, en el diario la República Vanegas, contó que esta área de la gastronomía aunque va en aumento, empezó con dificultades como cualquier otro gremio. “Antes no era fácil decirle a una persona que pague el doble que un plato ejecutivo ordinario, pero poco a poco lo vieron más que un gasto, como una inversión al bienestar de su cuerpo (Vanegas, 2017).

Para concluir se debe decir que la obesidad es una enfermedad crónica, no solamente es una enfermedad, es un conjunto de factores que llevan a un círculo de padecimientos que finalmente son los que van a producir desenlaces que no son favorables como las enfermedades cardiovasculares y la muerte, por lo tanto la obesidad y el sobrepeso son causados por el alto consumo de alimentos industrializados, tales como las bebidas

azucaradas, harinas procesadas o papas fritas que contienen hasta 150 calorías y que carecen de nutrientes necesarios, lo que en términos médicos se conoce como “calorías vacías”.

Por lo tanto, se debe empezar por concientizar a los consumidores del daño causado por este tipo de alimentos y motivar para el consumo de alimentos saludables, al igual que el ejercicio y vida saludable

Por otra parte, las comidas a deshoras, bien sea no tomar el desayuno, almuerzo o cena a tiempo, altera el metabolismo, por lo que no ocurre una digestión correcta y afecta la hormona cortisol, encargada de ayudar al buen funcionamiento del sistema inmunológico, al metabolismo de las proteínas, grasas, carbohidratos y mantener los niveles de azúcar en la sangre.

2.1.3 Antecedentes de la cultura fit en el ámbito local. En el municipio de Ocaña no existen muchas investigaciones sobre esta necesidad en el mercado. Desde el área investigativa del programa de administración de empresas se pudo constatar que existe un trabajo denominado Investigación de Mercados para conocer el grado de aceptación de un restaurante de comida orgánica en la ciudad de Ocaña realizado por el estudiante Mario Alexander Martínez Casadiego pero que en la actualidad no reposa en el repositorio institucional de la UFPSO lo que dificulta su consulta.

De otra parte, existen actualmente en el municipio algunas tiendas naturistas que distribuyen algunos productos y tiendas como STARFIT direccionada por dos jóvenes emprendedores pero que no cubre todo el mercado y que no cuentan con una debida

planeación para abarcar el mercado, crear hábitos saludables y promover la cultura de la buena alimentación en todo el municipio de Ocaña.

2.2 Marco conceptual

Se debe tener en cuenta que un estudio de factibilidad es donde se analiza la rentabilidad del negocio y las condiciones de éxito que se pueden lograr. De igual forma permite determinar si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Los anteriores factores son determinantes para decidir la factible o no iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo, es decir invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos (Dino, 2011).

De otra parte según (Kotler, 2002), define la investigación de mercados como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa"

En cuanto a la planificación operativa consiste en formular planes a corto plazo que pongan de relieve las diversas partes de la organización. Se utiliza para describir lo que las diversas partes de la organización deben hacer para que la empresa tenga éxito a corto plazo. (Casadiego, 2017)

Otro aspecto muy importante es un Estudio Administrativo ya que este permite diseñar las herramientas como la misión, visión, organigrama, manuales, reglamentos entre

otros, necesarios para administrar adecuadamente una empresa, de igual forma cuando esta se encuentra ya en funcionamiento se debe direccionar hacia un rumbo concreto logrando que la inversión realizada tenga frutos favorables para los inversionistas (López Parra & Puerta, 2011).

Por lo tanto, los productos fitness son considerados una de las técnicas de ejercitación más eficientes que hay. Debido a que otorga muchos beneficios, no solamente permite perder peso, sino que también ayuda a tonificar los músculos. Además mejora la circulación sanguínea, y también ayuda a acelerar el metabolismo de haciendo que esta pierda peso más rápidamente (NutricSalud, 2018)

2.3 Marco teórico

En el marco teórico se tendrán en cuenta teorías relacionadas con el tema como es la teoría naranja donde esta explica las nuevas técnicas basada en la quema de calorías por exceso de consumo de oxígeno (Notilogia.com, 2015).

En Colombia, los resultados reportados en la encuesta nacional de la situación alimentaria en cuanto a los hábitos alimentarios, descritos mediante el patrón de frecuencia diaria de consumo de alimentos, determinó que la población Colombiana no practica una alimentación saludable, reflejando el impacto de una transición alimentara que se ha generado en los últimos años (Borgues, 2015).

De otra parte se debe tener en cuenta la opinión de la (Organización Mundial de la Salud, 2011), en la estrategia mundial sobre alimentación saludable, actividad física y salud, algunas de las recomendaciones específicas sobre la dieta y la actividad física.

Aumentar el consumo de frutas y hortalizas.

Dejar de consumir grasas saturadas y ácidos grasos.

En cuanto a los alimentos de origen animal, se debe fomentar el consumo de pescado, carnes magras y productos lácteos bajos en grasa.

Reducir la ingesta de azúcares “libres o refinados”.

Reducir el consumo de sal.

2.4 Marco legal

En la **Constitución Política Colombiana**. Artículo 38. En el cual se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

En el Artículo 65 se establece: “La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado (Asamblea Nacional Constituyente , 1991).

Ley 1258 de 2008. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. Artículo 1o. Constitución. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Artículo 5o. Contenido del documento de constitución. La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal (Congreso de la República, 2012).

De otra parte, el **Decreto 3075 De 1997**. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público.

En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran: a.

A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos.

b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.

d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos (Presidencia de la Republica, Decreto 3075 De 1997)

2.5 Marco contextual

La ciudad de Ocaña, Norte de Santander , en 1828 fue escogida por su ubicación geográfica como escenario de la denominada "Gran Convención" y ha tenido un desarrollo notable en sus actividades comerciales el microempresas y agricultura, de igual forma la cultura es muy amplia ya que se cuenta con el Complejo Histórico de la Gran Convención (Cúcuta nuestra.com, 2015).

De otra parte, se debe mencionar que entre los platos típicos se encuentra la arepa elaborada a base de maíz, el tamal y las conservas. De igual forma también la sopa de fríjoles, llamada por los ocañeros, ajiaco. El producto típico de Ocaña son las cebollas rojas o cebollas. La fruta más representativa de esta región es conocida como “cocota” y su producción tope o cosecha se da en el mes de agosto.

Por último, es de destacar que, en la Semana Santa, en la mesa ocañera no pueden faltar el palmito y el barbatusco. Ambos platos se acompañan con arepa ocañera. Ocaña fue influenciada por muchas culturas, por eso hay gran cantidad de alimentos típicos de otras culturas que con el paso del tiempo se han ido arraigando a la región (Cúcuta nuestra.com, 2015).

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo de la investigación fue necesario acudir a una metodología que permita alcanzar los objetivos trazados en el primer capítulo. Para ello se tuvo a bien elegir la investigación descriptiva con apoyo de la metodología cuantitativa puesto que se realizarán análisis basados en los resultados de la aplicación del instrumento de investigación y se procedió a estudiar la factibilidad de crear una empresa comercializadora de productos fit en el municipio de Ocaña.

De otra parte, se debe decir que la investigación cuantitativa es una forma de recopilar y analizar los datos obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de información y por lo tanto esto se describen en el desarrollo del trabajo de grado, tratando de determinar la correlación entre variables y objetivación de los resultados (Fernández, P. y Díaz, P. (2002).

3.2 Población

La población sobre la cual se desarrolló la investigación para determinar y diseñar el plan de negocios de la comercializadora de producto fit en el municipio de Ocaña fueron los habitantes de la zona urbana es decir 78.856 según información de la página del (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2010)

3.3 Muestra

n = muestra

N = población dada en el estudio = 78.856

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

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

$$n = \frac{78.856 * (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}{78.856 - 1 * (0.05)^2 + (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 378 personas a encuestar al azar

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

El instrumento elegido como medio para la obtención de la información requerida es la encuesta, esto teniendo en cuenta que las encuestas son entrevistas con un gran número de personas, donde se utiliza un cuestionario prediseñado. A partir de este instrumento se obtuvo la percepción de los habitantes del municipio de Ocaña con el fin de determinar la factibilidad de la empresa comercializadora de productos FIT a través de la encuesta que se encuentra en el apéndice A.

3.5 Procesamiento y análisis de información

La información recolectada mediante la técnica utilizada se analizó cuantitativamente, a través del conteo de respuestas y la respectiva tabulación; asimismo, se interpretó cualitativamente, mediante la descripción de los posibles variables incidentes en cada uno de los interrogantes efectuados.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Estudio de mercados que permita determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña.

4.1.1 Encuesta dirigida a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. Con el objetivo de diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en Ocaña, para lo cual se aplicó una encuesta elaborada por medio de un cuestionario de preguntas cerradas a 378 habitantes y a continuación se evidencian los resultados de la misma.

Tabla 1.

Nivel educativo

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	50	13%
Bachillerato	147	39%
Técnico	127	34%
Pregrado	27	7%
Posgrado	27	7%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

■ Primaria ■ Bachillerato ■ Técnico ■ Pregrado ■ Posgrado

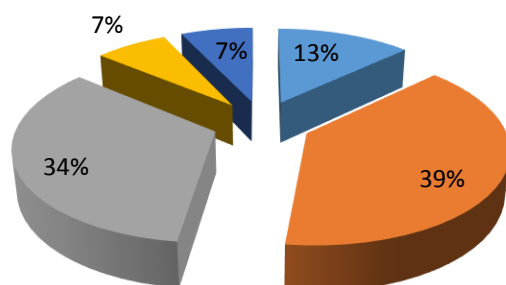


Figura 1. Nivel educativo

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

Según la encuesta aplicada el 39% de los encuestados, solo han alcanzado el nivel académico de bachiller, de otra parte, el 34% tienen el nivel técnico, el 50% solo realizaron la primaria y el 7% pregrado y posgrado, lo que demuestra que la mayoría de los encuestados son personas que no poseen una preparación académica alta o amplia.

Tabla 2.

Evaluación de los hábitos alimenticios

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Excelentes	104	27%
Buenos	192	51%
Regulares	63	17%
Malos	19	5%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

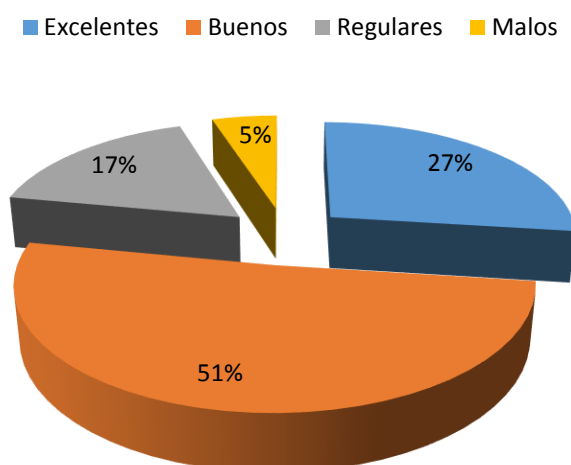


Figura 2. Evaluación de los hábitos alimenticios

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

En cuanto a la evaluación de los hábitos alimenticios, se debe decir que el 51% de las personas encuestadas dicen que son buenos, ya que tratan de consumir alimentos sanos y de forma balanceada, con el objetivo de evitar enfermedades por desnutrición y demás que

pongan en peligro su vida, mientras que el 27% afirman que los hábitos familiares son muy sanos y por lo tanto permanecen con una excelente salud.

Tabla 3.

Cambios de los hábitos alimenticios a causa de alguna enfermedad

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Si	268	71%
No	110	29%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

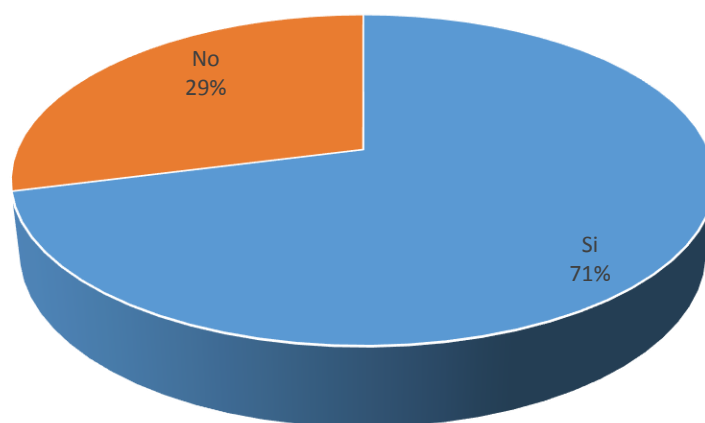


Figura 3. Cambios de los hábitos alimenticios a causa de alguna enfermedad

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

El 71% de las personas encuestadas afirman que por motivo de alguna enfermedad se han visto obligados a cambiar los hábitos alimenticios, mientras que el 29%, afirman que no se debe cambiar la alimentación, esto sucede especialmente en las personas mayores que son renuentes a los cambios en su vida.

Tabla 4.*Dieta alimenticia*

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Si	313	83%
No	65	17%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

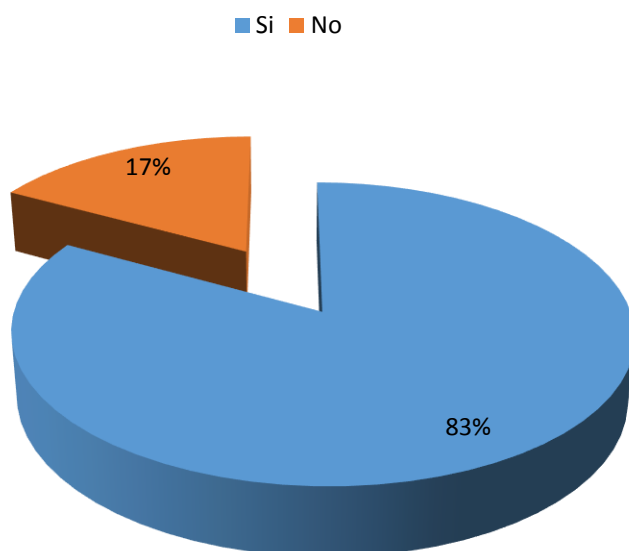


Figura 4. Dieta alimenticia

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

En cuanto a las dietas alimenticias se debe decir que el 83% de las personas encuestadas afirman que a raíz de complicaciones en su salud les ha tocado seguir este tipo de dietas las cuales han sido recomendadas por el médico o nutricionista y estas a su vez les ha ayudado a mejorar su calidad de vida y a contrarrestar las afecciones en su salud.

Tabla 5.*Evaluación de los hábitos alimenticios de su familia*

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Excelentes	19	5%
Buenos	57	15%
Regulares	185	49%
Malos	57	15%
Muy malos	60	16%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

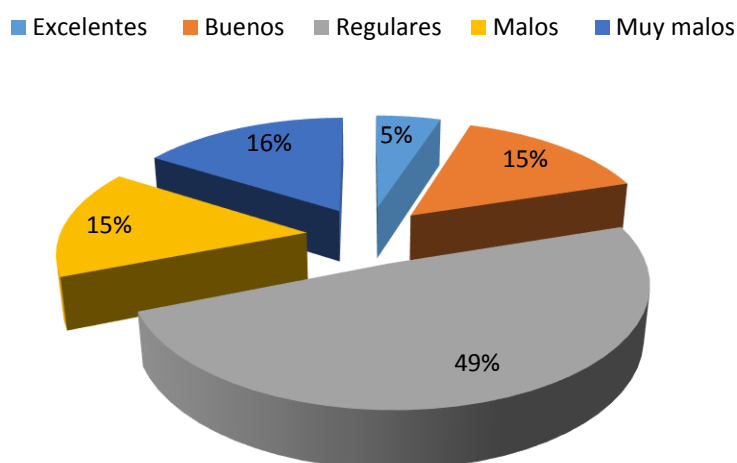


Figura 5. Evaluación de los hábitos alimenticios de su familia

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

Teniendo en cuenta que los hábitos alimentarios son comportamientos conscientes, colectivos y repetitivos, que conducen a las personas a seleccionar, consumir y utilizar determinados alimentos o dietas, en respuesta a unas influencias sociales y culturales, se debe decir que el 49% de las personas encuestadas dicen que en su familia los hábitos alimenticios son muy regulares, lo que les ha traído a muchos de sus integrantes problemas de salud como colesterol, obesidad, entre otras que poco a poco va deteriorando su salud, de

otra parte el 16% dice que son muy malos siendo estos los porcentajes más representativos para la investigación.

Tabla 6.

Cambios en los hábitos alimenticios

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Si	378	100%
No	0	0%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

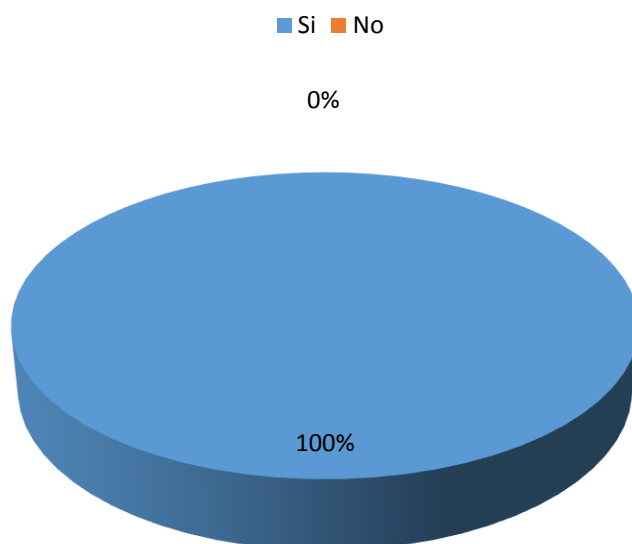


Figura 6. Cambios en los hábitos alimenticios

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

La totalidad de los encuestados siendo conscientes del perjuicio que trae para su salud los malos hábitos alimenticios, afirman que estas dispuestos a cambiarlos, ya que esto les permite gozar de buena salud y vida saludable, alargando sus días para disfrutar de sus hijos, padres, familia y amigos en general.

Tabla 7.*Rango de sus ingresos mensuales*

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$1.000.000	98	26%
De \$1.000.000 a \$1.999.999	182	48%
De \$2.000.000 a \$2.999.999	72	19%
De \$3.000.000 a \$3.999.999	15	4%
Más de \$4.000.000	11	3%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

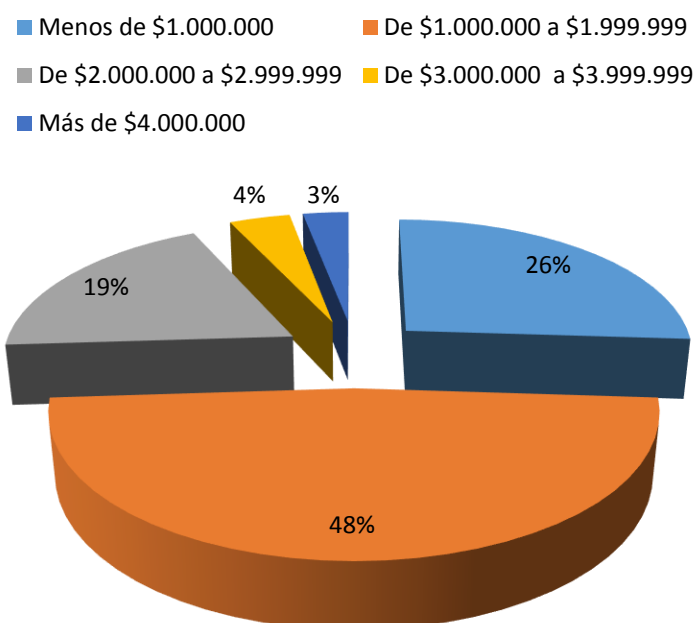


Figura 7. Rango de sus ingresos mensuales

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

El rango de ingresos es la cantidad de dinero que una persona devenga de su trabajo, siendo esta la cantidad con la que puede suplir sus necesidades y es por esto que el 48% afirma que su rango está de \$1.000.000 a \$1.999.999, siendo esto más de dos salarios mínimos legales vigentes para Colombia, constituyéndose un ingreso alto para el tamaño de

la ciudad, aunque no se puede desconocer que el 26% dicen que ganan menos del salario mínimo.

Tabla 8.

Disponibilidad para el consumo de productos FIT

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Si	378	100%
No	0	0%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

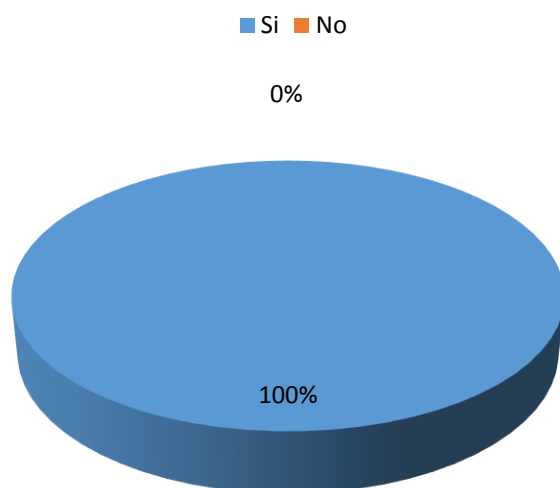


Figura 8. Disponibilidad para el consumo de productos FIT

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

El 100% de los encuestados dicen que están dispuestos a consumir productos fit, ya que estos son saludables y protegen su salud, de otra parte, dicen que hasta el momento no se tiene la cultura del consumo de productos fit en la ciudad de Ocaña, porque no se cuenta con un lugar donde adquirirlos o entidad que los distribuya.

De otra parte, son conscientes que este estilo de vida se puede adaptar a la meta que tengas, bien sea perder grasa, mantenerte e incluso aumentar masa muscular y mejorar el estado de salud actual.

Tabla 9.

Tipo de producto que está dispuesto a consumir

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Comidas	18	5%
Refrescos	42	11%
Complementos	318	84%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

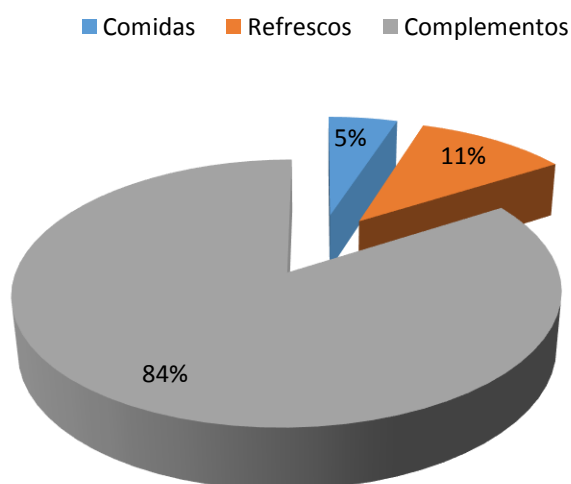


Figura 9. Tipo de producto que está dispuesto a consumir

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

En cuanto al tipo de producto que está dispuesto a consumir, el 84% dicen que les interesan los complementos, ya que estos contienen nutrientes específicos, como son vitaminas, minerales, factores vitamínicos, ácidos grasos y aminoácidos que son los

necesarios para una adecuada salud mental y física. De otra parte, el 11% se inclinan por los refrescos siento este un producto de poco consumo, esto porque solo es adquirido en momentos de actividad física o deportes.

Tabla 10.

Cantidad que está dispuesto a pagar por los productos FIT

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
De \$20.000 a \$30.000	8	2%
De \$30.001 a \$40.000	8	2%
De 40.001 a \$50.000	11	3%
De \$50.001 a \$60.000	351	93%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

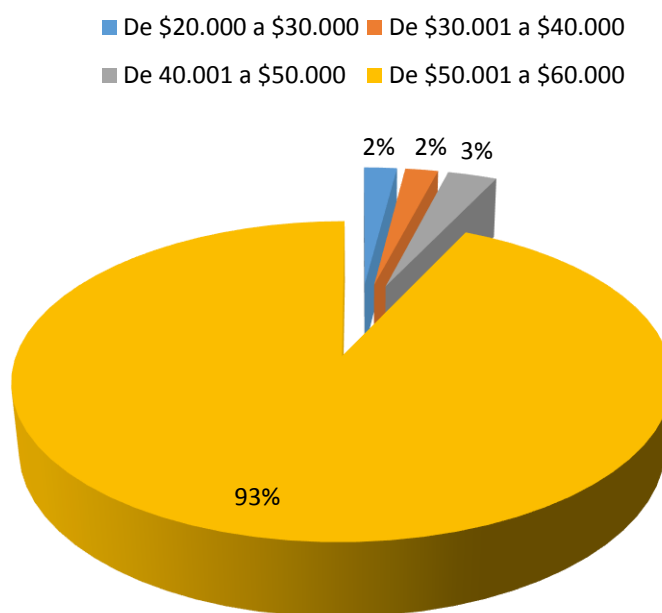


Figura 10. Cantidad que está dispuesto a pagar por los productos FIT

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

El 93% de los encuestados afirman que están dispuestos a pagar entre \$50.000 y \$60.000 por los productos Fit, esto porque saben que dichos productos ayudan a mantener una dieta equilibra, sana y a mejorar la calidad de vida saludable.

Tabla 11.

Forma de adquirir los productos FIT

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Tienda	4	1%
Supermercado	4	1%
Droguería	4	1%
Internet	4	1%
Domicilio	362	96%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

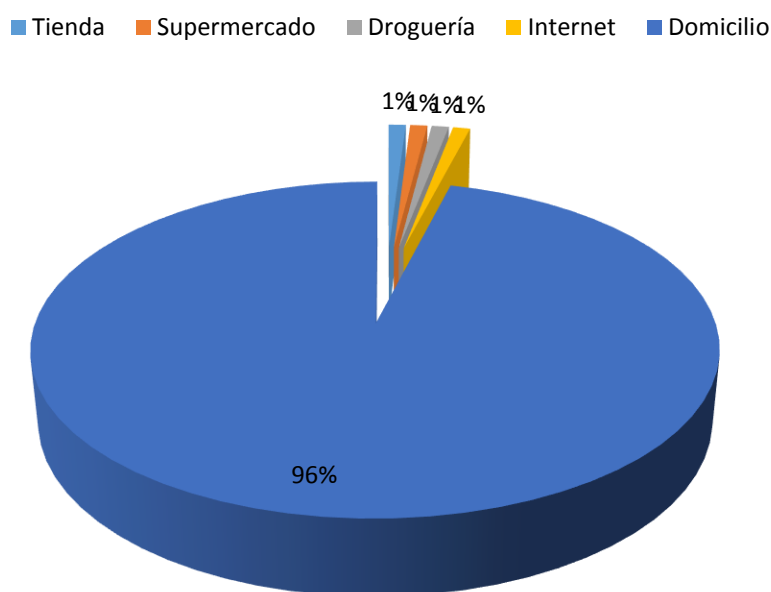


Figura 11. Forma de adquirir los productos FIT

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

Aunque hoy en día está en auge los medios de comunicación masivos como la internet con las famosas compras en línea, se debe destacar que el 96% de las personas encuestadas

dicen que les gustaría adquirir los productos Fit a domicilio, siendo más cómodo para ellos y de fácil adquisición ya que no se tiene la necesidad de salir o preocuparse por el transporte del producto.

Tabla 12.

Regularidad en el consume de comida chatarra

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Si, a diario	299	79%
Ocasionalmente	49	13%
Si, una vez por semana	22	6%
No	8	2%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

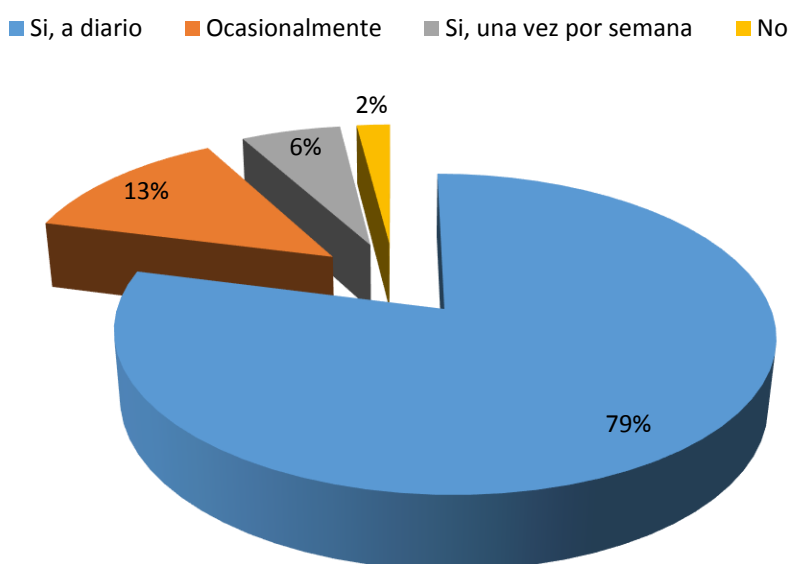


Figura 12. Regularidad en el consume de comida chatarra

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

En cuanto al consumo de comida chatarra lamentablemente en la ciudad de Ocaña es muy alta y esto ha llevado a que en los últimos años se halla incrementado las enfermedades

coronarias, colesterol, obesidad entre otras, esto lo afirma el 79% de los encuestados quienes dicen que el consumo de este tipo de comida se hace de forma diaria, mientras que el 13% afirman que es de forma ocasional.

Tabla 13.

Comidas en las que se consume más alimentos

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Desayuno	69	18%
Almuerzo	279	74%
Cena	19	5%
En todas como la misma cantidad	11	3%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

■ Desayuno ■ Almuerzo ■ Cena ■ En todas como la misma cantidad

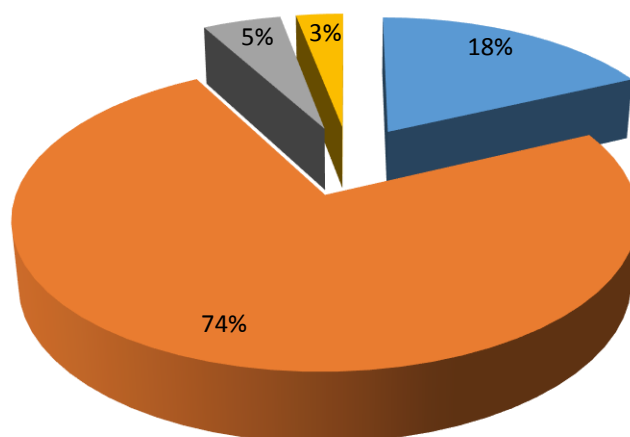


Figura 13. Comidas en las que se consume más alimentos

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

En cuanto a la cantidad de alimentos consumidos en el día, el 74% dice que en el almuerzo son más abundantes, ya que esta comida es donde se acompaña de sopas, verduras

entre otras que les da energía para terminar el día, mientras que el 18% dicen que es en el desayuno donde más se ingieren alimentos, esto puede ser por la cultura arraigada en la ciudad del consumo de arepa ocañera acompañada de queso y otros que le dan sabor a cada comida.

Tabla 14.

Influencia que se puede ejercer en la familia para llevar una alimentación balanceada

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Si	299	79%
No	79	21%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

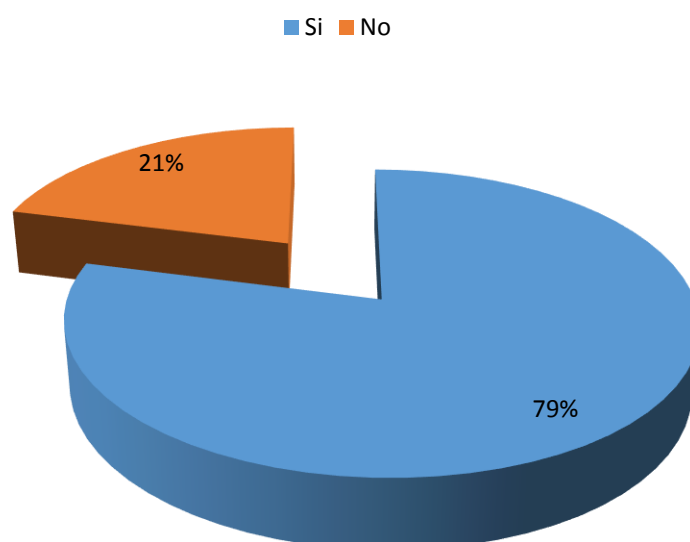


Figura 14. Influencia que se puede ejercer en la familia para llevar una alimentación balanceada

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

La mayoría de encuestados, es decir el 79% dicen que pueden llegar a ejercer influencia en sus familiares para lograr el cambio de hábitos alimenticios, ya que se debe empezar a desarraigar la cultura de la mala alimentación y tomar conciencia del daño causado a la salud, de otra parte, el 21% dicen que no pueden llegar a influenciar la familia ya que por cultura y tradición no van a cambiar su alimentación.

Tabla 15.

Revisión de la información nutricional de los productos que consume

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	45	12%
Casi siempre	60	16%
A veces	217	57%
Nunca	56	15%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

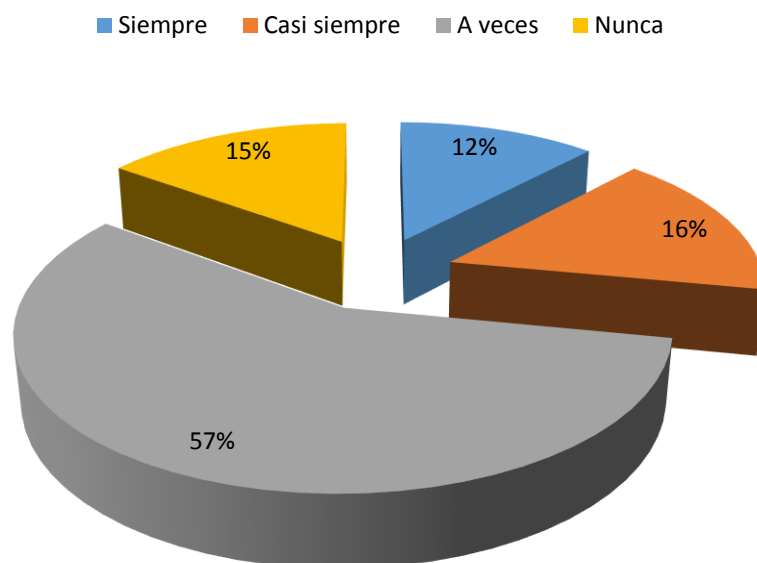


Figura 15. Revisión de la información nutricional de los productos que consume

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

El 57% de los habitantes de Ocaña encuestados afirman que a veces revisan la información nutricional de los productos que consume, desconociendo que esto es importante para elegir con un mejor criterio lo que se va a consumir, pensando en la salud y bienestar propio y el de la familia. De otra parte, el 16% dicen que casi siempre, el 15% nunca y el 12% siempre, con lo que se puede decir que se tiene la costumbre de consumir los alimentos sin investigar qué beneficios o daños le puede traer a cada uno de los comensales.

Tabla 16.

Bebida que prefiere consumir al realizar deporte

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Gatorade	109	29%
Agua	197	52%
Power Aid	12	3%
Red Bull	60	16%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

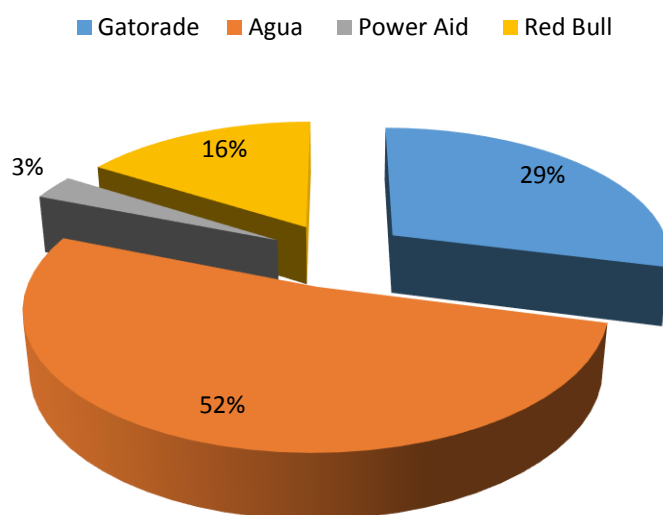


Figura 16. Bebida que prefiere consumir al realizar deporte

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

Se debe destacar que el 52% de las personas encuestadas prefieren consumir agua, siendo esta un nutriente esencial para el organismo, basta con solo pensar que el agua constituye 50 a 75% del peso corporal, de otra parte, el 29% consume Gatorade desconociendo que esta bebida ya viene procesada y con azúcares que perjudican la salud del consumidor.

Tabla 17.

Medio de comunicación por el que prefiere conocer las promociones de los productos FIT

CONCEPTO	RECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	38	10%
Televisión	76	20%
Internet	230	61%
Volantes	23	6%
Vos a vos	11	3%
TOTAL	378	100%

Nota. Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

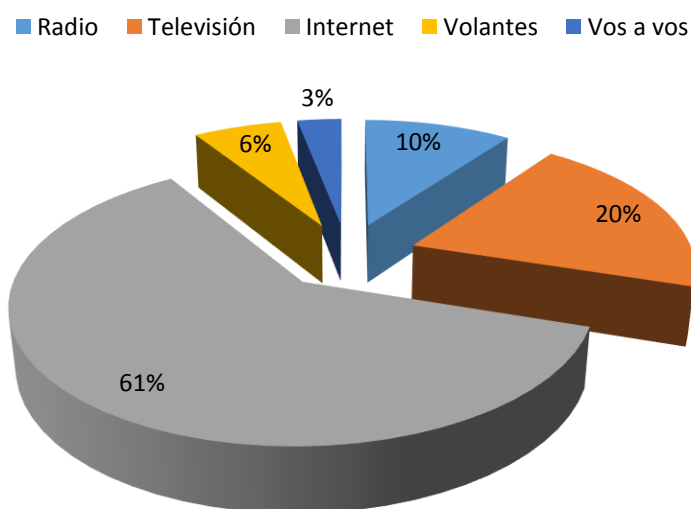


Figura 17. Medio de comunicación por el que prefiere conocer las promociones de los productos FIT

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña Norte de Santander

Para la comercialización de un producto lo ideal es que se promocione a través de un medio de comunicación que sea utilizado por una buena parte de la población y es por esto que el 61% de los encuestados dicen que el medio ideal es la internet, esto porque en la actualidad es el medio de comunicación más utilizado por personas de diferente edad, sin desconocer que la televisión y la radio juegan un papel muy importante y continúan siendo medios de comunicación masivos, especialmente en las zonas rurales de la provincia.

4.1.2 Características del producto. Los productos Fitness han sido creados específicamente para permitir y favorecer la salud de los consumidores, hoy en día, hay muchas marcas de suplementación y mucha publicidad al respecto, pero se debe tener claro lo que se quiere comprar por lo que el consumidor se debe fijar en la calidad antes que en la marca.

El estilo de vida Fitness y el consumo de los productos tiene múltiples beneficios para sus seguidores, pero, sin lugar a dudas, uno de los más destacados es el de aumentar la autoestima y la autoconfianza, que crean una personalidad fuerte y segura; es difícil tener una buena percepción de sí mismo si no se es feliz como se ve, lo que también lo nota el entorno, es decir, interfiere en cómo las otras personas tratan e interactúan con los individuos porque en la vida real se juzga por las apariencias, pues cómo cada uno se hace parte de la identidad social, lo que define la actitud hacia los demás.

Más allá de minimizar los riesgos para la salud, los beneficios del estilo de vida de Fitness también se articulan en términos de autoconfianza dado que una recompensa que tiene sentido, para el habitus corporal de sus consumidores primarios los beneficios del Fitness se formulan en términos de aliviar las ansiedades del cuerpo.

La confianza y una imagen positiva del cuerpo son elementos importantes en la composición de la personalidad; es difícil que un individuo se sienta feliz si no está a gusto con su cuerpo.

4.1.3 Análisis de la competencia. Para el producto ofrecido por la empresa en la ciudad no se tiene una gran competencia, ya que solo existen ventas por catálogos y puntos no organizados como empresa para desarrollar esta actividad económica.

4.1.4 Mercado Meta. La población para el estudio estuvo conformada por la población de Ocaña, Norte de Santander, quienes serán los posibles clientes en la empresa.

4.1.5 Estudio de la oferta. Al estudiar la oferta, se hace necesario estipular la cantidad de productos que se pondrán a disposición del público. Para el caso de la comercializadora el producto a ofrecer será 378 complementos alimenticios de forma mensual y estos irán aumentando en 4% según el IPC del año 2018.

4.1.6 Nicho de mercado. Para establecer nichos de mercado es interesante mencionar la segmentación de mercado, público objetivo y posicionamiento por esta razón se propone el análisis de los segmentos de mercados de consumo para luego posicionar los productos en el mercado y en base a ello obtener una ventaja competitiva. Al respecto Kotler, manifiesta que la segmentación de mercado es “división del mercado en grupos individuales con necesidades, características, y comportamientos comunes que podrían requerir productos o combinaciones de marketing específicas” (Balza, 2018).

4.1.7 Determinación de variable de segmentación. Antes de considerar el concepto de segmentación de mercado, fue necesario tener en cuenta algunas observaciones generales, y esfuerzo de mercadotecnia, basándose en:

Las variables de segmentación utilizadas pueden ser muchas, y si se dispusiera de toda la información posible se podría tener la certeza, que cuantas más variables se tenga, más cerca de los clientes potenciales se estará. Considerando que operativamente no es posible trabajar de esa forma, es necesario plantearse que lo práctico es trabajar con unas pocas variables.

Para la investigación se tendrán en cuenta variables como las siguientes:

Variables psicográficas. Hacen referencia a valores menores de segmentación, atendiendo a su personalidad y costumbres, que a pesar de adquirirse de acuerdo a una educación concreta tienen un impacto significativo sobre la motivación de compra.

Variables conductuales. La conducta de las personas dirige su comportamiento y guía sus acciones de compra. No sólo hablamos del mero hecho de comprar, sino de aquellas variables conductuales que pueden influir en la percepción que el cliente tiene acerca de un producto.

Variables socioeconómicas. El poder adquisitivo de un cliente va a limitar su preferencia acerca de un producto, en relación a la cuantía económica de su precio.

VARIABLES DEMOGRÁFICAS. La demografía es un factor muy importante en el sector comercial, porque condiciona el estilo de vida y por tanto, el tipo de producto que va a resultarle atractivo.

VARIABLES GEOGRÁFICAS. La localización geográfica define las costumbres de un grupo social e incide de forma directa sobre la cultura del cliente.

VARIABLES SEGÚN ESTILOS DE VIDA. Este criterio de segmentación de mercado amplía la cuestión a factores menos precisos que hacen referencia a los estilos de vida del consumidor, y todo aquello que se relaciona de forma directa o indirecta con su comportamiento social.

4.1.8 Análisis de la demanda. Para determinar la demanda de los productos de la empresa, se proyecta el número de habitantes encuestados con relación al porcentaje de las respuestas obtenidas de las personas que dijeron estar de acuerdo con la adquisición y consumo del producto. Por lo tanto, según la encuesta aplicada en el primer año se tendrán como clientes 378 y simultáneamente en los años siguientes se irán vinculando en un 4%.

Tabla 18.

Proyección de la demanda

Porcentaje de aceptación	Número de habitantes
100%	378 encuestados

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Proyección de clientes.

Total asociados	0	1	2	3	4
	187	194	202	210	219

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

4.1.9 Precio. Según el estudio realizado el precio de venta de suplementos alimenticio escogido por los encuestados es de \$60.000, el cual será comprado de forma mensual.

4.1.10 Publicidad. En el municipio de Ocaña específicamente en el casco urbano la publicidad llega fácil a sus habitantes, por lo que se propone para promocionar el producto y sensibilizar a los compradores de la importancia del cuidado físico y mental de su cuerpo, medios de comunicación como la internet, la radio y la televisión.

4.1.11 Nombre. El nombre escogido para la comercializadora será el siguiente:
COMERCIALIZADORA SINKA S.A.S.

4.1.12 Logotipo. El logotipo será la identificación de la comercializadora y se propone el siguiente:



Figura 18. Logo.

Fuente. Autores del proyecto.

4.1.13 Determinación de los canales de distribución. El producto vendido se la siguiente forma:



Figura 19. Canal de distribución

Fuente. Autores del proyecto.

4.2 Plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido para la comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Teniendo en cuenta que el estudio técnico es una evaluación que determina la inversión y los costos en que incurre la comercializadora para su creación, es por eso que se debe establecer la localización donde debe funcionar la misma.

4.2.1 Macrolocalización. La comercializadora estará ubicada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

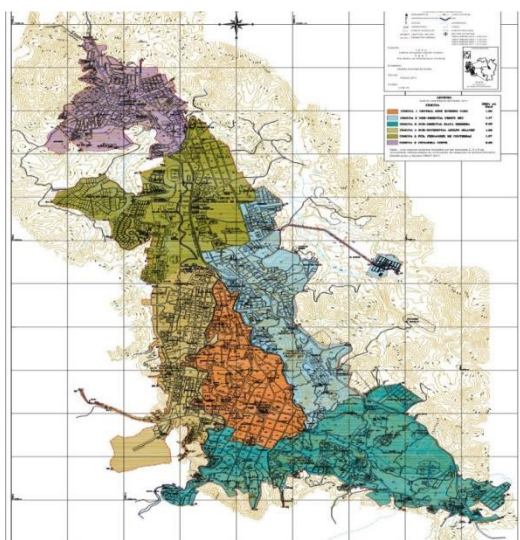


Figura 20. Ocaña, Norte de Santander

Fuente. <http://www.ocanaturistica.com/ocana/>

4.2.2 Microlocalización. Para llevar a cabo la actividad económica, se tendrá en cuenta el centro de la ciudad, y de esta forma realizar la venta de forma directa.

4.2.3 Tamaño del proyecto. La comercializadora según la investigación de mercados tendrá un mercado potencial cuya aceptación por parte de los pobladores en adquirir los productos es de un 100%, correspondiente a 378 personas según la muestra para el primer año.

4.2.4 Necesidades del recurso humano. Se contará con personal operativo y administrativo para la ejecución de las actividades a realizar. La actividad económica de la comercializadora debe ser del dominio de todos los empleados así:

Para el área administrativa, se contará con un gerente, una secretaria, un servicio general, un contador público y un revisor fiscal, de igual forma para el área operativa se tendrá en cuenta un bodeguero, un despachador.

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. (ver apéndice B)

4.2.5 Requerimiento físico. La comercializadora para desarrollar su actividad económica requiere de equipos de comunicación, de computación, muebles y enseres entre otros, los cuales se detallan a continuación.

Tabla 19.*Requerimiento físico*

CANTIDAD	DETALLE
2	Sillas de escritorio
4	Sillas
1	Juegos sillas de espera x 4
2	Escritorios
1	Archivo
1	Cartelera
2	Calculadoras
TOTAL	

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

4.2.6 Requerimiento de equipo de computación y comunicación. El equipo de computación y comunicación para la comercializadora es el que a continuación se menciona.

Tabla 20.*Requerimiento de equipo de computación y comunicación.*

CANTIDAD	DETALLE
2	Equipos de computo
1	Impresoras
1	Teléfono
1	Motocicleta

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Maquinaria y vehículo.

CANTIDAD	DETALLE
1	Motocicleta

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

4.3 Estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

A continuación, se dan a conocer la clase de empresa, la misión, visión, políticas, estructura organizacional, manual de funciones y reglamento interno, los cuales son ejes fundamentales en la puesta en marcha y buen funcionamiento de la entidad.

4.3.1 Misión. Se aporta a la comunidad comercializando productos Fit que benefician la salud de los habitantes de Ocaña, buscando la satisfacción de nuestros clientes, generando valor para nuestros accionistas y colaboradores y contribuyendo con el desarrollo y la responsabilidad social de la comunidad.

4.3.2 Visión. Para el año 2023 seremos la comercializadora líder en la venta de productos Fit, basada en la excelencia y innovación.

4.3.3 Valores corporativos. Integridad. Involucra los conceptos de honestidad y respeto, y la coherencia entre lo que siento, pienso, digo y hago.

Equidad. Igualdad y Solidaridad.

Efectividad. Eficiencia + Eficacia = Excelencia en el Servicio Flexibilidad, Creatividad, Pro-actividad y Actividad.

Trabajo en Equipo. Tolerancia y paciencia para aceptar las diferencias.

Honestidad. Coherencia manifiesta es nuestro pensar, decir y actuar individual y organizacional, enmarcados en los principios, valores y normas.

Servicio. Voluntad y acto de satisfacer y superar las expectativas de quienes esperan una respuesta de la organización en un ambiente de tranquilidad, confianza mutua y seguridad.

Credibilidad. Sentimiento de confianza construido y generado por la organización frente a los asociados y colaboradores, el cual permite decidir y actuar sin reserva, dentro de la ética y la moral.

4.3.4 Estructura organizacional

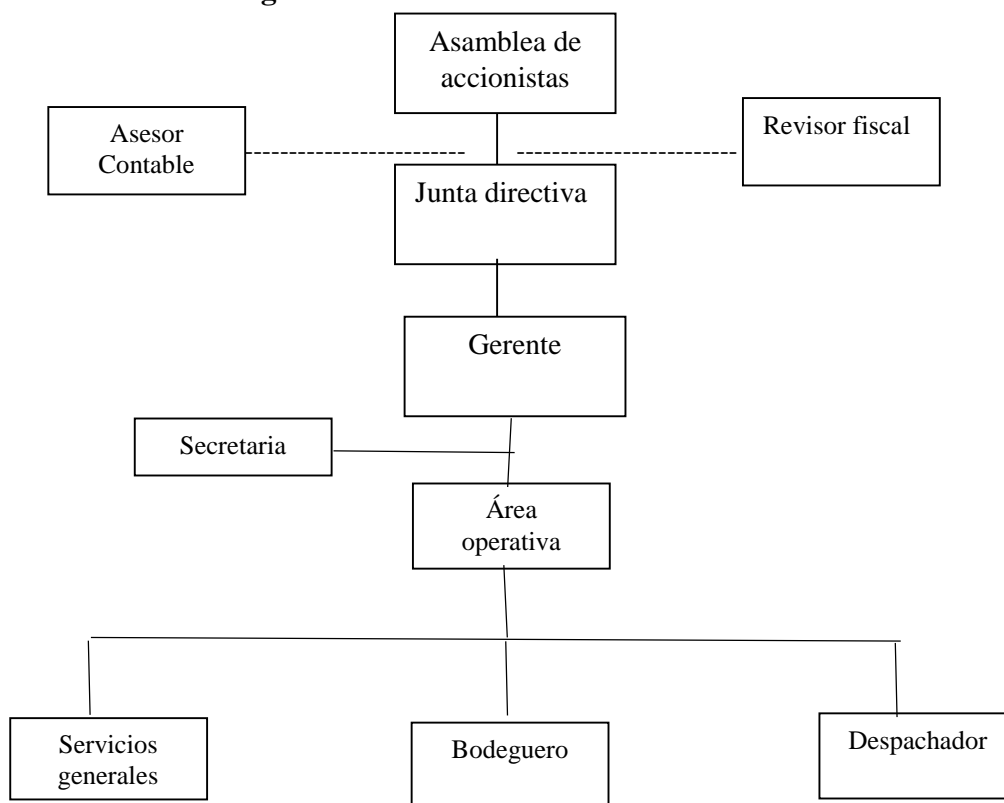


Figura 21. Organigrama

Fuente. Autores del proyecto

4.3.5 Manual de funciones

Tabla 21.

Manual de funciones.

I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Asamblea de accionistas
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Es el máximo órgano en la sociedad y está compuesta por todos los accionistas, le corresponderá ejercer las mismas funciones que cumple la asamblea en una sociedad por acciones simplificada, las cuales están definidas taxativamente en el artículo 420 del código de comercio.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales.	
Fijar el monto del dividendo, así como la forma y plazos en que se pagará.	
Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, funcionarios directivos o el revisor fiscal.	
Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda.	
Disponer que determinada emisión de acciones ordinarias sea colocada sin sujeción al derecho de preferencia, para lo cual se requerirá el voto favorable de no menos del setenta por ciento de las acciones presentes en la reunión.	
Adoptar las medidas que exigiere el interés de la sociedad.	
Las demás que le señalen la ley o los estatutos, y las que no correspondan a otro órgano.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Junta Directiva
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, vicepresidente, Tesorero, Secretario y un vocal y su suplente, elegido para un periodo de dos (2) años a partir de la fecha de elección.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Designar los dignatarios a su interior	
Dictar su propio reglamento y los demás reglamento internos de la entidad	
Delegar en el representante legal o cualquier otro funcionario, las funciones que estime convenientes	
Crear los empleos que crea necesario para el buen funcionamiento de la empresa	
Autorizar en el representante legal para comprar, vender o grabar bienes y celebrar contratos cuyo valor sea pertinente y conveniente al bien de la empresa, cuya cuantía no sea superior a 950 salarios mínimos legales mensuales vigentes	
Examinar y aprobar o improbar el balance anual, el presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para poner en vigencia el primero de enero del año siguiente y los diferentes proyectos y estudios que le presentan a su consideración el presidente	
Decidir sobre la participación de la empresa en otras entidades, cualquiera que sea su naturaleza jurídica.	
Examinar cuando lo estime a bien, los libros, documentos y caja de la entidad	
Crear las obras sociales que juzgue necesarias y convenientes y aprobar o improbar el plan de actividades de las obras sociales concernientes a la vejez a la niñez desamparada.	
Las demás que le puedan corresponder por los presentes estatutos o reglamentos y en general todas aquellas que no estén asignadas a otro órgano.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Revisor Fiscal
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
El Revisor Fiscal es un delegatario de los socios para ejercer inspección permanente a la administración y validar los informes que está presente, debiendo rendir informes a los mismos en las reuniones. El Revisor Fiscal es un auditor que no puede ser encasillado en forma exacta en alguna de las categorías establecidas en la Unidad Dos, puesto que tiene características de unas y otras, encuadrándose solamente en la de auditoría integral aunque no de manera perfecta. El Revisor Fiscal realiza un examen crítico y sistemático del sistema de información financiera de la sociedad, utilizando técnicas y procedimientos de auditoría, el cual culmina con la emisión de una opinión independiente sobre la razonabilidad de los estados financieros, los cuales autentifica con su firma bajo la figura de la Fe Pública. Además del examen anterior, el Revisor Fiscal realiza	

Tabla 21. (Continuación)

también un examen crítico y sistemático del sistema de información administrativo, que conlleva a la rendición de una opinión independiente sobre la gestión administrativa, la correspondencia y el control interno de la sociedad y el apego de las operaciones a la normatividad interna y externa.

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo

Gerente

Dependencia

Dirección administrativa

Jefe inmediato

Junta directiva

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Ejercer las Funciones de representante legal de la empresa

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

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

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

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

Presidir las reuniones generales de la Junta directiva.

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

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

Presentar un informe trimestral sobre la marcha de la empresa.

Elaborar y sustentar el proyecto de presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para someterlo a la consideración de la Junta Directiva antes del 30 de noviembre de cada año para iniciar su vigencia al primero de enero del año siguiente.

Nombrar, remover y decidir sobre las renunciaciones y licencias de los funcionarios no directivos y colaboradores temporales de la entidad y asignarles su salario u horario dentro de los rangos fijados por la Junta directiva.

Cumplir con las demás funciones que le asignen la Ley, la Junta Directiva y los presentes estatutos.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Se siguen las directrices de la Junta Directiva y Asamblea General

V. PERFIL

Profesional en administración de empresas, cuatro (4) años en nivel directivo, conocimiento de procesos comerciales, contractuales, financieros, administrativos y operativos en empresas productoras.

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo

Secretaria

Dependencia

Dirección administrativa

Jefe inmediato

Gerente

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Atender a las necesidades de orden administrativo de la empresa.

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Tabla 21. (Continuación)

Llevar y mantener actualizados los documentos administrativos de la empresa de conformidad con las normas expedidas por la autoridad competente
 Organizar y ejecutar las actividades de registro depuración, presentación y sustentación administrativos
 Garantizar la organización de documentos y actas administrativos.
 Velar por el cuidado y protección legal de los recursos de la empresa
 Administrar y operar los procesos sistematizados de la empresa
 Preparar y rendir informes administrativos.
 Llevar y mantener actualizada la contabilidad
 Administración y operar los procesos sistematizados y automatizados de la información contable
 Preparar y suministrar informes contables
 Realizar las conciliaciones bancarias
 Registrar las operaciones contables de la empresa
 Mantener los estados financieros listos para las revisiones
 Informar sobre la gestión contable

IV. NIVELES DE AUTORIDAD
 Se siguen las directrices del gerente

V. PERFIL
 Tecnólogo en administración comercial y financiera, experiencia de un año en cargos similares, conocimientos en la preparación de informes, buena presentación, excelentes relaciones humanas.

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo	Asesor contable
Dependencia	Gerente
Cargo del jefe inmediato	Quien ejerza la supervisión directa

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Atender a las necesidades de orden contable en la empresa.

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

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

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

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

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

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

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

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

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

Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido

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

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices de la junta directiva y gerente.

V. PERFIL

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

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo	Bodeguero
Dependencia	Dirección operativa
Cargo del jefe inmediato	Gerente

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Atender a las necesidades de producción de la empresa

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Mantener los registros de ingreso y salida de materiales, equipos, herramientas y otros, que permanecen en bodegas del Servicio, actualizados.

Tabla 21. (Continuación)

Mantener al día los archivos de documentos que acreditan la existencia de materiales en bodega, tales como: resoluciones u órdenes de compras, copias de facturas, guías de despacho, etc.
 Mantener actualizadas, las tarjetas de control de existencias.
 Recepcionar en terreno, materiales que por sus volúmenes, no puedan ser recepcionado e ingresados en patios habilitados o en bodega.
 Firmar las respectivas facturas en trámite, acreditando con su firma la recepción de los bienes.
 Mantener actualizado el inventario general de bodegas, informando de este inventario trimestralmente a su jefatura directa, a fin de evitar la mantención de stock inutilizables y la sobre adquisición de bienes.
 Informar oportunamente a su jefatura directa, en caso de pérdidas de especies detectadas en el ejercicio de sus funciones.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices de la junta directiva y gerente.

V. PERFIL

Bachiller, mayor de edad, un año de experiencia en el área

Responsabilidad.

Seguir procedimientos.

Trabajo de equipo.

Orientación al cliente

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo

Servicios generales

Dependencia

Dirección administrativa

Cargo del jefe inmediato

Quien ejerza la supervisión directa

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Atender a las necesidades de la empresa

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.

Clasificar la basura empacando desechos orgánicos, papeles y materiales sólidos en bolsas separadas.

Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, vidrios, cortinas, paredes y todo elemento accesorio de las áreas de las oficinas.

Prestar el servicio de cafetería a los funcionarios en sus oficinas y atender las reuniones que se lleven a cabo en las oficinas de su área de trabajo.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices del gerente.

V. PERFIL

Estudiante bachiller, mayor de edad, experiencia de un año

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo

Despachador

Dependencia

Dirección operativa

Cargo del jefe inmediato

Quien ejerza la supervisión directa

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Atender las actividades realizadas con la venta de los productos

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.

Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.

Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona.

Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados por la supervisión.

Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona.

Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices del gerente.

V. PERFIL

Estudiante bachiller, mayor de edad, experiencia de un año







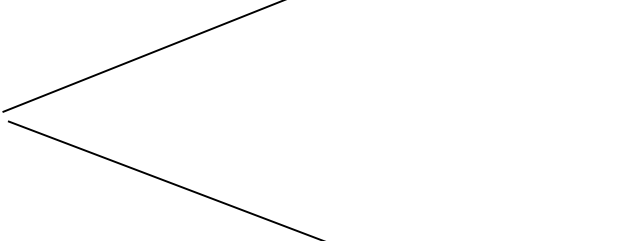

Buena presentación

Nota: Fuente. Autor del proyecto

Manual de procedimientos. Es un componente del sistema de control interno, el cual se crea para obtener una información detallada, ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realizan en una organización.

Tabla 22.

Procedimiento para la asamblea de accionistas.

FUNCIONES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
ACTIVIDAD					
Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales.					
Fijar el monto del dividendo, así como la forma y plazos en que se pagará.					
Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, funcionarios directivos o el revisor fiscal.					
Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda.					
Disponer que determinada emisión de acciones ordinarias sea colocada sin sujeción al derecho de preferencia, para lo cual se requerirá el voto favorable de no					

menos del setenta por ciento de las acciones presentes en la reunión.

Adoptar las medidas que exigiere el interés de la sociedad.

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 23.

Procedimiento para la junta directiva









FUNCIONES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
ACTIVIDAD					
Designar los dignatarios a su interior					
Dictar su propio reglamento y los demás reglamento internos de la entidad					
Delegar en el representante legal o cualquier otro funcionario, las funciones que estime convenientes					
Crear los empleos que crea necesario para el buen funcionamiento de la empresa					
Autorizar en el representante legal para comprar, vender o grabar bienes y celebrar contratos cuyo valor sea pertinente y					

Tabla 23. (Continuación)

conveniente al bien de la empresa, cuya cuantía no sea superior a 950 salarios mínimos legales mensuales vigentes	
Examinar y aprobar o improbar el balance anual, el presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para poner en vigencia el primero de enero del año siguiente y los diferentes proyectos y estudios que le presentan a su consideración el presidente	
Decidir sobre la participación de la empresa en otras entidades, cualquiera que sea su naturaleza jurídica.	
Examinar cuando lo estime a bien, los libros, documentos y caja de la entidad	
Crear las obras sociales que juzgue necesarias y convenientes y aprobar o improbar el plan de actividades de las obras sociales concernientes a la vejez a la niñez desamparada.	

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 24.*Procedimiento para el Revisor fiscal*






FUNCIONES ACTIVIDAD	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
					
Cerciorarse de que las operaciones que se celebren o cumplan por cuenta de la empresa se ajustan a las prescripciones de los estatutos, a las decisiones de la asamblea general y de la junta directiva.					
Dar oportuna cuenta, por escrito, a la asamblea o junta de socios, a la junta directiva o al gerente, según los casos, de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de la sociedad y en el desarrollo de sus negocios.					
Colaborar con las entidades que ejercen la inspección y vigilancia de la empresa y rendirles los informes a que haya lugar o le sean solicitados.					
Velar por que se lleven regularmente la contabilidad de la empresa y las actas de las reuniones de la asamblea, de la junta directiva, y					

Tabla 24. (Continuación)

<p>por qué se conserven debidamente la correspondencia de la empresa y los comprobantes de las cuentas, impartiendo las instrucciones necesarias para tales fines.</p>	
<p>Inspeccionar asiduamente los bienes de la empresa y procurar que se tomen oportunamente las medidas de conservación o seguridad de los mismos y de los que ella tenga en custodia a cualquier otro título.</p>	
<p>Impartir las instrucciones, practicar las inspecciones y solicitar los informes que sean necesarios para establecer un control permanente sobre los valores sociales</p>	
<p>Autorizar con su firma cualquier balance que se haga, con su dictamen o informe correspondiente.</p>	
<p>Convocar a la asamblea o a la junta directiva a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue necesario.</p>	

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 25.*Procedimiento del gerente*






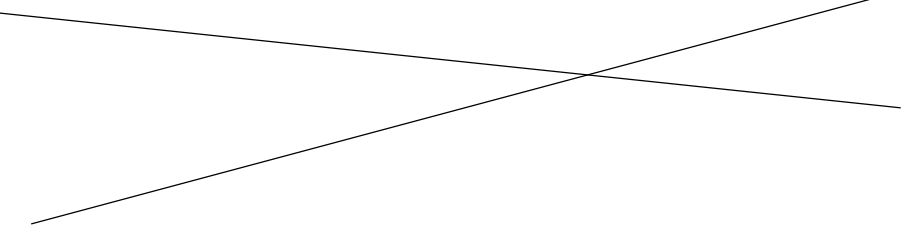

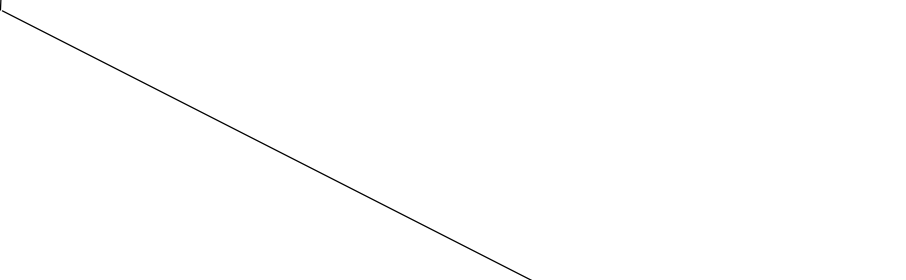
FUNCIONES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
ACTIVIDAD					
Coordinar todas las labores de la empresa, velar porque se cumplan la Ley, los presentes estatutos y los Reglamentos de la empresa.					
Propender por el logro de los objetivos de la empresa, actuando siempre en colaboración y armonía con la Junta Directiva.					
Representar judicial y extrajudicialmente a la entidad y designar los apoderados correspondientes.					
Presidir las reuniones generales de la Junta directiva.					
Solicitar informes y nombrar comisiones y/o comités que sean necesarios, reglamentar su funcionamiento, integrales y señalar los honorarios dentro de sus miembros cuando fuere necesario					

Tabla 25. (Continuación)

<p>Transigir, conciliar, desistir y renovar los actos o negocios jurídicos que tuviere la empresa con terceros a estos con ella, de conformidad con la Junta Directiva.</p>	
<p>Presentar un informe trimestral sobre la marcha de la empresa.</p>	
<p>Elaborar y sustentar el proyecto de presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para someterlo a la consideración de la Junta Directiva antes del 30 de noviembre de cada año para iniciar su vigencia al primero de enero del año siguiente.</p>	
<p>Nombrar, remover y decidir sobre las renunciaciones y licencias de los funcionarios no directivos y colaboradores temporales de la entidad y asignarles su salario u horario dentro de los rangos fijados por la Junta directiva.</p>	

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 26.*Procedimiento para la secretaria*






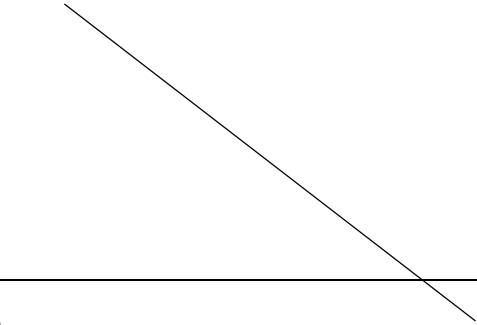
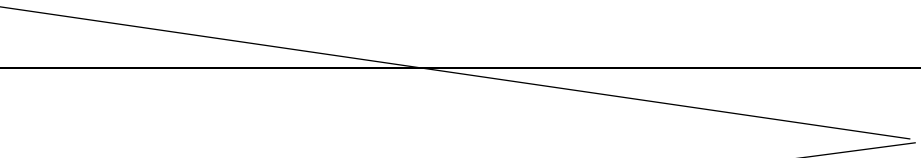

FUNCIONES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
ACTIVIDAD					
Llevar y mantener actualizados los documentos administrativos de la empresa de conformidad con las normas expedidas por la autoridad competente					
Organizar y ejecutar las actividades de registro depuración, presentación y sustentación administrativos					
Garantizar la organización de documentos y actas administrativos					
Administrar y operar los procesos sistematizados de la empresa					
Preparar y rendir informes administrativos.					
Llevar y mantener actualizada la contabilidad					
Administración y operar los procesos sistematizados y automatizados de					

Tabla 26. (Continuación)

la información contable
Preparar y suministrar informes contables
Realizar las conciliaciones bancarias
Registrar las operaciones contables de la empresa
Mantener los estados financieros listos para las revisiones
Informar sobre la gestión contable

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 27.*Procedimiento del asesor contable*

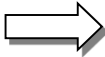




Actividades	Transporte	Inspección	Demora	Archivo	Operación
					
Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para la empresa.					
Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por la empresa.					
Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación					
Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional, a los esté obligado.					
Reparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.					

Tabla 27. (Continuación)

Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
Levar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
Presentar los informes que requieran la Junta Directiva, el Gerente, el Revisor Fiscal y los asociados, en temas de su competencia.
Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 28.*Procedimiento del Bodeguero*






FUNCIONES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
ACTIVIDAD					
Mantener los registros de ingreso y salida de materiales, equipos, herramientas y otros, que permanecen en bodegas del Servicio, actualizados.					
Mantener al día los archivos de documentos que acreditan la existencia de materiales en bodega, tales como: resoluciones u órdenes de compras, copias de facturas, guías de despacho, etc.					

Tabla 28. (Continuación)

Mantener actualizadas, las tarjetas de control de existencias.
Recepcionar en terreno, materiales que por sus volúmenes, no puedan ser recepcionado e ingresados en patios habilitados o en bodega.
Firmar las respectivas facturas en trámite, acreditando con su firma la recepción de los bienes.

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 29.*Procedimiento para servicios generales*






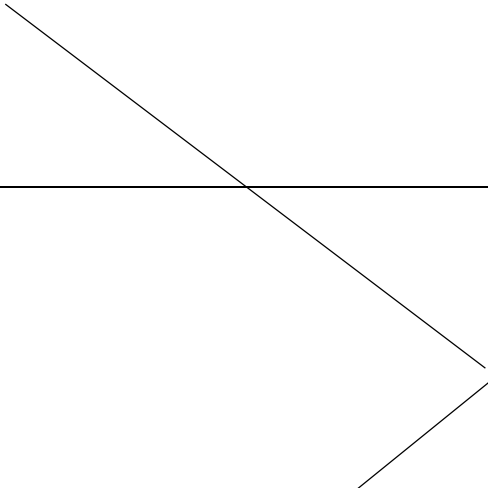
FUNCIONES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
ACTIVIDAD					
Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.					
Clasificar la basura empacando desechos orgánicos, papeles y materiales sólidos en bolsas separadas.					

Tabla 29. (Continuación)

Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, vidrios, cortinas, paredes y todo elemento accesorio de las áreas de las oficinas.	
Prestar el servicio de cafetería a los funcionarios en sus oficinas y atender las reuniones que se lleven a cabo en las oficinas de su área de trabajo.	

Nota. Fuente: Autores del proyecto

Tabla 30.*Procedimiento para el despachador*






FUNCIONES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN
ACTIVIDAD					
Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.					
Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.					
Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona.					
Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser					

Tabla 30. (Continuación)

evaluados por la supervisión.	
Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona.	
Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión.	

Nota. Fuente: Autores del proyecto

4.3.6 Reglamento interno de trabajo.

CAPITULO I

Artículo 1. El presente reglamento interno de trabajo prescrito para la comercializadora Sinka S.A.S. Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, a sus disposiciones quedan sometidos tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo, solo pueden ser favorables al trabajador.

CAPITULO II

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

Periodo de prueba.

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

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

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

PARÁGRAFO. Cuando la Comercializadora Sinka S.A.S es quien toma la decisión de no continuar con el contrato de trabajo, se le debe notificar al empleado a más tardar el día anterior a la finalización del periodo de prueba. A pesar de que la empresa no tiene que justificar su decisión, es necesario que la hoja de vida del empleado se archive y la evaluación final que sustente la razón de la terminación del contrato.

CAPITULO III.

TRABAJADORES ACCIDENTALES O TRANSITORIOS.

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

CAPITULO IV.

DEL HORARIO DE TRABAJO

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

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

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

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

CAPITULO V.

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

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

CAPITULO VI.

Días de trabajo legalmente obligatorios.

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

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

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

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

Vacaciones remuneradas.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Compensaciones y beneficios.

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

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

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

Permisos.

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

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

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

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

CAPÍTULO VII.

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

Artículo 33. La Comercializadora Sinka S.A.S se acogerá a las disposiciones legales dictadas sobre el salario mínimo.

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

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

CAPITULO VIII.

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

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

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

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

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

CAPITULO IX.

Prescripciones de orden

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

Procurar completa armonía e inteligencia con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores. Guardar buena conducta en todo y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina en general de la empresa. Realizar los trabajos que se le asignen con honradez y de la mejor manera posible.

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

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

CAPITULO X.

Obligaciones especiales para la Comercializadora Sinka S.A.S y los trabajadores

Artículo 41. Son obligaciones de la empresa. Poner a disposición de los trabajadores los instrumentos adecuados para la realización de las labores. Procurar a los trabajadores,

locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales, en forma que garanticen razonablemente la seguridad y la salud.

Presentar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidente o enfermedad, a este efecto en la empresa se mantendrá lo necesario según el reglamento de las autoridades necesarias. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, periodos y lugares convenidos, guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos. Cumplir el reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto por las leyes.

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

Cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular la imparten. Conservar el buen estado, salvo el deterioro natural, los instrumentos, útiles y demás que hayan sido facilitados.

Mantener el respeto, la moral y las buenas relaciones con sus superiores y compañeros de trabajo. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o de riesgo que afectan a las personas que laboren en la empresa. Atender de manera amable y cordial a los clientes, brindándoles los servicios y/o información que estos requieran.

CAPITULO XI.

Prohibiciones especiales para los trabajadores

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

No informar inmediatamente al director ejecutivo sobre heridas o accidentes personales. Cometer cualquier acto u omisión que pueda afectar la seguridad de algunos empleados o cliente. Perturbar la diligencia o el trabajo de otros empleados durante las horas laborables.

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

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

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

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

El personal de la oficina debe hacer sus propias llamadas evitando el uso excesivo del teléfono. Hacer comentarios mal intencionados o sin base, acusaciones falsas o divulgar rumores de sus compañeros o jefes, o de medidas disciplinarias que adopte la empresa. Está

prohibido efectuar o autorizar gastos que no estén aprobados previamente. El desacato a estas reglas causará llamados de atención y/o cancelación del contrato por justa causa.

Estatutos

CAPÍTULO I

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

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

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

Artículo 3. Duración. La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

Artículo 4. Capital autorizado, suscrito y pagado. El valor nominal de las acciones es de \$500

Artículo 5. Derechos derivados de cada acción. Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles

anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

Dirección, administración, representación y revisoría fiscal de la sociedad

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO IV

Estados financieros, reservas y distribución de utilidades.

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

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

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

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

CAPÍTULO V

Disolución y liquidación

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

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

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

Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.

Por las causales previstas en los estatutos.

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

Por orden de autoridad competente.

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

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

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

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

Firmas:

NOMBRE DEL CONSTITUYENTE

IDENTIFICACIÓN DEL CONSTITUYENTE

4.4 Estudio financiero y evaluación económica para la proyección de los ingresos y gastos en la creación de una comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Tabla 31.

Requerimiento de equipo de computación y comunicación.

CANTIDAD	DETALLE	VALOR
2	Equipos de computo	2.000.000
1	Impresoras	400.000
1	Teléfono	300.000
	TOTAL	2.700.000

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Tabla 32.

Requerimiento físico

CANTIDAD	DETALLE	VALOR
2	Sillas de escritorio	100.000
4	Sillas	400.000
1	Juegos sillas de espera x 4	500.000
2	Escritorios	400.000
1	Archivo	200.000
1	Cartelera	50.000
2	Calculadoras	30.000
	TOTAL	1.680.000

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Maquinaria y equipo

1	Motocicleta	5.000.000
---	--------------------	------------------

Tabla 33.*Gastos generales*

Concepto	V/unitario	V/anual
Agua	\$30.000	\$360.000
Energía eléctrica	\$30.000	\$360.000
Telefonía e Internet	\$50.000	\$600.000
Arriendo	\$1.000.000	\$12.000.000
Elementos de aseo	\$70.000	\$840.000
Mantenimiento de vehículo	\$30.000	\$360.000
Útiles de papelería	\$50.000	\$600.000
Publicidad	\$100.000	\$1.200.000
Costos de constitución y renovación	\$500.000	\$500.000
Combustible	\$100.000	\$1.200.000
TOTAL	\$ 1.960.000	\$ 18.020.000

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Gastos generales proyectados en años

Los gastos generales se proyectan a cinco años con un aumento del 4% anual.

Tabla 34.*Gastos generales proyectados*

CONCEPTO	0	1	2	3	4
TOTAL	\$18.020.000	\$18.740.800	\$19.490.432	\$20.270.049	\$21.080.851

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Balance inicial. Se hace al momento de iniciar una empresa, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones.

Para el inicio de las operaciones se comprará productos para las ventas de dos meses, según la investigación realizada y estos quedarán en el inventario para su posterior comercialización.

Comercializadora Sinka S.A.S
BALANCE INICIAL

ACTIVO					\$20.370.000
ACTIVO CORRIENTE				\$	
DISPONIBLE					
Caja		\$ 4.662.000			
INVENTARIOS		\$15.708.000			
Materia Prima					
ACTIVO FIJO				<u>\$</u>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO					\$9.380.000
Terreno				\$	
Equipo de oficina			\$ 1.680.000		
Equipo de comunicación y computación			\$ 2.700.000		
Vehículo			\$ 5.000.000		
ACTIVO DIFERIDO					<u>\$250.000</u>
CARGOS DIFERIDOS					
Útiles y papelería			\$ 50.000		
Publicidad			\$ 100.000		
Elementos de aseo			\$ 70.000		
Mantenimiento vehículo			\$ 30.000		
TOTAL ACTIVO					\$30.000.000
PASIVO					
OBLIGACIONES FINANCIERAS					
Bancos Nacionales				<u>\$ 0</u>	
TOTAL PASIVO					\$0
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL					
Aportes		\$30.000.000			
TOTAL PATRIMONIO					\$30.000.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO					<u>\$30.000.000</u>

Manejo de depreciación y diferidos. La depreciación es el desgaste de los activos fijos en la vida útil. Se entiende por vida útil el lapso durante el cual se espera que estos activos contribuyan a la generación de ingresos de la empresa.

Depreciación del Equipo de oficina = $\frac{1.680.000}{10 \text{ años}} = 168.000$ anual

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	1.680.000				
DEPRECIACIÓN		168.000	168.000	168.000	168.000
VALOR POR DEPRECIAR		1.512.000	1.344.000	1.176.000	1.008.000

Depreciación Equipo de comunicación y Computación = $\frac{2.700.000}{5 \text{ años}} = 540.000$ anual

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	2.700.000				
DEPRECIACIÓN		540.000	540.000	540.000	540.000
VALOR POR DEPRECIAR		2.160.000	1.620.000	1.080.000	540.000

Depreciación del maquinaria = $\frac{5.000.000}{10 \text{ años}} = 500.000$ anual

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	5.000.000				
DEPRECIACIÓN		500.000	500.000	500.000	500.000
VALOR POR DEPRECIAR		4.500.000	4.000.000	3.500.000	3.000.000

Ingresos. Con el fin de hacer las proyecciones de ingresos, en el primer año se tendrá en cuenta 187 productos a vender de forma mensual y los cuales se multiplicaran por 12 meses, de igual forma se pretende obtener unas ganancias del 30% cada año, por lo tanto este irá aumentando.

Tabla 35.*Ingresos*

PRODUCTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Complementos alimenticios	187	194	202	210	219
Valor venta	\$60.000	\$62.400	\$64.896	\$67.491	\$70.191
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
TOTAL	\$134.640.000	\$145.267.200	\$157.307.904	\$170.077.320	\$184.461.948

Nota. Fuente. Autores del proyecto.

Gastos de funcionamiento. La comercializadora, contará con el siguiente recurso humano.

Tabla 36.*Gastos de Personal*

CONCEPTO (MENSUAL)	GERENTE	SECRETAR IA	BODEGUE RO	DESPACHA DOR	SERVICIOS GENERAL ES	REVISOR FISCAL	CONTADOR
HONORARIOS						\$200.000	\$300.000
BONIFICACIÓN X VENTAS				\$100.000			
SALARIO	\$1.400.000	\$781.242	\$781.242	\$781.242	\$781.242		
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$88.211	\$88.211	\$88.211	\$88.211	\$88.211		
SALUD (8,5%)	\$119.000	\$66.405	\$66.405	\$66.405	\$66.405		
PENSIÓN (12%)	\$168.000	\$124.998	\$124.998	\$124.998	\$124.998		
VACACIONES (4,17%)	\$58.380	\$32.499	\$32.499	\$32.499	\$32.499		
CESANTÍAS (8,33%)	\$116.620	\$65.077	\$65.077	\$65.077	\$65.077		
INTERESE SOBRE CESANTÍAS (1% de cesantías)	\$1.166	\$650	\$650	\$650	\$650		
PRIMAS (8,33%)	\$116.620	\$65.077	\$65.077	\$65.077	\$65.077		
ARL (0,86%)	\$6.718	\$6.786	\$6.786	\$6.786	\$6.786		
DOTACION 5%	\$70.000	\$70.000	\$70.000	\$70.000	\$70.000		
TOTAL	\$2.144.715	\$1.300.945	\$1.300.945	\$1.400.945	\$1.300.945	\$200.000	\$300.000

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Nota. El revisor fiscal y el contador público se les pagará por honorarios.

GASTOS DE PERSONAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente	2.144.715	25.736.580
Secretaria	1.300.945	15.611.340
Bodeguero	1.300.945	15.611.340
Despachador	1.400.945	16.811.340
Servicios generales	1.300.945	15.611.340
Revisor fiscal	200.000	2.400.000
Asesor contable	300.000	3.600.000
TOTAL	7.948.495	95.381.940

Gastos de administración proyectados en años

Los gastos de administración se proyectan a cinco años con un aumento del 4% anual.

Tabla 37.

Gastos de Personal proyectado

CONCEPTO	0	1	2	3	4
Gerente	25.736.580	26.766.043	27.636.684	28.950.152	30.108.158
Secretaria	15.611.340	16.235.793	16.885.225	17.560.634	18.263.059
Bodeguero	15.611.340	16.235.793	16.885.225	17.560.634	18.263.059
Despachador	16.811.340	17.483.793	18.183.145	18.910.471	19.666.890
Servicios generales	15.611.340	16.235.793	16.885.225	17.560.634	18.263.059
Revisor fiscal	2.400.000	2.496.000	2.595.840	2.699.673	2.807.660
Asesor contable	3.600.000	3.744.000	3.893.760	4.049.510	4.211.490
TOTAL	95.381.940	99.197.215	102.965.104	107.291.708	111.583.375

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Estado de resultado. Muestra el movimiento de ingresos, costos y gastos a realizarse durante el desarrollo de la actividad de la empresa y proyectar el resultado neto de la misma, al cabo de los 5 años siguientes a su creación, pudiendo ser utilidad o pérdida el resultado neto.

Tabla 38.

Estado de resultados proyectado en años.

El estado de resultados se proyecta a cinco años con un 4% anual.

CONCEPTO	0	1	2	3	4
Total ingresos	\$134.640.000	\$145.267.200	\$157.307.904	\$170.077.320	\$184.461.948
-Gastos generales	\$ 18.020.000	\$ 18.740.800	\$ 19.490.432	\$ 20.270.049	\$ 21.080.851
=Excedente bruto	\$116.620.000	\$126.526.400	\$137.817.472	\$149.807.271	\$163.381.097
-Gastos de administración	\$ 95.381.940	\$ 99.197.215	\$102.965.104	\$107.291.708	\$ 111.583.375
-Diferidos	\$ 3.240.000	\$ 3.369.600	\$ 3.504.384	\$ 3.644.559	\$ 3.790.341
-Depreciación	\$ 1.208.000	\$ 1.208.000	\$ 1.208.000	\$ 1.208.000	\$ 1.208.000
= Utilidad operacionales	\$ 17.998.060	\$ 23.959.585	\$ 31.347.984	\$ 38.871.004	\$ 48.007.381
	\$ 5.939.360	\$ 7.906.663	\$ 10.344.834	\$ 12.827.431	\$ 15.842.435

Tabla 38. (Continuación)

-Provisión impuesto de renta 33%	\$ 12.058.700	\$ 16.052.922	\$ 21.003.150	\$ 26.043.573	\$ 32.164.946
=Utilidad del ejercicio					

Nota. Fuente. Autores del proyecto

Evaluación económica. La evaluación económica de la comercializadora, en la población de Ocaña, Norte de Santander, permite analizar la viabilidad del proyecto mediante los siguientes factores:

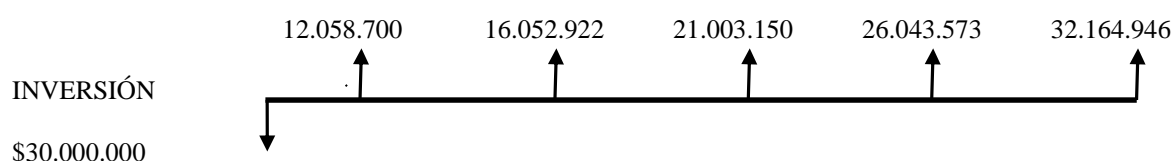
Valor Presente Neto

Tasas Interna de Retorno

La Razón Costo Beneficio

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

El valor presente neto (VPN) es una herramienta que sirve como indicador para medir y determinar la viabilidad de una inversión. Es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero. Para el cálculo del VPN se toma una tasa de rentabilidad del 6% anual, siendo esta la tasa de captación de las entidades financieras, el proyecto se realizará con aportes de \$30.000.000 de pesos.



$$\text{VPN} = \frac{12.058.700}{(1+0,06)^1} + \frac{16.052.922}{(1+0,06)^2} + \frac{21.003.150}{(1+0,06)^3} + \frac{26.043.573}{(1+0,06)^4} + \frac{32.164.946}{(1+0,06)^5}$$

$$\text{VPN} = \$11.376.132 + \$14.332.966 + \$17.649.706 + \$20.669.502 + \$24.184.170$$

$$\text{VPN} = \$88.212.476$$

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera una ganancia de \$88.212.476, y por lo tanto el resultado es positivo ya que el resultado del Valor Presente Neto supera el valor de la inversión.

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

TIR al 5%

$$\text{TIR} = \frac{12.058.700}{(1+0,05)^1} + \frac{16.052.922}{(1+0,05)^2} + \frac{21.003.150}{(1+0,05)^3} + \frac{26.043.573}{(1+0,05)^4} + \frac{32.164.946}{(1+0,05)^5}$$

$$\text{TIR} = \$11.484.476 + \$14.593.565 + \$18.263.609 + \$21.523.614 + \$25.326.729$$

$$\text{TIR} = \$91.191.994$$

TIR al 6%

$$\text{TIR} = \frac{12.058.700}{(1+0,06)^1} + \frac{16.052.922}{(1+0,06)^2} + \frac{21.003.150}{(1+0,06)^3} + \frac{26.043.573}{(1+0,06)^4} + \frac{32.164.946}{(1+0,06)^5}$$

$$\text{TIR} = \$11.376.132 + \$14.332.966 + \$17.649.706 + \$20.669.502 + \$24.184.170$$

$$\text{TIR} = \$88.212.476$$

INTERPOLACIÓN.

$$\begin{array}{r}
 1\% \left\{ \begin{array}{l} 5\% \\ 6\% \end{array} \right. \left\{ \begin{array}{l} 91.191.994 \\ \$30.000.000 \\ 88.212.476 \end{array} \right\} \left\{ \begin{array}{l} 61.191.994 \\ 2.979.518 \end{array} \right\}
 \end{array}$$

$$X = \frac{61.191.994}{2.979.518}$$

$$\text{TIR} = 20\%$$

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Con el establecimiento de dos tasas para la interpolación se pretende encontrar un porcentaje promedio de recuperación, en el caso concreto se utilizó una tasa inferior de la base que es del 5%, y una tasa superior del 6%; la empresa gana 20% de la inversión, con lo que se puede afirmar que para la empresa es viable realizar la inversión.

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

$$\text{VPN} - \text{INVERSIÓN} = 88.212.476 - 30.000.000 = 58.212.476$$

$$\text{VAN} = 58.212.476$$

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

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

$$\text{RAZÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{FLUJOS POSITIVOS}}{\text{FLUJOS NEGATIVOS}} = \frac{88.212.476}{30.000.000} = 3$$

La razón costo beneficio indica cuanto se va a poder recuperar por cada peso invertido, en este caso el indicador es favorable, ya que se recupera la inversión en poco tiempo, porque si el resultado fuera 1, significaría que el proyecto está en punto de equilibrio, en este caso por cada peso invertido se recupera 3.

4.5 Impacto social y ambiental de la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Estudio social. Las condiciones socio económicas del municipio de Ocaña, el desempleo, la falta de vivienda digna, la violencia, la llegada de extranjeros, entre otras, son

índices que indican que las condiciones de vida en una región no son las más favorables. Por lo que en la ciudad de Ocaña y su área de influencia las tasas de desempleo son muy alta y la crisis ocasionada por los grupos al margen de la ley han hecho que los poseedores de recursos económicos se trasladen a otras regiones.

Por lo anterior se evidencia la necesidad de crear una comercializadora que trabaje conjuntamente con la comunidad para lograr un mayor bienestar del mismo y así fomentar el desarrollo empresarial en la población. Además beneficiar a la comunidad ya que se pueda brindar productos de calidad que satisfagan sus necesidades de autocuidado físico y mental.

De otra parte busca que el sector de la salud y el bienestar de la persona evolucione para tener mayor oportunidad de crecimiento y desarrollo económico y social, con la generación de proyectos que requieran mano de obra calificada y no calificada para de esta manera contribuir a disminuir los índices de desempleo.

Estudio ambiental. Las condiciones socio ambientales de la población de Ocaña, hacen necesario la realización del proyecto, ya que este tendrá un impacto positivo en la comunidad, debido a que ofrecerá productos que mejorará la calidad de vida de los habitantes de la población.

Así mismo, se ofrecerá grandes aportes al desarrollo local y regional, mediante los productos FIT que aportan al bienestar y salud de la comunidad, por lo tanto los beneficios serán de forma directa e indirecta, se llevaran a cabo con resultados que se traducirán en las satisfacciones a mediano y largo plazo para quien o quienes decidan hacer parte de la organización.

Además esta investigación tiene como objetivo cumplir con un proceso de responsabilidad social, enfocada a crear conciencia social en los habitantes de Ocaña, sobre el cuidado de su salud física y mental. De acuerdo a la investigación se pudo constatar que existe una gran acogida por parte de los habitantes de la población, según el estudio realizado los individuos de esta localidad estarían dispuestos a apoyar la empresa ayudando al desarrollo social y económico.

La realización del proyecto no acarrea daño alguno al medio ambiente ya que la empresa no presenta amenazas palpables para este, sin embargo se tendrán en cuenta medidas necesarias para la conservación del mismo como es el caso del manejo de basuras que se generen en la oficina donde funcionara el centro igualmente se controlaran los equipos eléctricos que puedan ocasionar efectos nocivos en el personal que labora dentro de ella.

Capítulo 5. Conclusiones

Al realizar el estudio de mercados se pudo determinar que es factible la creación de la comercializadora de productos Fit en la ciudad de Ocaña, esto porque la totalidad de la población dicen apoyarla y están dispuestos a adquirir el producto escogido como suplemento alimenticio, de igual forma se pudieron determinar aspectos muy importantes como es el precio, competencia, posibles clientes, entre otros necesario para dicha investigación.

De otra parte con el plan de operación que determinó los aspectos técnicos y característicos del producto requerido para la comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, por lo tanto se estableció la disponibilidad tanto de recursos físicos como humanos para la eficiente operación de la empresa. De la misma forma se determinó el número de clientes que están dispuestos a adquirir el producto al inicio de su comercialización, partiendo de un número total de 187 en el primer año, hasta alcanzar la mayor ocupación de la capacidad instalada del proyecto.

Se propone la organización administrativa y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, estableciendo el tipo de empresa que se debe crear como también la estructura organizacional que se debe diseñar con el fin de lograr la creación de una empresa bien organizada y que beneficie a la comunidad

Con el estudio financiero y evaluación económica se muestra a manera de diagnóstico la efectividad que se tiene para crear la entidad, la cual es rentable según resultados arrojados en los indiferentes indicadores financieros establecidos.

Los beneficios a nivel social y ambiental para la población son muchos, ya que se logra una gran mejora a nivel ambiental y crea empresa para el beneficio de un número significativo de esta población.

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

Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda tener en cuenta 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 comercializadora.

De otra parte se recomienda trabajar con objetividad basados en cada uno de los parámetros establecidos, teniendo en cuenta el estudio técnico y así lograr optimizar los recursos y utilidad.

Se sugiere tener en cuenta la creación de una S.A.S, como personería jurídica, para desarrollar la actividad económica propuesta en el proyecto de investigación.

De igual forma es viable y factible invertir en el proyecto, ya que los indicadores económicos usados dieron un resultado positivo y muy llamativo para los inversionistas.

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.

Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente . (1991). Constitución Política de Colombia. Leyer.
- Bacanegra Leon, J. F. (2016). La calle: el nuevo escenario para comer sanamente, propuesta de manual de identidad para una cadena de Food Trucks. Bogotá: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Ballen Ramirez, L., & Baquero Cadena, D. C. (2017). Prácticas de consumo de estética saludable y estilo de vida saludable fitness en jóvenes. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Borgues, H. (2015). Costumbres prácticas y hábitos alimentarios. Volumen 13, Número 2.
- breastcancer.org. (28 de Junio de 2013).
http://www.breastcancer.org/es/consejos/nutricion/alimentacion_saludable. Obtenido de ¿En qué consiste una alimentación saludable?
- Carrascal, M. D. (2016). Plan de Desarrollo del Municipio de Ocaña . Noste de Santander , Ocaña.
- Casadiego, J. (2017). Planificación Operativa.
- Castillo, S. M., & León, E. d. (2002). Evolución del consumo de alimentos en España. Publicación oficial de la Sociedad Andaluza de Medicina Familiar y Comunitaria.
- Chance, Z., Gorlin, M., & Dhar, R. (2014). Why Choosing Healthy Foods is Hard, and How to Help: Presenting the 4Ps Framework for Behavior Change. Springer Science.
- Chandon, P., & Wansink, B. (2017). The Biasing Health Halos of Fast-Food Restaurant Health Claims: Lower Calorie Estimates and Higher Side-Dish Consumption Intentions. J Consum Res.
- Chisnall Peter, P. H. (1996). La Esencia de la Investigación de Mercados .
- Coronell, G. L. (2008). Plan De Negocio Para La Creación De Una Empresa Agroindustrial Destinada A La Transformación De Fresa En Pulpa En Bogota . Pontificia Universidad Javeriana .
- Cúcuta nuestra.com. (2015).
<http://www.cucutanuestra.com/temas/geografia/municipios/region-norte/ocana/ocana.htm>. Obtenido de Información general.
- Dino, P. N. (2011). Teoría de la Factibilidad.

- Gallart, A., Sedó, M., & Valls, R. (s.f.). Los Hábitos Alimentarios A Lo Largo De La Historia: Historia Y Antropología De Los Alimentos.
- Garzoz, R. i., & Autores, O. (2014). Planes de Negocios para Emprendedores. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos.
- Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. Primera Edición, Prentice Hall.
- López Bejarano, J. M. (9 de Agosto de 2015). <https://www.larepublica.co/consumo/la-gastronomia-fitness-un-negocio-por-conquistar-2286956>. Obtenido de La gastronomía fitness, un negocio por conquistar.
- López Parra, M. E., & Puerta, C. (2011). Estudio administrativo.
- Malhotra Naresh, P. H. (1997). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico. Segunda Edicion .
- Mejia, V., & Castaño, Z. . (2016). Elaboración de un plan de negocio para determinar la factibilidad de producir y comercializar Galletas a base de Quinoa y Chía para la comunidad Universitaria de la Universidad Tecnológica de Pereira. Universidad Tecnológica De Pereira.
- Miján de la Torre, A. (2004). Nutrición y Metabolismo en Trastornos de la Conducta. Editorial Glosa.
- Notilogia.com. (15 de Agosto de 2015). La Teoría Naranja del Fitness. Obtenido de <http://www.notilogia.com/2015/08/la-teoria-naranja-del-fitness.html>.
- Nutricisalud. (21 de Marzo de 2018). <https://nutricisalud.com/fitness/fitness/>. Obtenido de Qué es el Fitness y qué beneficios tiene para tu cuerpo.
- Organización Mundial de la Salud. (25 de Enero de 2011). <http://www.who.int/rpc/guidelines>. Obtenido de Recomendaciones Mundiales sobre Actividad Física.
- Parra, F. (2014). Las cuatro tendencias de la buena alimentación. Bogotá: El universal.
- Presidencia de la Republica, Decreto 3075 De 1997.
- Quevedo Moreno, S. A. (2017). Plan de negocios para la creación de una fabrica dedicadas a fabricar prendas de vestir. Bogotá: Universidad Santo Tomas.
- República de Colombia. (2015). ley 1355 de 2009. Bogotá.
- Reverter, J., & Barbany, R. (2007). Del gimnasio al ocio-salud. Gestión deportiva, ocio y turismo.

Ríos, P. B. (2009). Evolución de los Hábitos Alimentarios. De La Salud A La Enfermedad Por Medio De La Alimentación.

Tamayo, G. (15 de Diciembre de 2008). <http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/143-mercadeo.pdf>. Obtenido de Elementos básicos de la condición física.

Vanegas, J. D. (2017). <https://www.larepublica.co/consumo/la-gastronomia-fitness-un-negocio-por-conquistar-2286956>. Obtenido de Fitness Food Solutions .

Varela, R. (2001). innovación empresarial- arte y ciencia en la creación de empresas.

Velez, M. d. (27 de Septiembre de 2016). <http://www.nielsen.com/co/es/press-room/2016/6-de-cada-10-consumidores-colombianos-dicen-seguir-dietas-especializadas.print.html>. Obtenido de Seis de cada diez consumidores colombianos dicen seguir dietas especializadas que omiten ciertos ingredientes.

Apéndices



Apéndice A. Encuesta dirigida a los habitantes del casco urbano de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

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

Objetivo: Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos FIT en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1. Nivel educativo

Primaria _____
 Bachillerato _____
 Técnico _____
 Pregrado _____
 Posgrado _____

2. ¿Cómo evaluaría sus hábitos alimenticios?

Excelentes _____
 Buenos _____
 Regulares _____
 Malos _____

3. ¿Ha cambiado sus hábitos alimenticios a causa de alguna enfermedad?

Si _____ No _____

4. ¿Sigue alguna dieta alimenticia?

Si _____ No _____ Si respondió si, señale cuál?

Nutricionista _____
 Medico _____
 Familiares _____
 Internet _____
 Televisión _____
 Entrenador _____
 No sigo dietas _____

5. ¿Cómo evalúa los hábitos alimenticios de su familia?

Excelentes _____
 Buenos _____
 Regulares _____
 Malos _____
 Muy malos _____



6. ¿Cambiaría sus hábitos alimenticios?

 Si _____ No _____ Por qué? _____

7. Señale el rango de sus ingresos mensuales

 Menos de \$1.000.000 _____
 De \$1.000.000 a \$1.999.999 _____
 De \$2.000.000 a \$2.999.999 _____
 De \$3.000.000 a \$3.999.999 _____
 Más de \$4.000.000 _____

8. ¿Está dispuesto a consumir productos FIT?

Si _____ No _____

9. ¿Qué tipo de producto estaría dispuesto a consumir?

 Comidas _____, refrescos _____, complementos _____ Otros cuál? _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos FIT?

 De \$20.000 a \$30.000
 De \$30.001 a \$40.000
 De 40.001 a \$50.000
 De \$50.001 a \$60.000

11. ¿Cómo le gustaría adquirir los productos FIT?

 Tienda _____, supermercado _____, droguería _____, internet _____, domicilio _____, otra
 cual? _____

12. ¿Regularmente consume comida chatarra?

 Si, a diario _____
 Ocasionalmente _____
 Si, una vez por semana _____
 No _____

13. ¿En cuál de sus comidas diarias cree usted que consume más alimentos?

 Desayuno _____
 Almuerzo _____
 Cena _____
 En todas como la misma cantidad _____

14. ¿Cree usted que puede influir en que su familia lleve una alimentación balanceada?

Si _____ No _____

15. ¿Revisa la información nutricional de los productos que consume?

Siempre _____
Casi siempre _____
A veces _____
Nunca _____

16. ¿Cuál bebida prefiere consumir al realizar deporte?

Gatorade _____
Agua _____
Power Aid _____
Red Bull _____

17. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer las promociones de los productos FIT?

Radio _____
Televisión _____
Internet _____
Volantes _____
Vos a vos _____
Otra cuál? _____

Apéndice B. Requisitos legales para la constitución.

Requisitos para la inscripción. Hacer las consideraciones previas a la creación de la comercializadora

Elaborar los estatutos

Inscribir la comercializadora en la Cámara de Comercio

Completar trámites legales ante superintendencia

Completar trámites ante la DIAN

Establecer lo siguiente:

Nombre tentativo de la comercializadora.

Domicilio de la organización.

Objeto de la comercializadora: cuáles son las actividades que realizará la organización.

Escritura de constitución.

Documento que dispone la creación, con la firma autentica del notario.

Certificado de la cámara de comercio.

Documento por el cual se designa la persona encargada de su administración y le otorgue, sus facultades, con la firma autenticada en la notaria.

Registro en la cámara de comercio. Se deben tener en cuenta los siguientes requisitos de cumplimiento anual (Cámara de Comercio)

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

Planeación Municipal.

Permiso de uso del suelo. Oficio dirigido a la secretaria de planeación municipal con la dirección local, actividad comercial, nombre del gerente encargado, gerente de la principal y NIT de la principal.

El certificado de Industria y Comercio se obtiene en la Alcaldía Municipal, una vez se tiene el permiso de uso del suelo, se lleva el certificado a la cámara de comercio con el valor de los activos para que se defina el valor a cancelar.

Certificado de sanidad o permiso para la distribución de productos para el consumo humano.

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

Verifican que la entidad tenga como mínimo un extintor

Capacitan al personal sobre el manejo de los extintores

De otra parte el artículo 42 de la Ley 1575 del 2012, dice que las Inspecciones y certificados de seguridad. Los cuerpos de bomberos son los órganos competentes para la realización de las labores de inspecciones y revisiones técnicas en prevención de incendios y seguridad humana en edificaciones públicas, privadas y particularmente en los establecimientos públicos de comercio e industriales, e informarán a la entidad competente el cumplimiento de las normas de seguridad en general. De igual manera, para la realización de eventos masivos y/o pirotécnicos, harán cumplir toda la normatividad vigente en cuanto a la gestión integral del riesgo contra incendio y calamidades conexas. Estas inspecciones, contemplarán los siguientes aspectos:

1. Revisión de los diseños de los sistemas de protección contra incendio y seguridad humana de los proyectos de construcciones nuevas y/o reformas de acuerdo a la normatividad vigente.
2. Realización de inspección y prueba anual de los sistemas de protección contra incendio de acuerdo a normatividad vigente.
3. Realización de inspecciones técnicas planeadas referentes a incendio y seguridad humana.

Todos los ciudadanos deberán facilitar en sus instalaciones las inspecciones de seguridad humana y técnicas que el cuerpo de bomberos realice como medida de prevención y durante las acciones de control.



Las labores determinadas en el presente artículo se realizarán de acuerdo a las tarifas asignadas para cada caso, previa reglamentación que expida anualmente la junta nacional de bomberos de Colombia.



Apéndice C. Distribución en planta

