

**PROYECTO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y TECNOLÓGICO  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES**

**JAIME ALBERTO GOMEZ CONTRERAS  
BEATRIZ ELENA PORTELA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y ADISTANCIAS "UNAD"**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMACIÓN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**VALLEDUPAR**

**2005**

**PROYECTO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y TECNOLÓGICO  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES**

**JAIME ALBERTO GOMEZ CONTRERAS  
BEATRIZ ELENA PORTELA**

**CASIMIRO RODRÍGUEZ**  
**Evaluador**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y ADISTANCIAS "UNAD"**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMACIÓN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**VALLEDUPAR**  
**2005**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

**Presidente del Jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Valledupar, Abril 2005**

## RESUMEN

El presente trabajo de ejecución tecnológica se llevó a cabo en el Municipio de Valledupar, con el propósito de determinar si hay o no la factibilidad para el montaje de una empresa comercializadora de productos artesanales en éste Municipio .

Las medidas que se debe emprender solo tendría efecto si se inician con medidas inmediatas para adecuar la empresa en materia de comercialización del producto. La empresa debe iniciar inmediatamente un estadística de posibles clientes.

En cuanto al mercadeo, se aplicaran estrategias de fomento tales como medio masivos de comunicación como radio, televisión regional y periódicos nacionales, además de espacios pautados en servidores y ferias virtuales en internet.

La promoción de los productos se realizaran generalmente en las ferias nacionales de promoción cultural; en muestras artesanales o encuentros productivos del sector a través de la ubicación de puntos de ventas.

La capacidad máxima de comercialización serán de 40.000 unidades de productos artesanales, trabajando un turno de 8 horas por día durante 295 días hábiles del año.

La empresa se ubicará en el Municipio de Valledupar, teniendo en cuenta que este municipio es el epicentro de la región, es por eso que los nativos, especialmente indígenas ubicados en la Sierra Nevada de Santa Marta y en asentamientos poblacionales de los alrededores, miran a Valledupar como eje comercial para sus productos artesanales.

La inversión del proyecto distribuida en maquinaria, gastos Preoperativos , obras físicas, equipos y muebles es de \$9.350.000; el capital de trabajo para el primer año es de \$181.056.800, el flujo financiero neto para el primer año de operación sin financiamiento es de \$137.436.639 y después de un financiamiento de \$120.669.45, la tasa interna de retorno para el proyecto sin financiamiento es de 389%, las tasa de retorno para el proyecto con financiamiento es de 384%, lo que demuestra que el retorno de la inversión es superior a la tasa de interés de oportunidad a la que fue evaluado el proyecto garantizado la rentabilidad esperado.

Al analizar las anteriores estadísticas se pudo observar que los factores que inciden en la evolución económica y sociocultural del municipio, han adelantado la articulación de un proceso de desarrollo integral del territorio, en busca de la consolidación progresiva del bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes en donde se determinó que el proyecto es financieramente viable, generando resultados en pro del aumento de la capacidad productiva del Municipio de Valledupar.

**Palabras claves:** productos artesanales, comercialización, mercadeo, estrategias, promoción, financiera, viabilidad.

## **SUMMARY**

The present work of technological execution was carried out in the Municipality of Valledupar, with the purpose of determining if there is or not the feasibility for the assembly of a company comercializadora of handmade products in this Municipality.

The measures that it should be undertaken alone he/she would have effect if they begin with immediate measures to adapt the company as regards commercialization of the product. The company should begin a statistic of possible clients immediately.

As for the marketing, such development strategies were applied as half massive of communication like radio, regional television and national newspapers, besides spaces averaged in servants and virtual fairs in internet.

The promotion of the products was generally carried out in the national fairs of cultural promotion; in handmade samples or productive encounters of the sector through the location of points of sales.

The maximum capacity of commercialization will be of 40.000 units of handmade products, working a shift of 8 hours per day during 295 skilled days of the year.

The company will be located in the Municipality of Valledupar, keeping in mind that this municipality is the epicentre of the region, it is for that reason that the native, specially indigenous located in the Sierra Nevada of Santa Marta and in

populational establishments of the surroundings, they look to Valledupar like commercial axis for its handmade products.

The investment of the project distributed in machinery, expenses Preoperativos, physical works, teams and furniture are of \$9.350.000; the work capital for the first year is of \$181.056.800, the net financial flow for the first year of operation without financing is of \$137.436.639 and after a financing of \$120.669.45, the internal rate of return for the project without financing is of 389%, the return rate for the project with financing is of 384%, what demonstrates that the return of the investment is superior to the opportunity interest rate to which the guaranteed project was evaluated the waited profitability.

When analyzing the previous ones statistical one could observe that the factors that impact in the economic and sociocultural evolution of the municipality, have advanced the articulation of a process of integral development of the territory, in search of the progressive consolidation of the general well-being and the improvement of the quality of their inhabitants' life where it was determined that the project is financially viable, generating results in pro of the increase of the productive capacity of the Municipality of Valledupar.

Key words: handmade products, commercialization, marketing, strategies, promotion, financial, viability.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS GENERALES**

Determina la factibilidad para el montaje de una empresa comercializadora de productos artesanales en el municipio de Valledupar.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Analizar nuestra realidad con los diferentes elementos que constituye el estudio del entorno del municipio de Valledupar.
- Establece la potencialidad y disponibilidad de los recursos con que cuenta nuestro municipio para su desarrollo en el contexto nacional.
- Observa la incidencia del aparato estatal, seccional – local en la formación de una sociedad valduparense productiva.
- Identificar los factores que nos permiten la evolución económica y sociocultural del municipio de Valledupar.

## **1. ESTUDIO DEL ENTORNO DEL MUNICIPIO DE VALLEDUPAR**

### **1.1. ASPECTO SOCIOCULTURAL**

**1.1.1. Reseña Histórica.** De las devotas glorias y tradiciones del Valle de Upar, nos remontamos al pretérito aborigen, a los nombres heroicos de los primeros upares: Corponalmo el mayor y Conalmo el valeroso, que el 25 de mayo de 1530 se tomaron la villa de upar y restableciera ne ese lugar la dominación indígena, de la cual avían sido desalojados el 6 de enero de 1550 por el capitán don Hernando de Santana, el afortunado poblador de la riberas de Guatapuri.

**1.1.2. Descripción Física.** Valledupar se considera el primer municipio por las actividades que desde allí se realizan tantos gubernamentales como económicas. Es le nombre de la ciudad capital del departamento del Cesar, situada en las estribaciones sur orientales de la sierra nevada de Santa Marta, y enclavada estratégicamente en la cabecera del e inmenso valle que lleva su nombre tradicionalmente como uno de los promisorios de nuestro país.

**1.1.2.1. Temperatura.** Valledupar cuenta con una temperatura promedio de 32° centígrados.

**1.1.2.2. Precipitación.** Su precipitación anual es de 1050.

#### **1.1.2.3. delimitación**

**Norte:** municipio de Riohacha y San Juan del Cesar (departamento de la guajira).

**Sur:** Municipio de el paso y la paz.

**1.1.2.4 Red Vial.** La infraestructura vial juega un papel importante en la determinación de la productividad urbana como elemento condicionante del desplazamiento de personas y bienes urbanos, intramunicipales e intraregionales. El esfuerzo de las administraciones municipales de Valledupar en los últimos años, se ha guiado por el plan de desarrollo, en donde se han definido en material vial, de transporte masivo, la pavimentación de vías locales y la construcción y el mantenimiento de vías rurales. La mas importante de obra vial arterias y circunvalares y que se construyen en la actualidad, evitando generar problemas futuros para el crecimiento de la ciudad.

Con base en la instauración de la sobretasa de la gasolina se ha financiado la adecuación de la red vial para transporte publico, superando un frente critico en materia vial urbana que se encontraba en deficientes condiciones. La pavimentación de la red vial secundaria, complementaria con los dos programas anteriores, busca al adecuación de vais al interior delos barrios, programa que se ha atendido fundamentalmente a través de los mecanismos de la autogestión y con la participación de la alcaldía local, financiándose a través de los mecanismos del impuesto de valorización.

Por ultimo la atención a la red rural vial, que le ha permitido a la administración municipal ejecutar obras con mayor eficiencia y menos costos.

En síntesis, en este frente se puede considerar que el municipio ha tenido una buena planeación y responde a un crecimiento ordenado y eficiente, sin que se presenten cuellos de botella en el futuro inmediato.

**1.1.2.5. Extensión.** El municipio de Valledupar cerca de 490.000 hectáreas, diferenciadas topográficamente por dos renglones; una sobre la margen occidental del río Cesar; zona plana ubicada por debajo de los 400 metros sobre el nivel del mar y que corresponde al 42 % del área y la otra, correspondiente a las estribaciones de la sierra Nevada de Santa Marta, con un 58 % del área municipal ubicada entre los 500 y 4.800 metros sobre el nivel del mar.

#### **1.1.2.6. Recursos Hídricos.**

**Ríos:** Guatapurí, Garupa, Badillo, Río Seco, Pontón, Donachuí, Candela.

**1.1.2.7 Turismo.** Acorde con la guía turística de Valledupar del Instituto de Cultura y Turismo, en una ciudad que cautiva pero hay misterios sin prevenciones y sin pretender algo distinto a la amabilidad, la alegría y el calor hospitalario, descomplicado y alegre.

A medida que la ciudad avanza en su fundamentación urbanística y cultural, Valledupar ha ido incrementando su patrimonio turístico:

- ♦ La iglesia de la Concepción.
- ♦ El convento de Santo Domingo.
- ♦ La Plaza Alfonso López y su imponente mercado de arquitectura colonial.
- ♦ El festival de la leyenda vallenata, en donde anualmente corona al rey Vallenato.
- ♦ La Tarima Francisco el Hombre, epicentro de la más clásica expresión folclórica nacional.
- ♦ Los callejones de la Purrututu, el Mahoma, y el de Pedro Antonio; el río Guatapurí.
- ♦ El pueblito Vallenato, en el tradicional parque de Hurtado.
- ♦ Coliseo Consuelo Araujo Noguera

- ♦ Parque Lineal
- ♦ Museo arqueológico
- ♦ La Pedregosa
- ♦ Nabusimake
- ♦ La Mina
- ♦ Pueblo bello

**1.1.3 Población.** El crecimiento que ha tenido Valledupar en los últimos 10 años es evidente, con base en los cálculos del de comportamiento de la población que muestra una tasa de crecimiento del 3.44% anual, se puede llegar a una cifra de 245.000 habitantes en 1993 y 246.624 en la actualidad de esta población el 886% se asienta en la cabecera municipal y el resto 11.4% se distribuye en la área rural del municipio.

Con base en las anteriores tendencias, el crecimiento poblacional de Valledupar se explica globalmente por el crecimiento natural de la población, por lo cual se puede afirmar que antes de una ciudad receptora de migrantes, es expulsadora de población. Ello se ve corroborado con al proyecciones subnacionales de la población que señalan una imigración de cerca de 800 personas anualmente. Es una afirmación común señalar la importancia de la ciudad como receptora de migrantes, pero los datos contradicen tal afirmación; la explicación se encuentra en que se ha dado una fuerte urbanización en e interior del municipio, lo que implica una migración campo ciudad intramunicipal, pero no otras localidades, que es la migración detecta en las mediciones censales.

La población de Valledupar es básicamente joven. El 65.2% tiene menos de 25 años y la edad promedio del municipio llega solo 21.3 años, poniendo en evidencia un perfil demográfico de alta potencialidad económica, pero al mismo tiempo un

importante reto para la generación de empleo y el suministro de adecuados servicios educativos.

**1.1.4 Nivel Educativo.** El plan de acción del sector educativo tiene como propósito fundamental ampliar la cobertura de la educación en los diferentes niveles, mediante la construcción de escuelas, tanto en las áreas urbanas como rurales, adquisición de equipos, dotación de laboratorios en los colegios, capacitación a docentes y adecuación de bibliotecas.

### **Universidades**

- ♦ UPC
- ♦ UDES
- ♦ Antonio Nariño
- ♦ Universidad del Magdalena
- ♦ Universidad San Buena Ventura
- ♦ UNAD
- ♦ ESAP
- ♦ Universidad del Bosque
- ♦ Universidad de la Guajira
- ♦ Universidad Francisco de Paula Santander
- ♦ Universidad Pamplona
- ♦ Universidad de Sucre y el Magdalena
- ♦ Universidad Iberoamericana

### **Fuente dada en la Secretaria de Educación Municipal**

La indagación sobre las condiciones educativas de la población vallenata es, sin duda, un importante elemento para tener en cuenta la determinación de la potencialidad económica de la ciudad, pues reconocida la directa relación entre desarrollo económico y nivel educativo.

Dado que el nivel educativo de la población determina, entre otros factores, la calidad del capital humano con que puede contar la economía, hemos de señalar que las expectativas que se desprende del análisis de los logros educativos de la ciudad distan mucho de demostrar signos alentadores para el mejoramiento de la productividad. De esta manera puede decirse que un soporte básico para el desarrollo económico local, como es la capacidad de la población, no parece reunir las condiciones adecuadas.

**1.1.5 Ocupación.** La estructura de empleo según actividades económicas muestra una mayor concentración en los sectores agropecuarios y comercial 25.7% y 22.1% respectivamente.

## **2. ASPECTOS POLÍTICOS ADMINISTRATIVOS**

La constitución política y las normas básicas del régimen municipal, consagran: que "El municipio es la entidad territorial fundamental de la división político-Administrativa, dentro de los límites que le señala la constitución y la ley, y cuya finalidad es el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en su respectivo territorio".

Es por esto que la institución municipal constituye colectiva descentralizada, dotada de personalidad jurídica y encargada de administrar sus propias necesidades; la cual como entidad fundamental de la división política administrativa del estado, le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y la cultura de sus habitantes.

### **3. ASPECTOS ECONOMICOS**

#### **3.1 SECTOR ECONOMICO**

la economía de Valledupar ha tenido su base tradicional en el sector agropecuario, donde se localiza el 7.2 % del empleo del municipio. La separación de Valledupar y de su región es casi imposible de realizar, es tanto la ciudad es centro económico-financiero de un espacio sustancial mayor la de su propia influencia económica. Lo anterior significa que en la ciudad se realiza casi la totalidad de transacciones financieras del departamento, reciclándose en la economía vallenata parte de los excedentes generados en la totalidad del departamento del Cesar y parte del sur de la Guajira, sin que ello signifique la producción generada en Valledupar tenga como mercado al totalidad del departamento y por el contrario, lo que se presenta es un pequeño y reducido mercado local.

Como se demostrara mas adelante, el comportamiento del sector agropecuario en 1994 muestra muy poco dinamismo, como un área sembrada de poco mas de 18.000 hectáreas, siendo los cultivos con mayor área de siembra del café, el maíz tradicional y el algodón en orden de importancia; con excepción del café pese a los problemas que este soporta en la actualidad, en las condiciones existentes de productividad, de precios y de competencia legal o ilegal, ninguno de los tres productos restantes tiene capacidad de soportar un crecimiento económico de la ciudad en el largo plazo la producción ganadera con poco menos de 200.000 hectáreas en pasto, muestra un repunte importante en la economía tradicional del municipio, pero su rentabilidad esta dada por la explotación explosiva extensiva y poco tecnificada, antes que a través de verdaderas empresas.

Capitalista en el campo, limitando su propia capacidad de acumulación y de desarrollo empresarial.

**3.1.1 Sector Primario.** Como se dijo anteriormente, es la base económica del municipio. Por su conformación topográfica existen por lo menos tres áreas claramente diferenciadas en el interior del municipio: el sector de la Sierra Nevada de Santa Marta; el de colinas bajas y la zona plana. La primera área se caracteriza de una fuerte economía campesina con agricultura de pan coger, con la presencia de cultivos de café y cacao y con una estructura de propiedad donde predomina el pequeño y mediano fondo.

Así mismo, es el área donde se asienta la población indígena, con sus peculiares en el proceso de apropiación y explotación de la tierra.

El de colinas bajas, que se extiende en las estribaciones finales de la Sierra, se caracteriza por presentar altos niveles de erosión, bajas posibilidades de irrigación y utilizadas fundamentalmente en ganadería tradicional, con una estructura de tenencia basada en la mediana propiedad.

La zona plana, que se extiende a lo largo de los valles de los ríos Guatapurí y Badillo, buscando las planicies del Valle del río Cesar, son utilizadas en la explotación agrícola mecanizada, con cultivos de arroz, algodón, sorgo y otros. Dado el clima predominante, caracterizado como tropical seco, las necesidades de riego son evidentes para mantener las áreas cultivadas y utilizar su potencialidad de tierras arables. La estructura de propiedad es de grandes latifundios, que en algunos casos son utilizados en la producción ganadera extensiva; en el pasado fue una de las áreas que soportó la bonanza del algodón de los años 70s.

**3.1.1.1 Explotación Pecuaria.** En la actualidad es, sin duda, la actividad que ocupa la mayor parte del área productiva del municipio, con base en la productividad media alcanzada en la ganadería Cesarense, de 1.07 cabezas de ganado por hectárea, se calcula que en pastos se utilizan 192.300 hectáreas en la actividad ganadera en el municipio. La actividad ha ganado en importancia en la medida en que el uso alternativo del suelo, la actividad agrícola ha bajado en su importancia económica. Ello es así, pese a que según el IGAC<sup>2</sup> la tierra apta para pastos es tres veces menor a la actualmente utilizada, poniendo en peligro la calidad de los suelos.

La productividad media o capacidad de carga de 1.07 cabeza por hectárea, se puede considerar baja, lo que permite que la característica principal es la explotación extensiva, con base en pastos naturales y una pequeña proporción en mejorados.

El ganadero Vallenato, al igual que el resto de los del departamento, tiende a explotar sus hatos con doble propósito, carne y leche, teniendo en cuenta la demanda por ésta última por parte de la planta deshidratadora de D. P. A, de COOELSAR y de KLAREN's, que demandan en conjunto 337.000 litros diarios de leche.

Lo anterior se hace evidente al observar que sobre el total de ganado vacuno del municipio el 76.7% se destina a doble propósito, en tanto sólo el restante 23.3% se dedica a carne. A partir de ésta población ganadera, se estima que en 1994 se produjo 17.265 toneladas de carne y 167.164 litros diarios de leche.

El resto de la producción pecuaria por especies menores, tienen una importancia muy reducida en la economía del municipio.

La actividad ganadera recibió durante 1999 el 37.6% de los créditos nuevos redescontados en el banco de la república, lo que significaron recursos en una cuantía de \$7.602 millones, de los cuales el 22.5% se destinó a siembra de pastos y el resto a la financiación de la actividad ganadera propiamente dicha.

Pese a la importancia económica de ésta actividad, es reconocida la poca incidencia que tiene en la generación de empleo, fundamentalmente por la poca demanda de trabajo que tiene la explotación extensiva de la ganadería.

**3.1.1.2 Explotación Agrícola.** La actividad agrícola en el municipio se basa en la producción de café, arroz, algodón, sorgo, cacao y palma africana como los cultivos de mayor importancia en el área rural de Valledupar. Para 1999 el área sembrada en los diversos productos fue de 18.373 hectáreas, que representan apropiadamente el 8.1% del área productiva del municipio.

El cultivo de mayor por el área cultivada en el municipio es el café, datos sorprendente, en tanto ha sido tradicional considerar que el soporte de la economía Vallenata estaba en el algodón o el arroz. Como se dijo anteriormente, la siembra del café se realiza en las estribaciones de la Sierra y es de reciente introducción en la producción agrícola del municipio (no mayor a 15 años; pese a ello ha presentado problemas de broca que han hecho disminuir un poco más de 1000 hectáreas el área sembrada. Probablemente asociados a la siembra relativamente representan la mayor proporción del área sembrada en el municipio, manteniendo e incluso incrementando su participación en el total de la actividad agrícola del departamento.

**3.1.1.3 Sivicultura.** Sivicultura es el comportamiento de las especies maderables, ornamentales y frutales, tanto en el vivero o sitio donde comienza la germinación de las especies hasta el sitio definitivo donde son plantados o

sembrados. Este comportamiento se puede resumir en la clase de suelo que necesita cada especie tratamiento fitosanitario que se le de a cada especie como alturas, de adaptación, clima precipitación, suelos, profundidades, en general cada especie en particular tiene un comportamiento diferente.

**3.1.1.4 Explotación de Minas – Canteras.** En primer lugar se debe dejar establecido que la actividad minera en el municipio se reduce a la explotación artesanal de mármol en el corregimiento de Caracolí. La importancia de examinar ésta actividad radica en la vinculación que puede tener la ciudad, como capital y centro económico de la cuenca minera en donde se localizan las explotaciones carboníferas.

La producción carbonífera del departamento se basa en las explotaciones de la Loma, Calenturitas, La Aurora y la Jagua, donde en promedio se exportarán 5.6 millones de toneladas del mineral al año durante los próximos tres años; en la actualidad se realizan explotaciones en La Jagua de Ibirico por parte de la compañía Carbones del Caribe y en la Loma por la Drummond. Las reservas aprobadas del departamento están en alrededor de 1.500 millones de toneladas del mineral al año durante los próximos tres años; en la actualidad se realizan explotaciones en La Jagua de Ibirico por parte de la compañía Carbones del Caribe y en la Loma por la Drummond. Las reservas aprobadas del departamento están en alrededor de 1.500 millones de toneladas.

Con base en esta expectativa se considera que la ciudad de Valledupar debe asumir las condiciones para poder enfrentar las demandas generadas en la explotación, al tiempo que dar las condiciones para la localización de gerencias regionales de estas empresas que inician la explotación del recurso carbonífero, con el objetivo que la economía regional y no solo local, pueda acceder a los beneficios que se podrían esperar en ese tipo de producción. De no realizarse tal

esfuerzo en beneficio de la ciudad y la región, la explotación del carbón en el Cesar tendrá el comportamiento de economía de enclave en un área atrasada, con las consecuencias conocidas históricamente.

### **3.1.2. Sector Secundario**

**3.1.2.1 Matanza de Ganado.** La jornada de trabajo comienza a la 1:00 P.M. es donde llegan todas aquellas las personas que le venden su ganado a coolesar, empieza con la pesa de cada cabeza de ganado, hay una persona del DAS, para revisar que todos los papeles y la marca de animal sean originales. Después se llevan para los corrales ahí los empleados se encargan de enumerarlas y planillarlas.

Es ahí donde empieza el proceso de la sacarificación del ganado. Todos los empleados hacen en su puesto para encargarse cada uno de lo que le toca. Se sacrifican 120 cabezas promedio de ganado.

**3.1.2.2 Fabricación de Productos Lácteos.** D.P.A es la empresa mas importante en la ciudad y en al actualidad pionera en la actividad Láctea.

**3.1.3 Sector Terciario.** En la actualidad la ciudad cuenta con una buena red de entidades financieras que perciben como rentables su localización en Valledupar. Ello se debe a la razón espuerta anteriormente, en el sentido de que en al ciudad se realiza buena parte de excedentes económicos de la economía cesareense y del sur de la guajira, que se expresa particularmente en el dinamismo que muestra el sector financiero de la ciudad, tanto en las operaciones activas y pasivas del sistema.

**3.1.3.1 Bancos.** En departamento la actividad financiera es atendida por las principales entidades crediticias del sector bancario y corporaciones del ahorro y vivienda.

En Valledupar se concentra la mayoría de establecimientos, la compañía de financiamiento comercial y las líneas de credito mediante lasing, se encuentra en etapa de introducción a la región.

Valledupar cuenta con 15 instituciones de crédito, en cuenta la caja agraria ocupa el sexto lugar en el país en la función del centro regional de servicios, consiste en la producción de los servicios complementarios y de apoyo que requiere.

❖ **Banco del Municipio**

Banco de Bogotá

Banco Popular

Banco Colombia

Bancafé

Banco Ganadero

Banco Superior

Banco Agrario

Banco Davivienda

Banco AV Villas

❖ **Corporaciones de Ahorro**

Upac Colpatria

Granahorrar

Colmena

**3.1.3.2 Transporte.** El municipio de Valledupar cuenta con vías pavimentadas y gestión de autopavimentación de calles, acceder con el transporte público aquellas áreas alejadas de la zona céntrica.

Cuenta con un acceso a la carretera Troncal Oriental que comunica las principales poblaciones con las ciudades de Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla y el resto de la Costa Norte; por el sur con Bucaramanga, Tunja y Santa Fe de Bogotá. Otra carretera conecta la capital del departamento del Cesar con el territorio de la Guajira y la República de Venezuela. Todas estas vías carretables permiten un mayor intercambio comercial y abastecimiento hacia los centros de consumo.

El sistema vial y de transporte departamental está compuesto por 4.451 kilómetros de carretera, 282 kilómetros de línea férrea y una red fluvial navegable en pequeñas embarcaciones. Además cuenta con aeropuertos en operación y terminal de transportes en los municipios de Valledupar, Aguachica, Bosconia y Codazzi, que comunica al departamento con el resto del país.

La densidad vial del departamento es de 0.019 km/km<sup>2</sup> frente al promedio nacional que es de 0.094 km/km<sup>2</sup>.

#### ❖ **Transporte Aéreo**

Ha cobrado importancia entre los medios de transporte, gracias al creciente movimiento de carga y pasajeros hacia el Cesar y de aquí a otras regiones del país. Valledupar cuenta con el principal aeropuerto del departamento en los cuales presta servicios tres (3) aerolíneas importantes a nivel nacional.

#### ❖ **Transporte Urbano**

Con el aumento de la población y crecimiento económico Valledupar, cuenta con un transporte público urbano que no satisface las necesidades de sus habitantes.

A pesar de contar con tres (3) empresas de transporte, público y taxi estos no llenan los requisitos de la población.

**3.1.3.3 Comercio.** Valledupar, epicentro de las demandas de amplias zonas que no tienen acceso directo a proveedores de otras parte. Desde el punto de vista de las relaciones fronterizas estas mejoran sus perspectivas para una posible ampliación en un futuro de mercado hacía Venezuela mediante la Apertura Económica.

La ciudad de los Santos Reyes cuenta con importantes almacenes y bodegas distribuidoras de mercancías de consumo al por mayor, indican el gran incremento comercial del departamento.

Como entidades de coordinación comercial actúan la Cámara de Comercio, la Federación Nacional de Comerciantes "FENALCO", La asociación Colombiana Popular de Industriales "ACOPI" y el instituto Colombiano de Comercio Exterior "INCOMEX".

#### ❖ **Población Indígena**

#### ❖ **Ubicación**

La zona indígena tiene su asiento en la Sierra Nevada, específicamente en lo concerniente al área rural del municipio de Valledupar, está ubicada en los corregimientos de pueblo Bello, San Sebastián o Nabusimaque, At'nquez, La Caja. Guatapurí, Chemesquemena y la Comisaría de Cherúa.

Desde el punto de vista de la administración civil la Sierra Nevada depende del Magdalena, La Guajira y el Cesar y desde el punto de vista eclesiástico depende de

la Diócesis de Santa Marta, Diócesis de Valledupar y Vicariato Apostólico de Riohacha.

### ❖ **Conformación**

La zona indígena está habitada por los arhuacos, arserios y los koguis, los cuales sumas en total unos 15.000 habitantes aproximadamente, los indígenas no aceptan límites geográficos, esperando lograr autonomía sobre la Sierra. Viven dispersos en sus fincas, cada familia tiene por los menos dos, una en tierra templada y otra en tierra fría.

Se agrupan en algunos centros o pueblos que se pueden clasificar de dos formas, la primera consiste en casas agrupadas que solo habitan durante las reuniones y fiestas, rodeadas de casas aisladas en pequeñas fincas. A este tipo pertenecen San Sebastián del Jordán, los que a la vez son los que más influencia católica presentan.

La segunda consiste en construcciones de servicios comunitarios como la casa de reuniones que es al mismo tiempo oficina, puesto de salud, escuela, tienda comunal y cárcel; a este tipo pertenece Donachuí.

### ❖ **Vivienda**

Cada finca tiene su habitación y cerca de ella, ordinariamente rodeándola tiene su casa (huerta) algunas con una sola habitación, otras con varias habitaciones que sirven de cocina, dormitorio y depósito.

Las habitaciones se construyen cerca de alguna fuente de agua y queda disimulada de la vista del que pasa, sin embargo los habitantes pueden dominar

con la vista todos los caminos que a ella conducen. Frente a la casa hay un patio cercado con piedras y palos donde mantienen los animales domésticos. Se encuentran en todas las zonas varias formas de habitación.

- De planta cuadrada y techo de cuatro aguas sin caballete
- De planta redonda y techo cónico
- De planta cuadrada y techo cónico
- De planta redonda y techo de cuatro aguas sin caballete
- De planta rectangular y techo de cuatro aguas con caballete

#### ❖ **Organización Social Actual**

Han sufrido transformaciones en los últimos años y actualmente el cabildo central ha sido reemplazado por la división de asuntos indígena, por un cabildo gobernador con carácter de jefe máximo, aún se desconoce el éxito que tenga. Esta iniciativa gubernamental la jerarquía es la siguiente:

##### ▪ **El Mamo**

Por ser la encarnación de la Ley Cultural ejerce gran influencia y toda la organización social gira alrededor suyo, es el máximo jefe Indígena y tiene funciones de diversa índole.

#### ❖ **Aspectos Económicos**

Presenta una economía de subsistencia, ordenada a satisfacción de las necesidades. Originalmente era comunitaria a nivel de tribu, reducida hoy a nivel de familia nuclear y en ocasiones a la extensa.

### ❖ **Propiedad**

La propiedad de la tierra (zona indígena) es comunitaria sólo son propietarios del usufructo de la misma y este derecho es familiar o particular.

Para las reuniones comunales se abastecen de los productos de los terrenos de propiedad comunal. Existen separación entre las diferentes propiedades básicamente con sembrados de árboles y matas, principalmente de Maguey.

### ❖ **Producción**

Se basa en la agricultura (horticultura), en la cría de animales y en menor escala de la caza. Cultivan Papa, yuca, arracacha, malanga, frijol de maíz, plátano y cebollín. Caña de azúcar, café y hortalizas. La producción está destinada básicamente al consumo.

### ❖ **Comercio**

Utilizan el sistema de trueque, ya sea de productos o de trabajo. En sus relaciones de intercambio no se atribuyen a los productos un valor objetivo, sino un valor subjetivo según la necesidad. Esto lo acostumbran los no asimilados al proceso de campesinización, mientras que los otros (los si asimilados) atribuyen a los productos un valor objetivo y constante en una cantidad de dinero determinada.

### ❖ **Aspectos Educativos**

A nivel de analfabetismo en la comunidad indígena es alto, aunque hay una escuela por cada 20 familias.

En todos los sectores de la sierra Nevada en el nivel académico es de 5° de primaria, solo en Nabusimaque (San Sebastián) hay una concentración agrícola hasta el 4° de bachillerato. La curia administrativa las escuelas aunque el último convenio indica que la administración que esta debe corresponde a la comunidad indígena y los nombramientos de los maestros y personal administrativo, lo hará la secretaria de educación departamental.

#### **3.1.3.4 Tipos de Metodología.**

**Fuentes Primaria:** aquí se utilizara la fuente primaria mas importante que pueda aplicar una investigación de mercado, como es la encuesta. Serán encuestados los principales almacenes artesanales de la ciudad de Valledupar como: Tienda Compañía Chipuco, Almacén Artesanías mis Pies.

**Fuente Secundaria:** Aquí se utilizara la fuente mas confiable e importante que se pueda obtener como: La asociación de artesanos de la Sierra Nevada (Pueblo Bello).

#### **Alcances Del Proyecto**

Al implementar este proyecto en la ciudad de Valledupar se considera el incremento de la capacidad productiva de la región; el aumento de la oferta de productos artesanales debido al incentivo generado por la instalación de una nueva unidad productiva.

Se estiman el aumento del empleo directivo e indirecto además se permite resaltar los aspectos culturales del municipio de Valledupar y su entorno en la demás regiones de Colombia.

**Problemática.**

La constitución de la empresa permite a los inversionistas generar su propio empleo y elevar el nivel de vida de cada una de las personas que desarrollan las funciones laborales dentro del negocio.

También permite que los artesanos de la región aumente su producción y de esta forma sus niveles de vida sea cada mejor.

## **4. ESTUDIO DE MERCADEO**

### **4.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

El proyecto pretende comercializar productos de artesanía típicas de la región comprendida entre las estribaciones de la Sierra Nevada De Santa Marta y la península de la Guajira los cuales son entre otros, mochilas, chinchorros, sandalias, pulsos, collares, manillas guaireñas, cuyas características físicas como el tamaño y la forma son de acuerdo al diseño establecido por cada cultura; son fabricantes en lana de oveja, por consiguiente el color esta definido por las combinaciones o mezclas de estos insumos; son mochilas de carácter decorativo de tipo de clasificación popular se comparación o de elección su textura es suave, al igual que la sensación que transmite la piel de oveja.

Otros productos que se pretenden comercializar son las mochilas de fique (plata generadora de hilo), lasa que por su definición o componente son de textura gruesa, colores diferentes y vivos, producto del tinte de hilo. También se comercializaran hamacas y o chinchorros tejidos a mano o paleteados, los que varían según su tamaño, diseño color y resistencia. Otros productos son las sandalias o guaireñas, que son según el diseño, para damas caballeros y niños, entendiéndose la diferencia en tamaño, colores, decoración y presentaciones. Los subproductos del proyecto, están definidos por vestidos tales como camisas, y blusas de la cultura indígena, recipiente utilizados como decorativos (totumas y calabazas), tapetes, sabanas, pañoletas, poporos, pulseras, collares aretes, etc.

## **4.2. CONSUMIDOR**

Los consumidores o clientes de estos productos son personas de cualquier sexo; entre los dos(2) años y noventa años de vida; de cualquier nivel educativo; sin distinción de condiciones económicas o nivel de ingreso; sin clasificación de profesión; u ocupación de cualquier estado civil, religión y ubicación (urbana y rural). Otras variables relacionadas con el consumidor, son las motivaciones o preferencias que este tenga para adquirir productos que tiendan con la preservación de las tradiciones culturales y por la iniciativa de mantener un recuerdo físico de las expresiones propias del valle del Cacique Upar, (turistas o amantes del folklore vallenato ) .

## **4.3 DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA**

El área geográfica que va atender el proyecto cubre todo el territorio nacional especialmente los departamentos de la región atlántica y las ciudades de Bogotá, Medellín y Bucaramanga. Ya que se adelantaran contactos para lograr distribuciones entendiendo que la diversidad cultural de Colombia, permite el intercambio de los elementos mas representativos de cada región; es importante resaltar que las condiciones de infraestructura vial desde Valledupar hacia el reto del país se encuentra en óptimo estado; así mismo la red de comunicaciones y sistema interactivos.

El segmento del mercado se define para las personas que tienden al consumo de estos productos, dentro de las cuales se consideran como clientes los comercializadores de artesanías de tipo minoritario, para lo cual se tendrán estrategias especiales de promoción; también se estiman clientes espontáneas con capacidad de pago que tenga intención propia de adquirir los productos. (sin clasificación de condiciones especiales para cada cliente).

Una variable que puede influenciar positivamente el proyecto es el reconocimiento que tiene Valledupar, la cual es reconocida a nivel nacional e internacional, permitiendo relacionar sus costumbres con elementos representativos producto de la ocupación de sus habitantes más tradicionales (Arawak, Wayú). Otro evento que permite el posicionamiento de la expresión cultural de Valledupar es el festival de la Leyenda Vallenata, donde existen propios y extraños o turistas de todas partes del país y el mundo llevando siempre una muestra de los productos de proyecto, lo que sirve de promoción para la expansión de los mismos a todas las regiones, o mercad objetivo.

#### **4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

**4.4.1 Demanda Histórica.** El consumo de productos artesanales en las regiones del país ha ido incrementando en los últimos años de manera representativa, como consecuencia del posicionamiento de la cultura vallenata, que según al asociación Nacional de artesanías de las siguientes:

**Cuadro1. Demanda Histórica**

| <b>Años</b> | <b>Producción<br/>Unidades</b> |
|-------------|--------------------------------|
| <b>2000</b> | <b>46.800</b>                  |
| <b>2001</b> | <b>64.100</b>                  |
| <b>2002</b> | <b>82.300</b>                  |
| <b>2003</b> | <b>101.100</b>                 |
| <b>2004</b> | <b>120.400</b>                 |

Fuente: asociación de artesanos de la Sierra Nevada

**4.4.2 Demanda Actual.** El volumen de los productos que los clientes están dispuestos a adquirir según análisis y tendencias del mercado para el presente año se

calcula sobre las variables controlables por parte de las empresas, como precios y las versiones en la publicidad, Ali como el nivel de ingresos de los consumidores y motivación de compra; razones que podrían aumentar el consumo registrado en el mercado actual de productos de artesanía.

**4.4.3 Demanda Futura.** para conocer demanda futura del mercado de productos de artesanía indígena, se utiliza el método de regresión lineal, donde se permite analizar

31

las proyecciones sobre la base de datos cuantitativos históricos, suponiendo que todas o algunas de las variables que condicionan el mercado permanecerán constantes métodos donde  $y = a + b x$

**Cuadro 2. Demanda Futura**

| <b>AÑOS</b>      | <b>X</b> | <b>Y</b> | <b>X<sup>2</sup></b> | <b>XY</b> |
|------------------|----------|----------|----------------------|-----------|
| 2000             | -2       | 46.800   | 4                    | -93.600   |
| 2001             | -1       | 64.100   | 1                    | -64.100   |
| 2002             | 0        | 82.300   | 0                    | 0         |
| 2003             | 2        | 101.100  | 1                    | 101.100   |
| 2004             | 0        | 120.400  | 4                    | 240.800   |
| <b>Sumatoria</b> | 0        | 414.700  | 10                   | 184.200   |

Donde:  $a = \frac{\sum y}{n} \Rightarrow a = \frac{414.700}{5} = 82.940$  Demanda Futura

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \Rightarrow b = \frac{184.200}{10} = 18.420$$

$$Y_{(x)} = 82.940 + 18.420 (X)$$

$$Y_{(2005)} = 82.940 + 18.420 (3) = 138.200$$

$$Y_{(2006)} = 82.940 + 18.420 (4) = 156.620$$

$$Y_{(2007)} = 82.940 + 18.420 (5) = 175.040$$

$$Y_{(2008)} = 82.940 + 18.420 (6) = 193.460$$

$$Y_{(2009)} = 82.940 + 18.420 (7) = 211.880$$

## 4.5 ANALISIS DE LA OFERTA

**4.5.1 Oferta Histórica** La oferta de los productos en el mercado nacional permite una participación de los productos de la cultura vallenata, que según los 32 proporcionados por la asociación Nacional de artesanías es la siguiente:

**Cuadro 3. Oferta Histórica**

| <b>Años</b> | <b>Productos de Artesanía<br/>Unidades</b> |
|-------------|--|
| 2000        | 20.980                                     |
| 2001        | 35.700                                     |
| 2002        | 51.400                                     |
| 2003        | 69.900                                     |
| 2004        | 92.710                                     |

Fuente: asociación de artesanos de la Sierra Nevada(Pueblo Bello)

**4.5.2 Oferta Actual.** La oferta actual de productos de artesanías(hamacas mochilas) de las culturas Arguacas y Wayú a nivel nacional no cuenta con la adecuada comercialización, debido a que estos productos son adquiridos de manera directa a los fabricantes, esto por que no existen empresas dedicadas a esta labor, lo que impide el acceso a clientes potenciales que disminuyan su consumo por la dificultad para adquirirlos en el municipio de Valledupar existen almacenes y sitios especializados en este tipo de productos pero su comercialización es a nivel local, dirigido a turistas y compradores espontáneos que visitan su negocio.

### 4.5.3 Oferta Futura.

para el calculo de oferta futura se utiliza el método utilizado en la demanda futura (2.5.3) el análisis por regresión lineal, a partir de la tendencia histórica.

**Cuadro 4. Oferta Futura**

| <b>AÑOS</b>       | <b>X</b> | <b>Y</b>       | <b>X<sup>2</sup></b> | <b>XY</b>      |
|-------------------|----------|----------------|----------------------|----------------|
| 2000              | -2       | 20.980         | 4                    | -41.960        |
| 2001              | 01       | 35.700         | 1                    | -35.700        |
| 2002              | 0        | 51.400         | 0                    | 0              |
| 2003              | 1        | 69.900         | 1                    | 69.900         |
| 2004              | 2        | 92.710         | 4                    | 185.420        |
| <b>Sumatorias</b> | <b>0</b> | <b>270.690</b> | <b>10</b>            | <b>177.660</b> |

Donde: 
$$a = \frac{\sum y}{n} \Rightarrow a = \frac{270.690}{5} \Rightarrow a = 54.138$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \Rightarrow b = \frac{177.660}{10} \Rightarrow b = 17.766$$

$$Y(x) = 54.138 + 17.766 (x)$$

$$Y(2005) = 54.138 + 17.766 (3) = 107.436$$

$$Y(2006) = 54.138 + 17.766 (4) = 125.202$$

$$Y(2007) = 54.138 + 17.766 (5) = 142.468$$

$$Y(2008) = 54.138 + 17.766 (6) = 160.734$$

$$Y(2009) = 54.138 + 17.766 (7) = 178.500$$

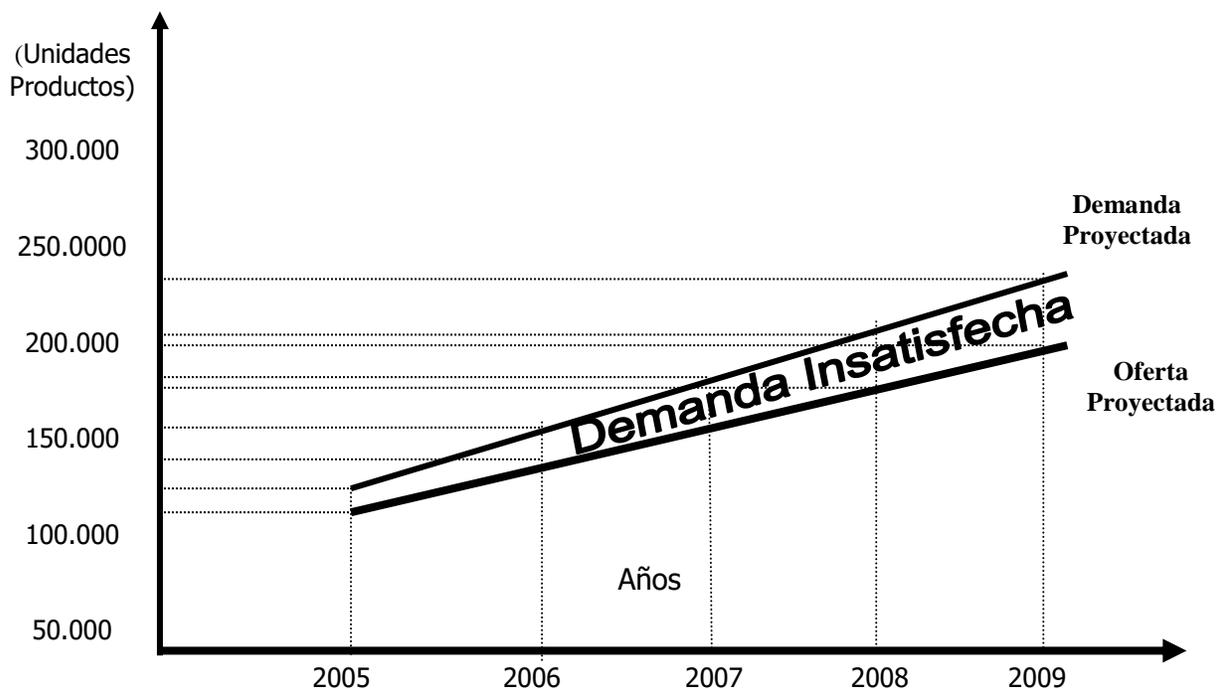
## 4.6. DETERMINACIÓN DEL TIPO DE DEMANDA

Para realizar este análisis se procede a comprara las proyecciones de demanda y la oferta, de manera cuantitativa y cualitativa gráficamente.

**Cuadro 5. Comparación Cuantitativa**

| <b>Años</b> | <b>Demanda Proyectada (Unidades)</b> | <b>Oferta Proyectada (Unidades)</b> | <b>Demanda Existente (Unidades)</b> |
|-------------|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 2005        | 138.200                              | 107.436                             | 30.764                              |
| 2006        | 156.620                              | 125.202                             | 31.418                              |
| 2007        | 175.040                              | 142.468                             | 32.572                              |
| 2008        | 193.460                              | 160.734                             | 32.756                              |
| 2009        | 211.880                              | 178.500                             | 33.380                              |

Lo que indica que el proyecto se podría posicionar en un mercado con demanda potencial insatisfecha, la tener una demanda proyectada superior a la oferta proyectada, lo cual genera una alta posibilidad para la instalación de la empresa.

**Gráfica 1. Representación Gráfica del Tipo de Demanda**

#### **4.7. DETERMINACIÓN DE PRECIOS**

La política de determinación de precios estarán definidos teniendo en cuenta los costos de producción, a partir de los cuales se establecerá un margen de utilidad del 40%, entendiéndose que el valor agregado al producto como tal son los valores culturales y de tradición que enmarcan la región oriunda del Cesar y La Guajira de los productos. Entonces: Precio = Costo de producción + margen de utilidad ( $P = C + MU$ ), teniendo en cuenta que según la reducción de los costos de promoción se podría lograr una mayor competitividad al reducir los precios de venta del producto, razón que posicionará los productos en el mercado que se pretende cubrir.

#### **4.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN O COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS**

La comercialización de las hamacas, mochilas, guaireñas, manillas, collares o productos principales del proyecto se llevará a cabo de manera directa, es decir, el cliente accederá al sitio o lugar de venta. La otra estrategia es el contacto con las empresas comercializadoras ubicadas en otras ciudades del país, a través de envíos por vías terrestres y aéreas según sea el caso y la distancia, o la necesidad de prontitud o rapidez que requiera el cliente. Otra estrategia para poner a disposición del cliente los productos del proyecto es a través de Valledupar. Com, (www) creando una página donde se ofrecerán muestras gráficas, se proporcionará información sobre precios, calidad, tamaño, formas, etc, igualmente se establecerán contactos y ventas. Por medio de tarjetas de créditos, ubicados al cliente y enviándole el producto adquirido por los medios antes mencionados.

La publicidad de los productos se realizará utilizando medios masivos de comunicación como radio, televisión regional y periódicos nacionales, además de espacios pautados en servidores y ferias virtuales en internet. Se aprovecharán las promociones culturales realizadas por las Instituciones estatales encargadas de la preservación de los valores culturales y en folletos de promoción turística de municipio de Valledupar y la cultura Vallenata.

Las promociones de los productos se realizarán generalmente en las ferias nacionales de promoción cultural; en muestras artesanales o encuentros productivos del sector; a través de la ubicación de stand's o puntos de ventas; igualmente se programarán presentaciones en las ferias y fiestas más representativas de la cultura colombiana, (feria de las flores, feria de Cali, Manizales, Festival Ballenato, Fiestas novembrinas de Cartagena, las fiestas del mar) etc.

#### **4.9 MERCADO DE PROVEEDORES**

Los productos que pretende comercializar el proyecto son comprados a los productos directos, tal es el caso de los indígenas de la cultura Arhuaca y Wayú, ubicados respectivamente en la Sierra Nevada de Santa Marta (Pueblo bello, San Sebastián, Nabusimake, Atanques) y en la media Guajira (Rancherías de Uribia, Maicao, Manuare, Riohacha)

Dentro de estas culturas se hacen los negocios con el representante de la aldea o jefe y se pactan las condiciones de pago y entrega de productos, lo cual garantiza el cumplimiento de los pedidos si se tiene en cuenta el valor de la "palabra" y el respeto que tiene su cumplimiento.

## **CONCLUSIÓN**

- ♦ Se presiente que el municipio esta llamado a convertirse en epicentro económico de la zona del caribe oriental, a desempeñar un papel cada vez preponderante, que reivindica una economía mas humana y mas autóctona.
- ♦ Que Valledupar debe enfrentar su realidad y servirse de ella para alcanzar un desarrollo económico mas acelerado, constituyéndose excepcionalmente, en fuerza dinamizadora de cambio social.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ♦ CASTRO TRES PALACIOS, Pedro Independencia del Valle De Upar
- ♦ VEGA MURGAS, hugues. Cesar departamento . Editorial Guadalupe Ltda.
- ♦ Corpoceesar CVC. Plan maestro de desarrollo departamento del Cesar.
- ♦ Fuentes:

DANE

Planeación

Concejo de Valledupar

Secretaria de Educación Municipal

Oficina de Transporte Municipal

# II FASE

## **1. ESTUDIO TÉCNICO**

### **1.1.TAMAÑO DEL PROYECTO.**

El presente proyecto tendrá una capacidad máxima de comercialización de 40.000 unidades de productos artesanales, como: chinchorros 10.000 bolsos 10.000, mochilas 10.000, guaireñas 10.000, un turno de 8 horas por día durante 295 días hábiles al año.

Por esta definición se tuvo en cuenta la demanda insatisfecha del mercado que es de 31.418 para el año 2004.

En el mercado de nuestra ciudad podemos encontrar unos de los almacenes artesanos con productos típicos de la región como:

- ♦ Tienda compa ´e chipuco
- ♦ Almacén artesanal artesanos mis pies
- ♦ Almacén moroa uhia
- ♦ Almacén las hamacas

Que esta catalogado como los almacenes artesanos mas potenciales y  
Y se destacan por:

- Diferenciar las culturas
- Originalidad de sus productos
- Exclusividad

- Exposiciones de sus productos para destacar los diferentes tributos.

## **1.2 LOCALIZACIÓN**

**1.2.1 Macrolocalización.** La empresa se ubicara en el municipio de Valledupar, teniendo en cuenta que este municipio es el epicentro de la región si se considera la alta rotación y afluencia de los habitantes de la zona que llegan aquí para comercializar y adquirir los productos que redundan en la situación de sus necesidades. Es Asia como los nativos, especialmente indígenas (Koguis – Arhuacos ) ubicados en la Sierra Nevada de Santa Marta y en asentamiento poblaciones como Pueblo Bello, atanquez, chemesquemena, Nabusimaque, San Sebastián, miran a Valledupar como eje comercial para sus productos artesanal perciben este municipio como principal oferente o zona productora de su satisfactor.

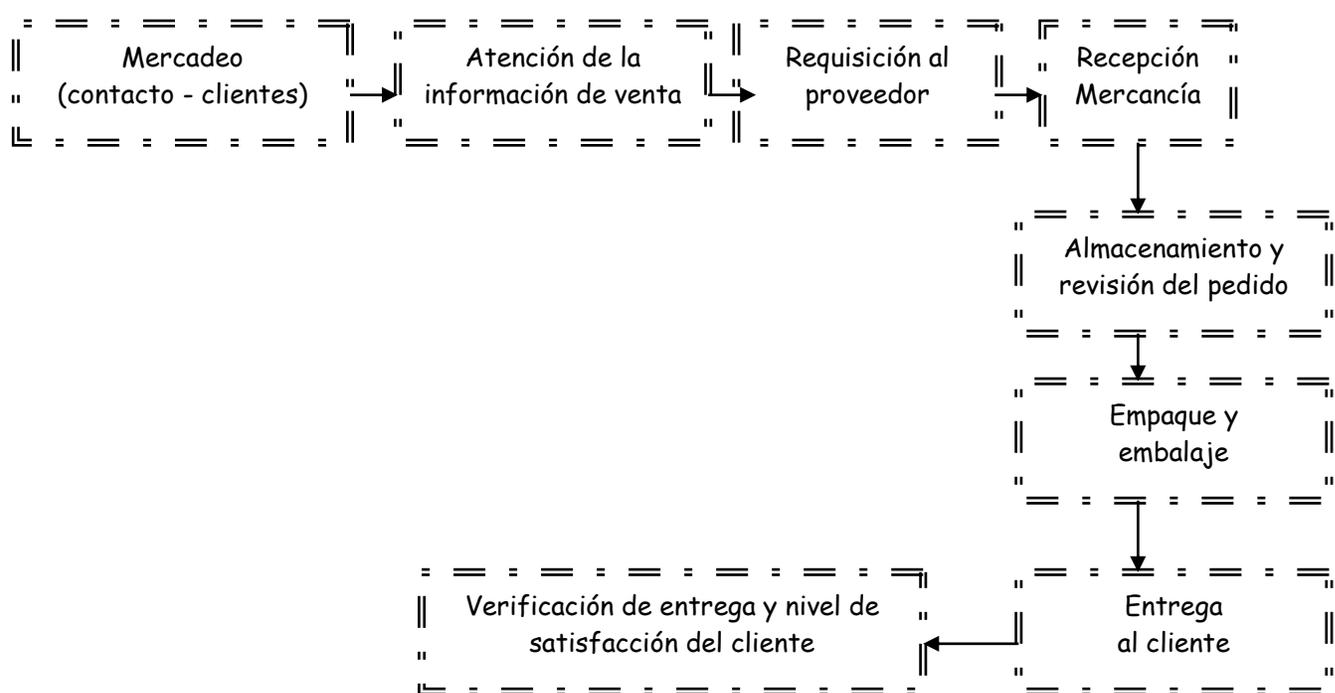
**1.2.2. Microlocalización.** Calle 16 N° 6 –58 Plaza Alfonso López el local o sitio donde se comercializaran losa productos del proyecto, se escogió analizando aspectos como accesibilidad por parte de los clientes; potenciales para esto se considera un local comercial en plena zona céntrica del municipio de Valledupar, alrededor de la Plaza Alfonso López (sitio de visita constante por parte de los turistas) para aprovechar la condición del festival y los sinnúmero de eventos artísticos y culturales que se programan durante todo el año.

## **1.3 PROCESO PRODUCTIVO**

**1.3.1 Descripción del Proceso.** La comercialización de productos artesanales del presente proyecto, se inicia con la etapa de mercadeo par establecer necesidades e intenciones de compra de clientes potenciales, así como la cantidad que requieran en caso de concentrar el negocio. Seguidamente se hace la solicitud

a los proveedores de (productos artesanales) según sea el producto, se recibe la mercancía, se revisa, se almacena y se cancela; posteriormente se empaca en las envolturas características de la empresa, la cual tiene el logotipo que la identifica; se entrega o se envía y se verifica la entrega a satisfacción para retroalimentar la ventana.

### 1.3.2. Flujograma de Procesos Productivos



**1.3.3. Necesidades de Mano de Obra.** Para la puesta en marcha de la empresa, se escogió el personal calificado para cada área en le administrativo como es el caso del gerente, el cuál es tecnólogo en administración de empresas; una secretaria ,- una recepcionista, cuyo nivel educativo es la capacitación en secretariado contable el personal operativo esta dado por un vendedor, técnico en operaciones de sistemas, además un cargo de servicios generales.

**1.3.4. Necesidad de Maquinarias Y Equipos.** Los equipos utilizados en la operación de la empresa , esta representada en (1) computador con su respectiva impresora, además de los software para ordenar pedidos y despachos. También se utilizaran elementos tales como: 2 escritorios, 2 archivadores y 10 estantes de almacenamiento.

**1.3.5. programa de producción.** La producción proyecta los próximos cinco años de operaciones de proyectos de la siguiente:

la capacidad o tamaño del proyecto es de 40.000 unidades, por lo tanto se trabajara en un 87.5% la cual serian 35.000 unidades. Lo anterior se calculo así:

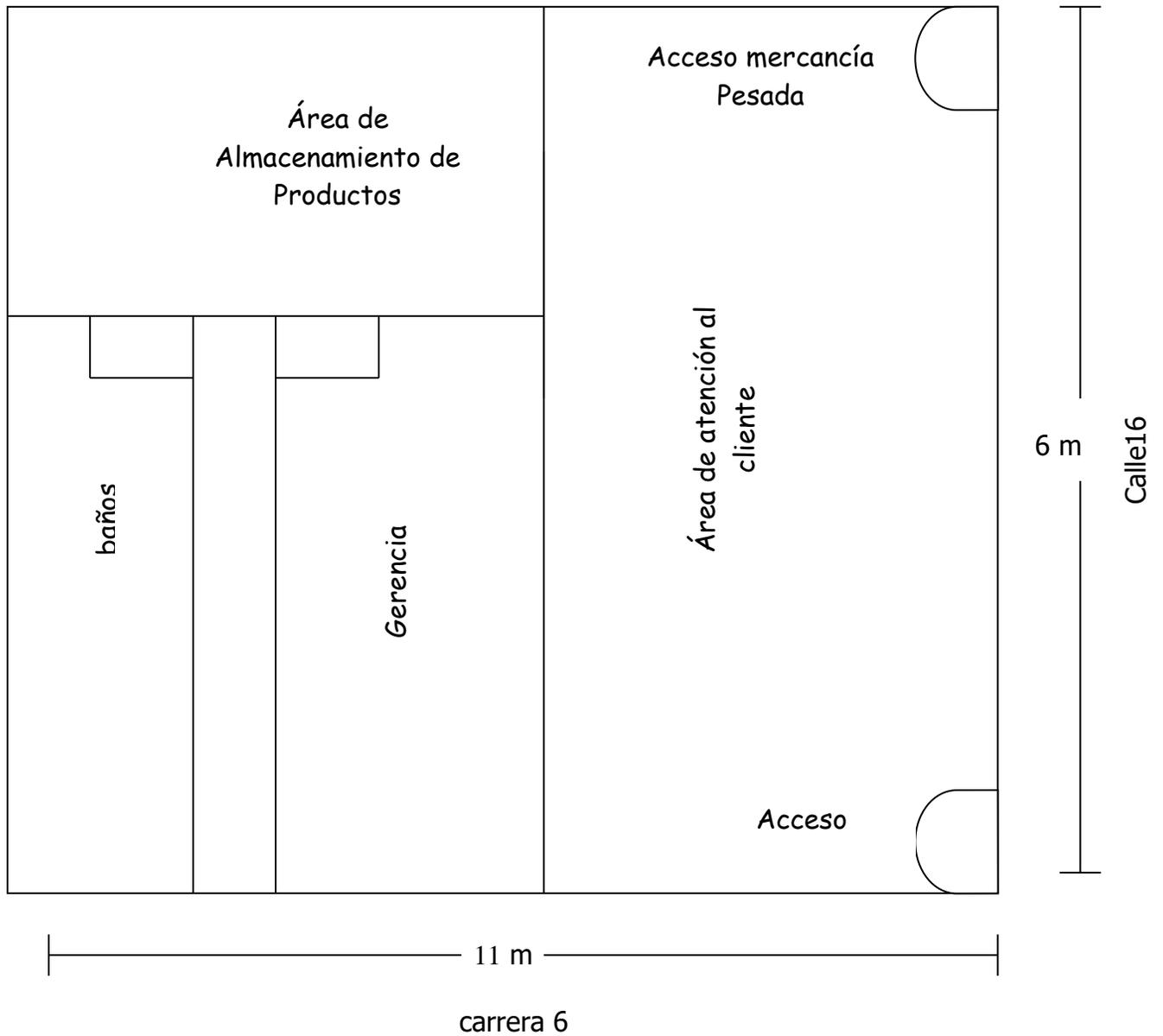
$$\begin{array}{l} 100\% \longrightarrow 40.000 \\ X \longrightarrow 35.000 \end{array} \qquad \frac{X = 35.000 \times 1000}{40.000} = 87.5\%$$

## 1.4 DIRSTRIBUCIONES DE PLANTA

Para la operación adecuada del proyecto se requiere una palta física cuya característica permitan la distribución en todas sus etapas, es decir, la parte operativa la cual se refiere a la logística empresarial (pedidos almacenamiento y despacho o entrega); además de la parte administrativa del proceso.

El local tiene una sección de exhibición donde se exponen los prototipos de productos y se atenderá a los clientes; tendrá un cubículo o división modular.

Donde permanecerá el gerente. El área total es de 66m<sup>2</sup> distribuidos así : ver grafico.

**Grafica 1. Distribución en Planta**

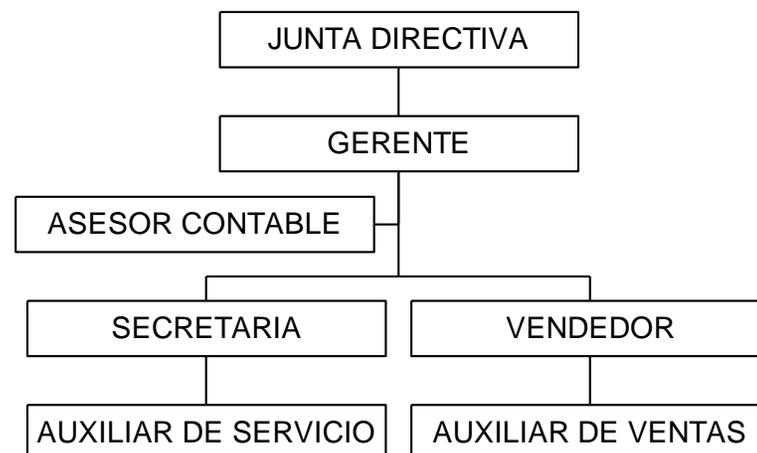
## 2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

La empresa se constituirá a través de una sociedad limitada , considerando las ventajas que este tipo de sociedad tiene en el pago de impuestos y que el socio responde hasta el monto de sus aporte.

Los pasos para lograr esta constitución son las siguientes:

- ☺ Constitución de escrituras publica.
- ☺ Registro de cámara y comercio.
- ☺ Obtención del Nit.
- ☺ Obtención de licencia (alcaldía de salud, sanidad).

**Figura 1. Organigrama de la empresa**



## 2.1 ANALISIS DE DESCRIPCIÓN

### Cargo: GERENTE

**Descripción General.** Representar la empresa en la gestión de negocios, en juicio y extrajudicialmente. Será el superior inmediato de los demás empleados.

#### Descripción del Cargo:

- ☺ Presentar a la junta de socios sobre el estado de negocios.
- ☺ Nombrar y renombrar los trabajadores de la empresa.
- ☺ Convocar ala junta de socios para las reuniones ordinarias y extraordinarias.
- ☺ Presentar ala junta de socios para la aprobación e improvisión el balance general de fin de ejercicios.
- ☺ Visitar proveedores.
- ☺ Autorizar ordenes de entrega y facturas.
- ☺ Firmar cuentas de cobro.
- ☺ Analizar ofertas y demandas para la fijación de precios.
- ☺ Elaborar informes mensuales de compra venta.
- ☺ Respalda con su firma los documento públicos y privados que la sociedad deba otorgar en el normal de sus actividades.

#### Análisis Del Cargo.

#### Requisitos Intelectuales

- ☺ Instrucciones básicas profesional e administración de empresas preferiblemente especializado en mercadeo.

**Experiencia de Trabajo:** Mínimo (1 año) de servicio en una empresa.

**Otras Aptitudes:** personalidad atrayente, excelentes relaciones interpersonales buena capacidad de comunicación, don de mando, capacidad para prever cambios y adaptarse a los mismos.

**Responsabilidad:** mantener la empresa en un nivel de liderazgo en la región.

**Condiciones de Trabajo:** ambiente de trabajo en la oficina.

### **Cargo: Secretaria**

**Descripción general:** ejecución de labores de nivel administrativo. Encargada de actividades de apoyo a los diferentes niveles de administración.

#### **Descripción del Cargo:**

- ☺ Recibir revisa, clasificar, tramitar, distribuir y archivar documentos y correspondencias relacionados con los asuntos de la empresa.
- ☺ Llevar controles periódicos sobre suministros de elementos con el fin de determinar su necesidad real el programa de requerimiento correspondiente.
- ☺ Preparar e identificar las carpetas para archivar los diferentes documentos recibidos y enviados.
- ☺ Informar, recordar y presentar la jefe inmediato sobre llamadas, reuniones citas y demás compromiso que deba atender.
- ☺ Recibir con prontitud y cortesía al público que llega a las oficinas y velar por la buena presentación y estética de la misma.
- ☺ Guardar reserva absoluta de todos informes que por su naturaleza así lo exijan.
- ☺ Demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato.

**Análisis de Cargo:****Requisitos Intelectuales**

**Introducción Básica:** bachiller comercial

**Experiencia de Trabajos:** Mínimo (1 año) de servicio en una empresa.

**Otras Aptitudes:** excelente presentación personal, facilidad de expresión, carácter amable, honestidad, prudencia, buen trato con el público y con los demás empleados.

**Responsabilidad:**

- ☺ Mantener al día la correspondencia y los archivos.
- ☺ Obtener una existencia adecuada de los elementos de la oficina.
- ☺ Brindar información oportuna y veraz sobre las actividades que conciernen.

**Condiciones de Trabajo:** ambiente de trabajo en la oficina.

**Cargo : VENDEDOR****Funciones**

- ☺ Realizar el contacto con los clientes potenciales, para identificar sus necesidades.
- ☺ Tomar información e impartirla hacia la empresa para requerir el pedido a proveedores.
- ☺ Verificar el pedido y notificar tanto el cumplimiento de este como la entrega a satisfacción.
- ☺ Llevar un registro de ventas y estadística sobre clientes actuales y potenciales.
- ☺ Presentar propuestas de mejoramiento en cuanto a estrategias de mercadeo y satisfacción del cliente.

**Cargo: Asesor Contable**

- ☺ Analizar los estados financieros de la empresa
- ☺ Asesorar al gerente sobre el negocio o tratos financieros que realice.
- ☺ Estudiar los ingresos y egresos de la empresa en cuanto a gastos, inversiones, ventas y producción.
- ☺ Asesorar sobre la administración de capital de trabajo.
- ☺ Participación en el desarrollo de la empresa.

**Cargo : auxiliar de ventas**

- Licitación de clientes una vez se halla identificado sus necesidades.
- Confirmar que la mercancía se entrega completa y en buenas condiciones.
- Pasar el registro de ventas superior "el vendedor"
- Trabajar el aumento en las ventas.

**Cargo : Auxiliar de Servicios Generales**

- Realizar pagos de servicios públicos
- Entregar y recibir mercancía
- Velar por la seguridad de la oficina en el horario laboral

**FASE III. PROYECTO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y TECNOLÓGICO  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES**

## 5. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

### 5.1 DETERMINACIÓN DE INTERVENCIONES Y COSTOS

Este estudio es necesario para cuantificar el monto de las inversiones y costos.

#### Inversiones en Maquinaria y Equipos

| Detalles De Inversión         | Cantidad | Costo Unitario | Costo total      | Vida Útil |
|-------------------------------|----------|----------------|------------------|-----------|
| Aspiradora desmontadora       | 1        | 1.200.000      | 1.200.000        | 10        |
| Pulidora de cuero             | 1        | 800.000        | 800.000          | 10        |
| Lavadora, secadora industrial | 1        | 2.500.000      | 2.500.000        | 10        |
| Aire acondicionado            | 1        | 2.000.000      | 2.000.000        |           |
| <b>Total</b>                  |          |                | <b>6.500.000</b> |           |

#### Inversiones en Muebles

| Detalles De Inversión      | Cantidad | Costo Unitario | Costo total       | Vida Útil |
|----------------------------|----------|----------------|-------------------|-----------|
| Escritorio                 | 2        | 200.000        | 400.000           | 10        |
| Archivadores               | 2        | 125.000        | 250.000           | 10        |
| Sillas de recibo           | 8        | 25.000         | 200.000           | 10        |
| Estantes de almacenamiento | 10       | 90.000         | 900.000           |           |
| <b>Total</b>               |          |                | <b>1.750. 000</b> |           |

#### Gastos preoperativos

| Item de inversión           | Costos           |
|-----------------------------|------------------|
| Estudios de prefactibilidad | 200.000          |
| Estudios de factibilidad    | 500.000          |
| Gastos de organización      | 400.000          |
| <b>TOTAL</b>                | <b>1.100.000</b> |

### 5.1.2 Costos Operacionales

Son los costos que se causan durante el periodo de operación, es decir, expresar en términos monetarios los insumos para su funcionamiento. (mano de obra directa y materiales).

### 5.1.3 Costos de Comercialización

Son los costos del personal empleado en este proyecto durante el primer año de producción, así como el insumo, servicios y depreciación.

#### Costos de mano de obra directa (primer año de operaciones)

| <b>Cargo</b>   | <b>Remuneración mensual</b> | <b>Remuneración anual</b> | <b>Prestaciones sociales</b> | <b>Remuneración total</b> |
|----------------|-----------------------------|---------------------------|------------------------------|---------------------------|
| Jefe de ventas | 600.000                     | 7.200.000                 | 3.067.200                    | 10.267.200                |
| Vendedores     | 800.000                     | 9.600.000                 | 4.089.600                    | 13.689.600                |
| <b>TOTAL</b>   |                             |                           |                              | <b>23.956.800</b>         |

#### Costos de Materiales (primer año de operación)

| <b>Detalles</b>       | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo total</b> |
|-----------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Mochilas              | Unidades                | 4.500           | 10.000                | 45.000.000         |
| Chinchorro hamacas    | Unidades                | 500             | 100.0000              | 50.000.000         |
| Sandalias guaireñas   | Unidades                | 10.000          | 4.000                 | 40.000.000         |
| Accesorios personales | Unidades                | 20.000          | 1.000                 | 20.000.000         |
| <b>TOTAL</b>          |                         |                 |                       | <b>155.000.000</b> |

**5.1.4. Gastos de Administración.** Son los gastos causados por las actividades administrativas que le den operatividad al proyecto.

#### Arrendamiento

| Detalle            | Costo Mensual | Costo Anual |
|--------------------|---------------|-------------|
| Arriendo del local | 400.000       | 4.800.000   |
| <b>TOTAL</b>       |               | 4.800.000   |

#### Remuneración del personal Administrativo

| Cargo               | Remuneración Mensual | Remuneración Anual | Prestaciones sociales (42.6%) | Remuneración Total |
|---------------------|----------------------|--------------------|-------------------------------|--------------------|
| Gerente             | 800.000              | 9.600.000          | 4.089.600                     | 13.689.600         |
| secretaria          | 400.000              | 4.800.000          | 2.044.040                     | 6.844.800          |
| Servicios generales | 358.000              | 4.296.000          | 1.830.096                     | 6.126.096          |
| <b>TOTAL</b>        |                      |                    |                               | 26.660.496         |

#### Otros Gastos Administrativos

| DETALLES     | Costo unitario | Costo Total    |
|--------------|----------------|----------------|
| Gerente      | 60.000         | 720.000        |
| <b>Total</b> |                | <b>720.000</b> |

**5.2.2. Gastos de Venta.** Son los gastos que se realizan para poner la disposición del cliente el servicio que se ofrece.

#### Promoción y Publicidad

| DETALLES                                    | Costo mensual | Valor anual |
|---|---------------|-------------|
| Publicidad radial prensa, Internet y vallas | 800.000       | 9.600.000   |
| <b>TOTAL</b>                                |               | 9.600.000   |



## 5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este análisis se utiliza para orientar la decisión sobre el tamaño inicial y la tecnología a emplear, realizar programaciones, teniendo en cuenta la capacidad utilizada y redefinir precios para hacer factibles el proyecto.

**Donde P.E. = CF/P – C.V.U.** precio = 10.000

|                   |                        |            |
|-------------------|------------------------|------------|
| <b>COSTO FIJO</b> | Manos de obra directa  | 23.956.800 |
|                   | Servicios              | 2.100.000  |
|                   | Depreciación           | 825.000    |
|                   | Administración         | 32.180.496 |
|                   | Promoción y publicidad | 9.600.000  |
|                   |                        | 68.662.296 |

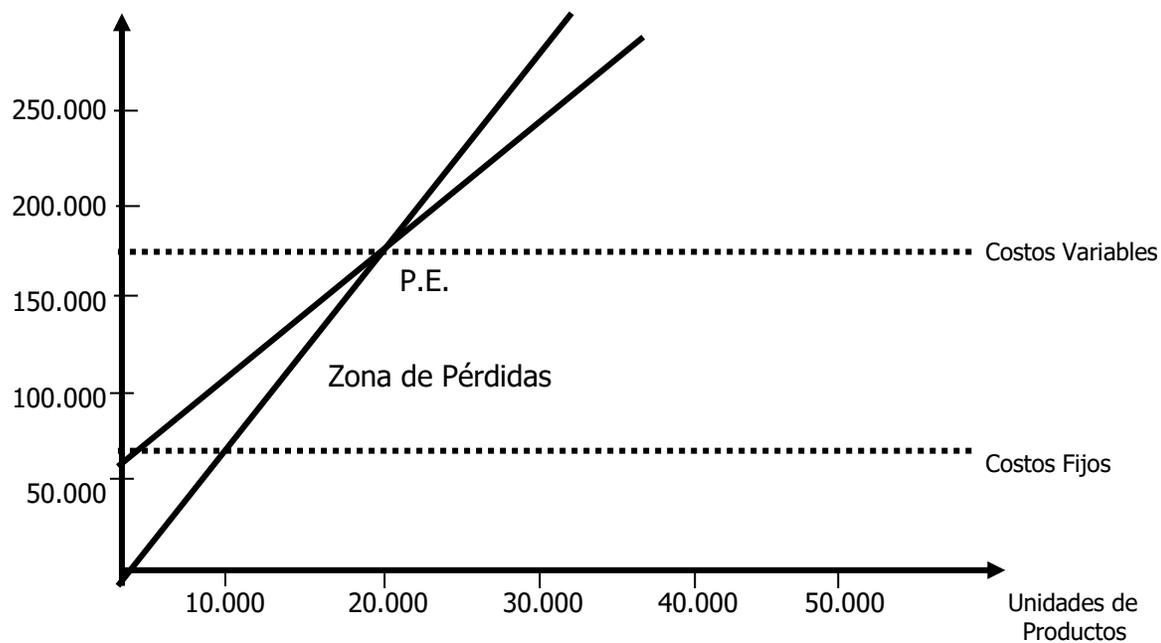
**Costos variables. Costos de insumos** 155.000.000 producción 35.000

**Costo Variable Unitario** = costo variable/ producción

**P.E. = CF/P – C.V.U.** 12.324

Lo que indica que al vender 12.324 productos de artesanías aun precio promedio de \$ 10.000/ producto el proyecto no genera perdidas ni ganancias.

## REPRESENTACIÓN GRAFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



### 5.3 PROYECCIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO.

Corresponde a la elaboración de los presupuestos para los restantes años del periodo que a ser evaluado.

#### 5.3.1 Cálculo del Monto de Recursos Necesarios para la Inversión

Es necesario contar con los recursos financieros para la operación y funcionamiento, como son activos fijos y capital de trabajo.

### 5.3.2 Presupuesto de Inversión de Activos Fijos

#### PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA

| CONCEPTO             | Valor depreciación anual |   |   |   |   |
|----------------------|--------------------------|---|---|---|---|
|                      | 0                        | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Maquinaria de equipo | 6.500.000                |   |   |   |   |
| Muebles y enseres    | 1.750.000                |   |   |   |   |
| Gastos preoperativos | 1.100.000                |   |   |   |   |
| <b>Total</b>         | <b>9.350.000</b>         |   |   |   |   |

### 5.3.3 Calculo De Capital

Son los recursos con las cuales la empresa desarrollara sus actividades y sus cálculos se obtendrá mediante el método de ciclo productivo, el cual se expresa de la siguiente forma:

Donde:  $CT = C.O. \times C.O.P.D.$

CT = capital de trabajo

C.O.= ciclo operativo = 20 días

C.O.P.D.= costo de operación promedio diario

C.O.P.D.= costo operacional anual 365 días

C.O.P.D.= ?

### Costo Operacional Anual

|                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| Mano de obra         | 23.952.800         |
| Insumos – materiales | 155.000.000        |
| Servicios            | 2.100.000          |
| Depreciación         | 825.000            |
| Administración       | 32.180.496         |
| Ventas               | 9.600.000          |
| <b>TOTAL</b>         | <b>223.662.296</b> |

C.O.P.D.= costo operacional anual 365 días

C.O.P.D.= 612.773

Donde:  $CT = C.O. \times C.O.P.D.$

CT =

CT = 12.255.468

**5.3.3.1 Proyección De Capital De Trabajo:** para proyectar el capital de trabajo se considera el aumento del 8% cada año subsiguiente de operación.

|         |            |
|---------|------------|
| Año (0) | 12.255.468 |
| Año (1) | 980.437    |
| Año (2) | 1.058.872  |
| Año (3) | 1.143.582  |
| Año (4) | 1.235.069  |

### INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

| Concepto           | Años         |          |        |             |            |
|--------------------|--------------|----------|--------|-------------|------------|
|                    | 0            | 1        | 2      | 3           | 4          |
| Capital de Trabajo | -12.255.4468 | -980.437 | -1.058 | -1.143. 582 | -1.235.069 |

**5.3.4 Valor Residual.** Este valor resulta de la diferencia entre la inversión y la depreciación que es igual a \$ 4.125.000. agrega residual del capital de trabajo que es de \$ 12.255..468, proyecto al quinto año en caso de su liquidación.

**Valor residual = 16.380.468**

**5.3.5 Flujo Neto de inversiones.** Son los datos consolidados de todas las inversiones realizadas en los años de operación del proyecto.

### Flujo Neto de Inversiones

| Concepto           | Años        |          |            |            |            |            |
|--------------------|-------------|----------|------------|------------|------------|------------|
|                    | 0           | 1        | 2          | 3          | 4          | 5          |
| Inversión Fija     | -9.350.000  |          |            |            |            |            |
| Capital de Trabajo | -12.255.468 | -980.437 | -1.058.872 | -1.143.582 | -1.235.069 |            |
| Valor Residual     |             |          |            |            |            | 16.380.468 |
| TOTAL              | -21.608.468 | -980.437 | -1.058.872 | -1.143.582 | -1.235.069 | 16.380.468 |

#### 5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS

De acuerdo al estudio, para llevar acabo el proyecto se estiman ingresos por la venta de productos de la ferretería, cuyo precio aumenta cada año en un 10%. Cada año de operación subsiguiente.

#### PRESUPUESTO DE INGRESOS

| <b>Año</b> | <b>Producción</b> | <b>Precio (\$)</b> | <b>Ingresos totales</b> |
|------------|-------------------|--------------------|-------------------------|
| 1          | 35.000            | 10.000             | 350.000.000             |
| 2          | 35.000            | 11.000             | 385.000.000             |
| 3          | 35.000            | 12.100             | 423.500.000             |
| 4          | 35.000            | 13.310             | 465.850.000             |
| 5          | 35.000            | 14.641             | 512.435.000             |

#### 5.5. PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES

Son los costos comprendidos por los costos de producción, gastos de administración y ventas; se considera un aumento del 10% para cada año subsiguiente.

#### PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES

| <b>CONCEPTO</b> | <b>AÑOS</b> |             |             |             |             |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                 | <b>1</b>    | <b>2</b>    | <b>3</b>    | <b>4</b>    | <b>5</b>    |
| Producción      | 181.881.800 | 200.069.980 | 220.076.978 | 242.084.676 | 266.293.143 |
| Administración  | 32.180.496  | 35.398.546  | 38.938.400  | 42.832.240  | 47.115.464  |
| Ventas          | 9.600.000   | 10.560.000  | 11.616.000  | 12.777.600  | 14.055.360  |
| Total           | 223.662.296 | 246.028.526 | 270.631.378 | 297.694.516 | 327.463.968 |

## 5.6. FLUJOS DEL PROYECTO

### 5.6.1. Flujo Neto de Operación

Este flujo se elabora a partir de los datos globalizados entre los ingresos y costos: se consideran los impuestos y la depreciación para cada año de operación.

#### FLUJO NETO DE OPERACIÓN

| CONCEPTO             | AÑOS              |                   |                    |                    |                    |
|----------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                      | 1                 | 2                 | 3                  | 4                  | 5                  |
| Ingresos             | 350.000.000       | 385.000.000       | 423.500.000        | 465.850.000        | 512.435.000        |
| Costos               | 223.662.296       | 246.028.526       | 270.631.378        | 297.694.516        | 327.463.968        |
| Utilidad Operacional | 126.337.704       | 138.971.474       | 152.868.622        | 168.155.484        | 184.971.032        |
| Impuesto 35%         | 44.218.196        | 48.640.016        | 53.504.018         | 58.854.419         | 64.739.861         |
| Utilidad neta        | 82.119.508        | 90.331.458        | 99.364.604         | 109.301.065        | 120.231.171        |
| Depreciación         | 825.000           | 825.000           | 825.000            | 825.000            | 825.000            |
| <b>TOTAL</b>         | <b>82.944.508</b> | <b>91.156.458</b> | <b>100.189.604</b> | <b>110.126.065</b> | <b>121.056.171</b> |

### 5.6.2 Flujo de Fondos del proyecto

#### FLUJO FINANCIERO NETO SIN FINANCIAMIENTO

| CONCEPTO                     | AÑOS               |                   |                   |                   |                    |                   |
|------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|                              | 0                  | 1                 | 2                 | 3                 | 4                  | 5                 |
| Flujo neto de inversiones    | -21.605.468        | -980.437          | -1.058.872        | -1.143.582        | -1.235.069         | 16.380.468        |
| Flujo neto de Operación      |                    | 82.944.508        | 91.156.458        | 100.189.604       | 110.126.065        | 121.056.171       |
| <b>Flujo Financiero Neto</b> | <b>-21.605.468</b> | <b>81.964.070</b> | <b>90.097.586</b> | <b>99.046.022</b> | <b>108.890.996</b> | <b>137.436.39</b> |

## 5.7. FINANCIAMIENTO

El financiamiento a través de fuentes externas considera un plazo de cinco (5) años, una tasa de interés de 25% efectivo anual y para este proyecto un monto de \$8.000.000. Para calculo de la anualidad se utiliza la siguiente formula:

$$A = P [i(1+i)/(1+i)^n - 1]$$

Donde:  $A = \$8.000.000 [0.25(1+ 0.25)/(1+0.25)^5 - 1 ]$

$$A = 2.974.174$$

### CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE CREDITOS

| <b>Años</b> | <b>Anualidad</b> | <b>Intereses</b> | <b>Amortización</b> | <b>Saldo</b> |
|-------------|------------------|------------------|---------------------|--------------|
| Inicial     |                  |                  |                     | 8.000.000    |
| 1           | 2.974.774        | 2.000.000        | 974.774             | 7.025.226    |
| 2           | 2.974.774        | 1.756.307        | 1.218.468           | 5.806.759    |
| 3           | 2.974.774        | 1.451.690        | 1.523.084           | 4.283.674    |
| 4           | 2.974.774        | 1.070.919        | 1.903.855           | 2.379.819    |
| 5           | 2.974.774        | 594.955          | 2.379.819           | 0            |

#### 5.7.1. Flujos del proyecto con financiamiento

##### 5.7.1.1. Flujo neto de Operación con Financiamiento

Este flujo reelabora a partir de los datos globalizados entre los ingresos y costos; se consideran los impuestos y la depreciación por cada año de operación teniendo en cuenta los gastos financieros causados por efectos del crédito externo.

### Flujo Neto de Operación con financiamiento

| CONCEPTO                       | AÑOS              |                   |                   |                    |                    |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
|                                | 1                 | 2                 | 3                 | 4                  | 5                  |
| Ingresos                       | 350.000.000       | 385.000.000       | 423.500.000       | 465.850.000        | 512.435.000        |
| Costos                         | 223.662.296       | 246.028.526       | 270.631.378       | 297.694.516        | 327.463.968        |
| Utilidad Operacional           | 126.337.704       | 138.971.474       | 152.868.622       | 168.155.484        | 184.971.032        |
| Gastos financieros             | 2.000.000         | 1.756.307         | 1.451.690         | 1.070.919          | 594.955            |
| Utilidad ante de impuesto      | 124.337.704       | 137.215.168       | 151.416.932       | 167.084.565        | 184.376.078        |
| Impuesto 35%                   | 43.518.196        | 48.025.309        | 52.995.926        | 58.479.598         | 64.531.627         |
| Utilidad neta                  | 80.819.508        | 89.189.859        | 98.421.006        | 108.604.968        | 119.844.451        |
| Depreciación                   | 825.000           | 825.000           | 825.000           | 825.000            | 825.000            |
| <b>Flujo Neto de Operación</b> | <b>81.644.508</b> | <b>90.014.859</b> | <b>99.246.006</b> | <b>109.429.968</b> | <b>120.669.451</b> |

#### 5.7.2. Flujo de Fondos del Proyecto

### Flujo financiero Neto sin financiamiento

| CONCEPTO                     | AÑOS               |                   |                   |                   |                    |                    |
|------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
|                              | 0                  | 1                 | 2                 | 3                 | 4                  | 5                  |
| Flujo neto de inversiones    | -21.605.468        | -980.437          | -1.058.872        | -1.143.582        | -1.235.069         | 16.380.468         |
| Flujo neto de Operación      |                    | 81.664.508        | 90.014.859        | 99.246.006        | 109.429.968        | 120.669.451        |
| <b>Flujo Financiero Neto</b> | <b>-21.605.468</b> | <b>80.664.070</b> | <b>88.955.987</b> | <b>98.102.424</b> | <b>108.194.899</b> | <b>137.049.919</b> |

## 5.8. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados que muestran la situación financiera del proyecto son el Balance Inicial y el Estado de Pérdidas y Ganancias para el primero año de Operación.

**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**Primer año de Operación**

|                             |                           |
|-----------------------------|---------------------------|
| INGRESOS                    | 350.000.000               |
| COSTOS                      | <b><u>223.662.296</u></b> |
| Utilidad Bruta              | 126.337.704               |
| Gastos financieros          | <u>2.000.000</u>          |
| Utilidad antes de impuestos | 124.337.704               |
| Impuestos 35%               | <u>43.518.196</u>         |
| Utilidad neta               | <u><u>80.819.508</u></u>  |

**BALANCE GENERAL INICIAL**  
**AÑO CERO (0)**

ACTIVOS

Activos corrientes

|                                  |               |
|----------------------------------|---------------|
| Caja.....                        | \$ 4.225.468  |
| Bancos.....                      | \$ 8.000.000  |
| Total de activos corrientes..... | \$ 12.255.468 |

Activos fijos

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| Maquinaria y Equipos.....   | \$ 6.500.000 |
| Muebles y Enseres.....      | \$ 1.750.000 |
| Total de activos fijos..... | \$8.250.000  |

Activos Diferidos

|                                 |                      |
|---------------------------------|----------------------|
| Gastos Preoperativos.....       | \$1.100.000          |
| Total de activos diferidos..... | \$ 1.100.000         |
| Total Activos.....              | <u>\$ 21.605.468</u> |

Pasivos

|                          |              |
|--------------------------|--------------|
| Pasivos Corrientes ..... | \$ 8.000.000 |
|--------------------------|--------------|

|                               |              |
|-------------------------------|--------------|
| TOTAL PASIVOS CORRIENTES..... | \$ 8.000.000 |
| TOTAL PASIVOS .....           | \$ 8.000.000 |

Patrimonio

Capital Social

|                                      |                             |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| Aportes de Capital .....             | \$13.605.468                |
| Total Capital Social .....           | \$ 13.605.468               |
| Total patrimonio.....                | \$ <b><u>13.605.468</u></b> |
| TOTAL DE PASIVOS MAS PATRIMONIO..... | \$ <b><u>21.605.468</u></b> |

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Para la evaluación del proyecto se tiene en cuenta la evaluación financiera a través de los métodos del valor presente neto (V.P.N) y la tasa interna de rentabilidad (T.I.R).

### 6.1. VALOR PRESENTE NETO

Este método consiste en determinar a través de los ingresos que se esperan obtener en los años de operación, la relación con los egresos, en el momento inicial de esta manera se conoce la posible rentabilidad o comportamiento financiero de la empresa. La fórmula empleada para este cálculo es la siguiente:

$$V.P.N = VPI - VPE$$

Donde: VPI = Valor presente de los ingresos

VPE = Valor presente de los egresos

Para evaluar el valor presente de los ingresos y egresos se utiliza la siguiente fórmula:

$$P = \text{Valor futuro} / (1 + \text{de interés de oportunidad})$$

### FLUJO FINANCIERO NETO SIN FINANCIAMIENTO

|                              |            |            |            |            |             |             |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| <b>Flujo financiero neto</b> | -          | 81.964.070 | 90.097.586 | 99.046.022 | 108.890.996 | 137.436.639 |
|                              | 21.605.468 |            |            |            |             |             |

Entonces:

$$VPI = 81964070/(1+0.3) \quad 90097586/(1+0.3) \quad 108890996/(1+0.3) \quad 137436639/(1+0.3)$$

$$VPI = \begin{array}{|c|c|c|c|c|} \hline 63.049.285 & 53.312.181 & 45.226.494 & 38.207.367 & 37.044.916 \\ \hline \end{array}$$

$$VPI = 236.840.243$$

$$VPN = 236.840.243 - 21.605.468$$

$$VPN = 215.234.775$$

### 6.1.2. Valor Presente Neto con financiamiento

|                              |             |            |            |            |             |             |
|------------------------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| <b>Flujo financiero neto</b> | -21.605.468 | 80.664.070 | 88.955.987 | 98.102.424 | 108.194.899 | 137.049.919 |
|------------------------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|

Entonces

$$VPI = 80664070/1.3 \quad 88955987/1.69 \quad 98102424/2.19 \quad 108194899/2.85 \quad 137049919/3.71$$

VPI =

$$\begin{array}{|c|c|c|c|c|} \hline 62.049.285 & 52.636.679 & 44.795.627 & 37.963.122 & 36.940.679 \\ \hline \end{array}$$

$$VPI = 234.385.392$$

$$VPN = 234.385.392 - 21.605.468$$

$$VPN = 212.779.923$$

Lo que indica que el proyecto para las condiciones sin financiamiento y con financiamiento genera una ganancia adicional a la esperada por el inversionista.

### 6.1.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno para el proyecto sin financiamiento es de 389%

La tasa interna de retorno para el proyecto con financiamiento es de 384%

Esto demuestra que el retorno de la inversión es superior a la tasa de interés de oportunidad a la que fue evaluado el proyecto, garantizando la rentabilidad esperada.