

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
EMPACADORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREALES
“RM&M LTDA” EN VILLAVICENCIO**

ERIKA MENJURA

DARIO MONTOYA

SANDRA ROMERO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA “UNAD”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ACACIAS

2003

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
EMPACADORA Y COMERCIALIZADORA DE CEREALES
“RM&M LTDA” EN VILLAVICENCIO**

ERIKA MENJURA

DARIO MONTOYA

SANDRA ROMERO

**Estudio presentado como requisito para obtener el título de
Tecnólogo en Gestión Comercial y de Negocios**

Director del Proyecto

Dr. MIGUEL ÁNGEL HORTUA

Ingeniero Industrial

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA “UNAD”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ACACIAS

2003

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Villavicencio 24 de marzo de 2003

A nuestras familias que han dado lo mejor
para ver en nosotros profesionales
excelentes.

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan su agradecimiento a:

A la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, por su preocupación en difundir el conocimiento, con altruismo y ética llegando hasta los sectores más apartados de la región.

CONTENIDO

| | Pág. |
|------------------------------------|------|
| RESUMEN | 11 |
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| JUSTIFICACIÓN | 15 |
| OBJETIVOS DEL PROYECTO | 16 |
| 1. ESTUDIO DEL MERCADO | 18 |
| 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO | 18 |
| 1.2 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR | 23 |
| 1.3 DELIMITACIÓN DEL MERCADO | 24 |
| 1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA | 25 |
| 1.4.1 Histórica. | 25 |
| 1.4.2 Demanda actual. | 26 |
| 1.4.3 Demanda futura | 34 |
| 1.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA | 37 |
| 1.5.1 Histórica | 38 |
| 1.5.2 Oferta Actual | 39 |
| 1.5. 3 Oferta proyectada | 40 |
| 1.6 ANÁLISIS DE PRECIOS | 43 |
| 1.7ANÁLISIS DE PROVEEDORES | 44 |
| 1.8CANALES DE COMERCIALIZACIÓN | 46 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 1.8.1 Estrategias de Promoción y publicidad. | 46 |
| 1.8.2 Logotipo | 50 |
| 1.8.3 Slogan | 42 |
| 2. ESTUDIO TÉCNICO | 53 |
| 2.1 TAMAÑO | 53 |
| 2.2 LOCALIZACIÓN | 54 |
| 2.2. 1 Macrolocalización | 54 |
| 2.2.2 Microlocalización | 55 |
| 2.3 DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO | 56 |
| 2.4 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA | 61 |
| 2.5 DESCRIPCIÓN DE ACTIVOS (TERRENOS, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES) | 62 |
| 2.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 63 |
| 2.6.1 Constitución jurídica de la empresa. | 63 |
| 2.6.2 Estructura organizacional | 64 |
| 2.6.3 Manual de funciones | 66 |
| 3. ESTUDIO FINANCIERO | 70 |
| 3.1 DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INVERSIÓN DEL PROYECTO | 70 |
| 3.2 ESTRUCTURA DE COSTOS OPERACIONALES | 73 |
| 3.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO | 76 |
| 3.4 PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS (UNIDADES) | 79 |
| 3.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS | 83 |
| 4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO | 86 |
| 4.1 EVALUACIÓN FINANCIERA | 86 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.1 Valor Presente Neto. | 86 |
| 4.1.2 Tasa interna de retorno (T.I.R.). | 87 |
| 4.1.3 Relación Beneficio Costo. | 88 |
| 4.1.4 Análisis de Sensibilidad. Disminución del 10% en los ingresos. | 89 |
| 4.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA | 91 |
| 4.3 EVALUACIÓN ECOLÓGICA | 92 |
| CONCLUSIONES | 93 |
| RECOMENDACIONES | 94 |
| GLOSARIO | 95 |
| BIBLIOGRAFÍA | 98 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Demanda histórica de cereales en Villavicencio | 26 |
| Tabla 2. Bultos vendidos mensualmente Villavicencio | 33 |
| Tabla 3. Análisis de datos demanda de frijol | 34 |
| Tabla 4. Análisis de datos demanda arveja | 35 |
| Tabla 5. Análisis de datos demanda lenteja | 36 |
| Tabla 6. Análisis de datos demanda garbanzo | 37 |
| Tabla 7. Oferta histórica de los cereales en Villavicencio | 38 |
| Tabla 8. Bultos comprados mensualmente | 39 |
| Tabla 9. Análisis de datos oferta frijol | 40 |
| Tabla 10. Resultado de la oferta y la demanda | 41 |
| Tabla 11. Evolución histórica de los precios | 43 |
| Tabla 12. Precios de los cereales | 44 |
| Tabla 13 Proveedores | 45 |
| Tabla 14. Descripción Maquinaria y equipo | 62 |
| Tabla 15. Descripción Muebles y enseres | 63 |
| Tabla 16. Maquinaria y equipo | 70 |
| Tabla 17. Muebles y enseres | 70 |
| Tabla 18. Gastos preoperativos | 71 |
| Tabla 19 Adecuaciones | 71 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 20. Capital de trabajo | 71 |
| Tabla 21. Mano de obra | 73 |
| Tabla 22. Presupuesto de costos de producción | 74 |
| Tabla 23. Programa de producción | 74 |
| Tabla 24. Servicios | 75 |
| Tabla 25. Compra de cereales | 75 |
| Tabla 26. Gastos de ventas | 75 |
| Tabla 27. Depreciación | 76 |
| Tabla 28. Amortización deuda | 78 |
| Tabla 29. Clasificación de los costos | 79 |
| Tabla 30. Punto de equilibrio | 79 |
| Tabla 31. Presupuesto de ingresos | 83 |
| Tabla 32. Flujo neto de operación sin financiación | 84 |
| Tabla 33. Inversión en capital de trabajo | 84 |
| Tabla 34. Flujo financiero neto del proyecto | 85 |
| Tabla 35. Flujo neto de operación con financiación | 85 |
| Tabla 36. Flujo financiero neto del proyecto | 85 |
| Tabla 37. Flujo neto de operación (Disminución ingresos 10%) | 89 |
| Tabla 38. Flujo neto del proyecto (Disminución ingresos 10%) | 89 |
| Tabla 39. Flujo Financiero neto de operación (incremento 10% en Costos) | 90 |
| Tabla 40. Flujo Financiero neto (incremento 10% en Costos) | 90 |

RESUMEN DEL PROYECTO

En el estudio de viabilidad y factibilidad para la implementación y puesta en marcha de una microempresa dedicada a empacar y comercializar cereales tales como: frijol, lenteja, arveja y garbanzo, se tienen en cuenta los procesos básicos para decidir si es o no rentable la inversión.

En el estudio de mercado se puede definir bien la demanda histórica, presente y proyectada al igual que la oferta en todos sus aspectos. Los datos primarios son la fuente de información primordial suministrada por 38 comerciantes como muestra.

En el desarrollo del estudio se tiene en cuenta aspectos importantes como la evaluación de los costos frente a los ingresos. Se hace una clara discriminación de costos y gastos en forma detallada para así determinar con mayor precisión la rentabilidad del proyecto.

En el punto de equilibrio se refleja que se requiere 873 bultos de 62.5 Kgs promedio de cereales en total para cubrir los costos, que equivalen a \$69.759.849 de ingreso.

Para la evaluación financiera del proyecto se utiliza una tasa de oportunidad del 15% E.A. El V.P.N. para el proyecto es de \$ 15.105.338 y la T.I.R. de 32%, la RB/C es de 1.68 indicando que es rentable el proyecto y por ende vale la pena invertir en la comercialización de cereales.

La localización de la empresa es cra 27 No. 36 – 37 San Isidro en Villavicencio.

La mano de obra requerida total tiene un costo de : \$26.244.000

El capital de trabajo equivale a \$10.842.102

La inversión total es de. \$22.042.103

Los costos operacionales son: \$131.912.250

Los ingresos para el primer año de operación son: \$134.325.000.

THEY SUMMARIZE OF THE PROJECT

In the study of viability and feasibility for the implementation and setting in march of a microempresa dedicated to pack and to market such cereals as: fríjol, lentil, pea and chickpea, they are kept in mind the basic processes to decide if it is or not profitable the investment.

In the market study it can be defined well the historical demand, present and projected the same as the offer in all their aspects. The primary data are the source of primordial information given by 38 merchants like sample.

In the development of the study one keeps in mind important aspects as the evaluation of the costs in front of the revenues. It is made a clear discrimination of costs and expenses in detailed form it stops this way to determine with more precision the profitability of the project.

In the balance point he/she is reflected that it is required 873 bundles of 62.5 Kgs average of cereals in total to cover the costs that are equal at \$69.759.849 of entrance.

For the financial evaluation of the project a rate of opportunity of 15% E.A is used. The V.P.N. for the project it is of \$15.105.338 and the T.I.R of 32%, the RB/C is of 1.68 indicating that it is profitable the project and for ende it is worthwhile to invest in the commercialization of cereals.

The localization of the company is cra 27 No. 36 - 37 San Isidro in Villavicencio.

The manpower required total has a cost of: \$31.392.000

The work capital is equal at \$10.842.102

The total investment is of. \$22.042.103.

The operational costs are: \$130.855.050

The revenues for the first year of operation are: \$134.325.000.

INTRODUCCIÓN

Colombia es un país con innumerables oportunidades económicas en los más diversos campos de la gestión empresarial, tal hecho se evidencia fácilmente al constatar como son acogidas todas aquellas ideas novedosas que conducen a crear nuevos productos, empresas y condiciones de competencia tendientes a descubrir necesidades y satisfacer deseos de una sociedad de consumo cada vez más exigente, compleja y con empresas más agresivas comercialmente, ágiles adaptadas y con alto nivel de creatividad, acordes a las nuevas condiciones de modernización del estado, apertura económica, juego de mercado y cada vez mejor poder y control de los particulares de la economía.

Provenga la marca de personas nacionales o extranjeras, sean originales o simples copias de productos experimentales de otros países, a ellos se añade que hemos tenido historia y como sector predominante el privado compuesto por industriales, comerciantes y profesionales de servicios y agricultores. Tales empresarios han presentado el espíritu de independencia e iniciativa que siempre ha existido y se mantiene latente en los diversos estratos de la población y desde luego ha sido un importante aporte al desarrollo; al brindar destacados volúmenes de productos, servicios, empleo, ingresos a la nación. También han contribuido a fortalecer el estado al aportarle día a día mayores obligaciones pecuniarias

impuestas por él y una forma específica de organización y desarrollo de la sociedad moderna cada una con el espíritu capitalista necesaria para crear e impulsar las empresas en nuestro medio.

En el desarrollo del análisis para la creación de una empresa empaedora y comercializadora de cereales, se tiene en cuenta el espíritu de independencia y de competitividad aspirando a un liderazgo en el mercado. Para lograr sostenibilidad y competencia se han seguido paso a paso cada una de las recomendaciones técnicas de planeación y administración tales como:

- Diagnóstico de mercado: Oferta y Demanda, caracterización del producto, caracterización de los consumidores, el entorno, el precio.
- Estudio Técnico: El tamaño de la empresa, el slogan, el logotipo, la ubicación, el proceso de producción, la distribución física de la planta, diseño organizacional, manual de funciones.
- Estudio Financiero: En este capítulo se tienen en cuenta la inversión fija, capital de trabajo, los costos, gastos e ingresos que intervienen en el desarrollo de la empresa para determinar un flujo neto financiero el cual refleja la rentabilidad o pérdida del ejercicio.
- Evaluación Financiera: Mediante índices evaluativos como el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno y la Relación Beneficio/Costo, podemos verificar la rentabilidad o pérdida al invertir en dicho proyecto. Además se hace un análisis de sensibilidad donde los indicadores de evaluación varían según si se incrementen los costos o se disminuyan los ingresos en el 10% en cada caso.

JUSTIFICACIÓN

Ante la actividad comercial creciente y globalizada, la cual es cada vez más exigente con las destrezas gerenciales, se requiere de Administradores de Empresas de gran liderazgo, competentes, capaces de tomar decisiones rápidas y acertadas para enfrentar las vicisitudes que depara el camino en busca de sostener la empresa en un mercado tan competitivo.

Frente a este panorama y considerando las escasas posibilidades de empleo, necesitamos crear empresas, es por eso que realizamos este estudio de factibilidad para la creación de una empresa que a parte de generar empleo y desarrollo, nos va a permitir poner en práctica todos los conocimientos aprehendidos durante los seis semestres, en especial para aprender a realizar estudios de mercados que nos permitan inferir si un proyecto es o no viable.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa empaquera y comercializadora de cereales: frijol, arveja, lenteja y garbanzo, en la ciudad de Villavicencio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la demanda insatisfecha, potencial y proyectar la participación en dicho mercado.
- Cuantificar la competencia existente en el mercado actual y la proyección a cinco años.
- Establecer estrategias de marketing que garanticen la diferencia, con el fin de maximizar la participación en el mercado y su posicionamiento.
- Determinar los costos de operación, administrativos y financieros requeridos para poner en marcha dicho proyecto.
- Establecer el flujo financiero neto del proyecto con el fin de realizar la evaluación financiera.

- Calcular la rentabilidad y por ende la factibilidad del mismo, mediante la aplicación de los indicadores: V.P.N. la T.I.R. y la RB/C.
- Hacer uso de la herramientas que brinda la administración y ciencias afines requeridas en la planeación, organización, dirección y control necesarios en el desarrollo del trabajo y proyección de la empresa.

1. ESTUDIO DE MERCADO

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

Los cereales fríjol, la arveja, la lenteja y el garbanzo, son alimentos de un alto poder nutricional, condiciones que hacen necesario su inclusión en la dieta alimenticia diaria.

El proyecto se dedicará a empacar y distribuir los cereales como el fríjol, la arveja, la lenteja y el garbanzo, los cuales son productos de consumo: de conveniencia – básicos, duraderos, populares, necesarios y de alta rotación que los consumidores compran con regularidad y forman parte de la canasta familiar.

Las características físicas de los granos son las siguientes:

FRÍJOL: forma ovalada, tamaño pequeño, color rojo, textura sólida, peso leve.
clasificación científica: constituyen el género de *Phaseolus*, de la familia de las fabáceas. Las dos especies más utilizadas son *Phaseolus vulgaris* y *Phaseolus coccineus* cada grano es 100% comestible y contiene:

| | | | |
|-----------------|---------|---------------|---------|
| Calorías | 302 gr | Proteínas | 20.4 gr |
| Grasa | 1.2 gr | Carbohidratos | 54.6 gr |
| Fibra | 5.0 gr | Cenizas | 4.0 gr |
| Calcio | 100 mg | Fósforo | 430 mg |
| Hiero | 7.1 mg | Tiamina | 0.43 mg |
| Riboflamina | 0.12 mg | Niacina | 1.9 mg |
| Acido Ascórbico | 3.0 mg | | |

Contenido en mg por cada 100 grs

| | | | |
|-------------|-------|-------------|---------|
| Sodio | 13.9 | Potasio | 1.707,9 |
| Vitamina B1 | 0.400 | Vitamina B2 | 0.110 |
| Vitamina C | 3.47 | | |

ARVEJA: Forma redonda, tamaño pequeño, color amarilla, textura sólida, peso leve.

Clasificación científica: Género Vicia, Familia Fabáceas. Cada grano es 10% comestible y contiene:

| | | | |
|----------|--------|---------------|---------|
| Calorías | 116 gr | Proteínas | 8,2 gr |
| Grasa | 0.3 gr | Carbohidratos | 21,1 gr |
| Fibra | 3.0 gr | Cenizas | 1.0 gr |
| Calcio | 36 mg | Fósforo | 110 mg |

| | | | |
|-----------------|---------|------------|---------|
| Hiero | 2,4 mg | Tiamina | 0.36 mg |
| Riboflamina | 0.12 mg | Niacina | 2.2 mg |
| Acido Ascórbico | 20 mg | Vitamina A | 2,20 |

Contenido en mg por cada 100 grs

| | | | |
|-------------|-------|-------------|-------|
| Vitamina B1 | 0,250 | Vitamina B2 | 0,113 |
| Vitamina C | 23,39 | | |

LENTEJA: forma plana y redonda, tamaño pequeño, color café, y es de textura dura.

Clasificación científica: Familia febáceas, especie *Lens culinaris*. Se distingue por su alto contenido en hierro.

| | | | |
|-------------|---------|---------------|---------|
| Calorías | 315 gr | Proteínas | 23.5 gr |
| Grasa | 0,6 gr | Carbohidratos | 56.5 gr |
| Fibra | 4.4 gr | Cenizas | 2.4 gr |
| Calcio | 70 mg | Fósforo | 370 mg |
| Hiero | 9,5 mg | Tiamina | 0.50 mg |
| Riboflamina | 0.18 mg | Niacina | 1.8 mg |

Contenido en mg por cada 100 grs

| | | | |
|-------------|-------|-------------|--------|
| Vitamina B1 | 0,440 | Vitamina B2 | 0,150 |
| Sodio | 12.3 | Potasio | 1020.0 |

GARBANZO: forma plano redondo, tamaño un poco más grande que los anteriores, de color beige y de textura dura.

Clasificación científica: Familia Fabáceas, especie *Cicer arietinum*.

| | | | |
|-----------------|---------|---------------|---------|
| Calorías | 339 gr | Proteínas | 19,6 gr |
| Grasa | 5,5 gr | Carbohidratos | 55,7 gr |
| Fibra | 3,4 gr | Cenizas | 2.8 gr |
| Calcio | 150 mg | Fósforo | 300 mg |
| Hierro | 6,4 mg | Tiamina | 0.48 mg |
| Riboflamina | 0.11 mg | Niacina | 1,4 mg |
| Acido Ascórbico | 1.0 mg | | |

Contenido en mg por cada 100 grs

| | | | |
|-------------|-------|-------------|-------|
| Vitamina B1 | 0,320 | Vitamina B2 | 0,107 |
| Vitamina C | 0.77 | | |

FUENTE: Documento Internet.

Es aconsejable consumir diariamente gramíneas en esta forma el cuerpo aprovecha mejor las sustancias nutritivas de estos alimentos.

Tiempo de perecibilidad del grano es aproximadamente de un año en condiciones de temperatura de 20°C, sin humedad, luz normal, (según informe de los distribuidores).

El problema que más afecta es la presencia del gorgojo en el grano, lo cual deteriora la calidad del grano.

- La humedad es un factor que debe controlarse para prevenir enfermedades del grano y deterioro total.
- La falta de eficiencia se debe a que no le hacen un mantenimiento preventivo a las máquinas sino cuando lo exige, esto hace que se retrase el proceso y no permite cumplir oportunamente con los pedidos, por ello nosotros estamos proponiendo un mantenimiento preventivo semanal.

Presentación. Se empacará en bolsas plásticas de 500 gramos y con un embalaje de 25 unidades; el tamaño del plástico utilizado para el empaque de los cereales de 20cm x 10cm y tendrá una densidad calibre 2.

La bolsa se identifica por el logo que es muy vistoso, llamativo por sus colores y el slogan que hace referencia al servicio prestado

Cada cereal posee diferente referencia dependiendo del tamaño del grano, además de los colores vistosos para así llamar la atención del consumidor y poder motivarlo a que compre.

Usos: En la alimentación y producción de forrajes

1.2 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR

Los consumidores de cereales son la mayoría de la población, incluidos niños a partir de los seis (6) meses de edad, y ancianos, son considerados consumidores potenciales de Fríjol, Lenteja, Arveja y Garbanzo ya que atienden necesidades alimenticias y nutricionales sin importar sexo, nivel educativo, profesión, ocupación, estado civil, ciclo de vida familiar, religión, zona geográfica. Aún cuando son productos populares, éstos se orientarán a atender la población perteneciente todas a las clases y estratos sociales.

Los cereales son consumidos por toda la familia, como componente importante del almuerzo y cena preparada en cada hogar o en los restaurantes.

Las personas consumen cereales principalmente por sus propiedades nutritivas, por ser productos económicos y rendidores, por su sabor y por la facilidad de preparación y combinación con productos complementarios como son las carnes de res y cerdo, vísceras entre otras, arroz, papa, yuca, plátano y muchos otros productos que genera el campo colombiano.

Los productos sustitutos son los derivados del maíz, arepas, sopas, cremas.

1.3 DELIMITACIÓN DEL MERCADO

En la delimitación del área geográfica para este proyecto se indica que el mercado para la comercialización de los cereales abarca la ciudad de Villavicencio en su área urbana y rural.

La población objeto de estudio cuenta con 384.357 personas de las cuales el 51% son mujeres y el 49% son hombres, (Fuente: Secretaría de Planeación Municipal), quienes se suplen del producto a través de los mayoristas, hipermercados y tiendas de la ciudad y de las veredas.

El Área de influencia del proyecto son las galerías de Villavicencio, especialmente la del San Isidro, el 7 de Agosto, ya que nuestros compradores potenciales son los mayoristas ubicados en dichos sitios, en las tiendas de la ciudad y de las veredas del municipio.

En estos lugares hay facilidad de transporte hacia los diferentes sectores de la ciudad y rural, en general se cuenta con buenas vías de acceso, rutas de transporte, facilidad de comunicaciones y servicios.

Los mayoristas de las dos galerías son un total de 120 personas, de las cuales unos 30 establecimientos se abastecen directamente de centros de acopio como CORABASTOS y alcanzan a abastecer de cereales a algunos negocios

detallistas. Lo que quiere decir que nuestra población universo es un total de 90 mayoristas.

La investigación pretende dar los lineamientos que debe seguir la Empacadora y Comercializadora "R M & M" para lograr una organización excelente, fijar un buen posicionamiento en el mercado de Villavicencio, al igual que incrementar las utilidades en la actividad comercializadora paulatinamente.

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.4.1 Demanda histórica. Como no existen registros suficientes, se realizó una investigación en fuentes primarias, con el fin de recopilar la información directamente.

Se le preguntó a los 38 clientes potenciales, cuáles habían sido sus ventas, que corresponden al consumo de cereales, durante los años de 1998 hasta 2002.

La encuesta arrojó el siguiente resultado:

Tabla. 1. Demanda histórica de cereales (bultos de 62.5 Kg) en Villavicencio

| AÑO | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| FRIJOL | 17.870 | 18.810 | 20.900 | 24.588 | 28.326 |
| LENTEJA | 8.526 | 9.474 | 10.527 | 12.384 | 14.648 |
| ARVEJA | 8.017 | 8.438 | 9.373 | 11.028 | 12.676 |
| GARBANZO | 2.946 | 3.102 | 3.447 | 4.056 | 4.672 |

Fuente: Encuesta clientes potenciales.

El cuadro permite apreciar cómo fue la evolución, en términos cuantitativos de los cereales a ofrecer, se observa un crecimiento promedio del 12% anual en el consumo de cereales en los últimos cinco años

1.4.2. Demanda actual. La acción de la Empacadora y Comercializadora de Cereales está encaminada a abastecer los negocios de los mayoristas, que tienen una necesidad insatisfecha de calidad y cumplimiento en la entrega de pedidos.

Para cuantificar la demanda histórica, actual y futura utilizamos una fuente primaria mediante la encuesta, esta fue dirigida a 38 mayoristas de la localidad, donde la fórmula para hallar la muestra es:

N: Población universo

Z: Valor asociado al grado de confiabilidad

E: Error máximo admisible el 3%

P: Probabilidad de éxito 0.50

Q: 0.50

$$n = \frac{90 \times (2,24)^2 \times 0,5 \times 0,5}{90 \times (0,03)^2 + (2,24)^2 \times 0,5 \times 0,5} = \frac{50,4}{1,3354}$$

n = 38 que son el número de encuestas que debemos realizar

FORMATO DE ENCUESTA REALIZADA A LOS MAYORISTAS.

La encuesta se realizó en forma directa a los comerciantes de cereales de las galerías san isidro y del Siete de Agosto en Villavicencio, quienes colaboraron brindando información.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____

1. ¿Qué cantidad de granos por bultos de cada uno compra mensualmente

FRÍJOL: _____

ARVEJA; _____

LENTEJA: _____

GARBANZO: _____

2. ¿Qué cantidad de cada cereal vendía a partir de 1998?

FRÍJOL

ARVEJA

LENTEJA

GARBANZO

3. ¿Cuáles son las características que inciden con mayor frecuencia en sus clientes, a la hora de comprar los granos?

a) Tamaño del empaque

b) Precio

c) Calidad

4. Al ofrecer un punto de venta exclusivo de fábrica en la ciudad de Villavicencio, con buenos precios y excelente atención, ¿Nos compraría el grano?

SI ____ NO ____

5. ¿Qué clase de pago pacta con el proveedor?

a. De contado b. A 30 días

6. ¿Hace cuanto tiempo le esta comprando y a quienes?

7. ¿Qué ventajas le brinda el proveedor?

a) Precio

b) calidad

c) eficiencia en el servicio

d) Otros

8. ¿Qué cantidad de cada grano compraba en el año : (por bultos)?

a) 1998

b) 1999

d) 2000

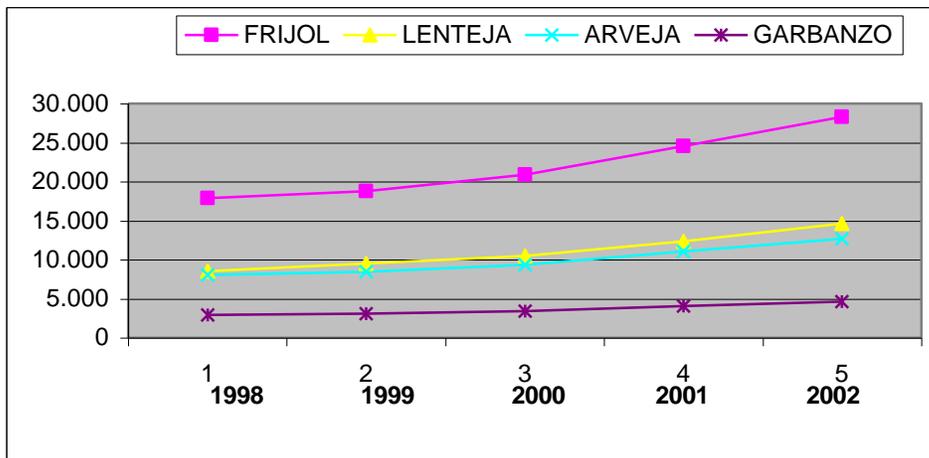
d) 2001

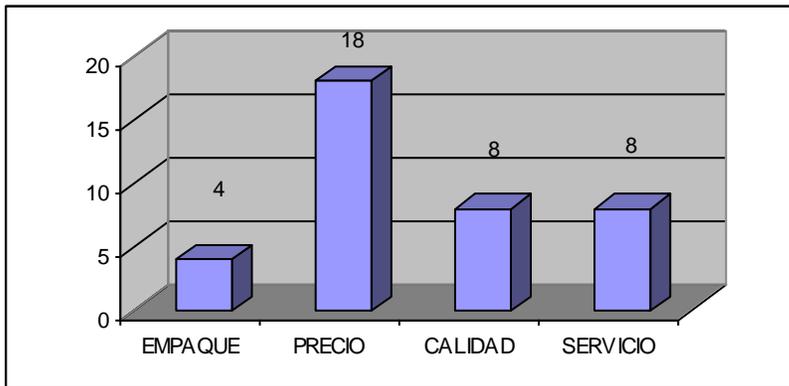
c) 2002

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

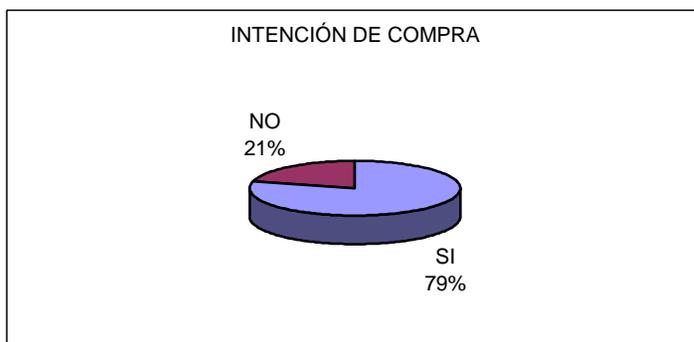
Pregunta 1. Con los datos obtenidos, se hace posible calcular la oferta de cada uno de los cereales en estudio (Ver tabla 8).

Pregunta 2. Esta pregunta ha permitido definir la demanda histórica para los cereales frijol, arveja, lenteja, garbanzo, a partir de año 1998. Como resultado se calculó un crecimiento del 11% anual promedio. Ver tabla 1.





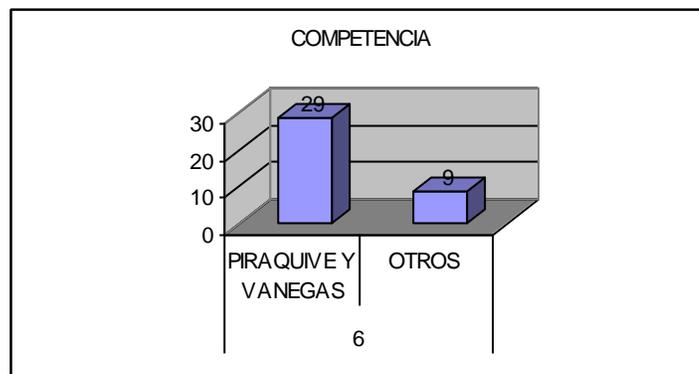
Para la pregunta número 3, el 47,5% (18) de los encuestados coinciden en que la característica que incide con mayor frecuencia a la hora de comprar los granos es el precio, el 21% (8) calidad y el 21% (8) servicio; el 10,5% (4) de los encuestados argumentan que es el tamaño del empaque el principal factor de compra.



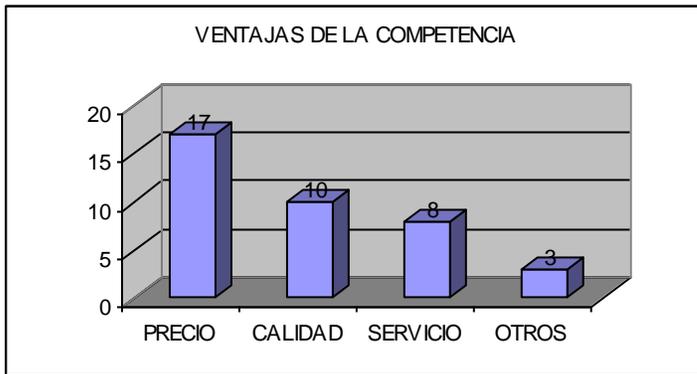
Para la pregunta número 4 el 79 (30) de los encuestados afirman que si les brindamos buenos precios y excelente atención, sí nos comprarían, el 21% (8) dice que siguen comprando a los actuales proveedores.



Para la pregunta número 5 el 89% (34) responden que la forma de pago es a 30 días, el 11% (4) de contado.



Para la pregunta número 6. El 75% (29) afirman que hace 5 años le están comprando a Piraquive y Jairo Vanegas el 25% (9) compran a diferentes proveedores.



Pregunta 7, en orden de importancia las ventajas que brindan los proveedores son: precio 44% (17), calidad 26% (10), servicio 21% (8) y otros 8% (3)

Pregunta 8. Esta pregunta ha determinado la oferta histórica para cada uno de los cereales: frijol, arveja, garbanzo y lenteja . (Ver tabla 7).

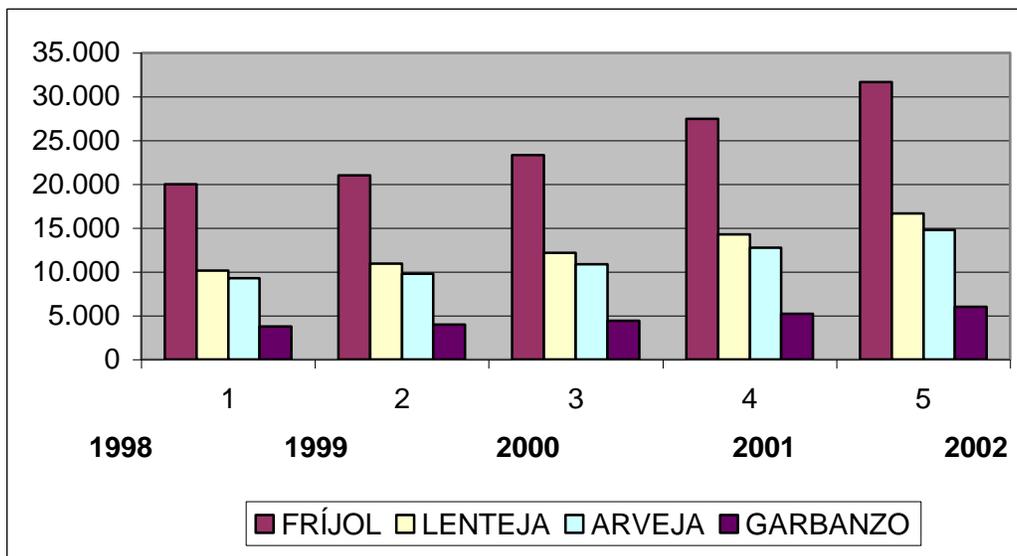


Tabla 2 Bultos cereales (62,5 Kg) vendidos mensualmente en Villavicencio

| ESTABLECIMIENTO | FRÍJOL | LENTEJA | ARVEJA | GARBANZO |
|-------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|
| Almacén 7 de Agosto | 70 | 65 | 45 | 12 |
| Almacén Baratodo | 55 | 48 | 25 | 15 |
| Almacén Bucaramanga | 85 | 32 | 26 | 20 |
| Almacén Bucarica | 45 | 23 | 35 | 12 |
| Almacén Duran | 98 | 47 | 27 | 12 |
| Almacén la Economía | 37 | 35 | 44 | 3 |
| Almacén la favorita | 48 | 20 | 24 | 8 |
| Almacén La Rebaja | 20 | 68 | 17 | 15 |
| Almacén Iaso | 58 | 29 | 30 | 10 |
| Almacén Llanocentauro | 45 | 24 | 25 | 14 |
| Almacén Mercaéxito | 70 | 45 | 34 | 15 |
| Almacén Mercallano | 60 | 30 | 28 | 8 |
| Almacén Premier | 68 | 28 | 43 | 7 |
| Almacén San Diego | 65 | 56 | 27 | 4 |
| Almacén Surtiandes | 88 | 20 | 35 | 7 |
| Almacén Surtinax | 64 | 24 | 29 | 9 |
| Almacén Toro | 46 | 21 | 13 | 8 |
| Almacén Villaruel | 70 | 25 | 24 | 6 |
| Depósito de(Carmen | 37 | 19 | 15 | 4 |
| Depósito León | 46 | 23 | 22 | 4 |
| Depósito Macal | 58 | 35 | 27 | 14 |
| Depósito Mercadiaz | 26 | 18 | 14 | 3 |
| Depósito Miguelito | 77 | 37 | 36 | 17 |
| Depósito Santander | 47 | 24 | 24 | ^ 9 |
| Depósito Surtitorey | 58 | 18 | 28 | 14 |
| Depósito Virrey | 38 | 23 | 25 | 4 |
| Distribución Rosita | 49 | 37 | 26 | 13 |
| Distribuciones Portugal | 77 | 36 | 24 | 3 |
| Distribuidora Bogotá | 68 | 33 | 25 | 7 |
| Distribuidora Idelmar | 78 | 31 | 37 | 19 |
| Distribuidora la Nieve | 56 | 29 | 28 | 12 |
| Distribuidora San Diego | 80 | 23 | 18 | 4 |
| El Amanecer | 85 | 29 | 28 | 18 |
| El Rey del Descuento | 76 | 36 | 42 | 18 |
| La Perla del Llano | 64 | 40 | 31 | 13 |
| Viveres Jenny | 74 | 19 | 18 | 26 |
| Viveres Maxiventas | 98 | 40 | 33 | 3 |
| Viveres Neiva | 77 | 31 | 24 | 8 |
| TOTAL BULTOS/MES | 2361 | 1221 | 1056 | 389,3 |
| TOTAL BULTOS/AÑO | 28.326 | 14.648 | 12.676 | 4.672 |

1.4.3 Demanda futura.

Tabla. 3. Análisis de datos para la proyección de la demanda de frijol

| X(AÑOS) | Y | X | XY | X2 |
|---------|---------|----|---------|----|
| 1998 | 17.870 | 0 | - | 0 |
| 1999 | 18.810 | 1 | 18.810 | 1 |
| 2000 | 20.900 | 2 | 41.800 | 4 |
| 2001 | 24.588 | 3 | 73.764 | 9 |
| 2002 | 28.326 | 4 | 113.304 | 16 |
| SUMA | 110.494 | 10 | 247.678 | 30 |

FUENTE: Análisis de los autores

La proyección de la demanda se calculó con base en la fórmula:

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} = 2.669$$

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n} = 16.761$$

$$b = \frac{5(247.678) - (10(110.494))}{5(30) - 100} = 2.669$$

$$a = \frac{110.494 - 2.669(10)}{5} = 16.761$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

$$Y = 2.669(6) + 16.761 = 32.775$$

Demanda estimada para el 2003

$$Y = 2.669(7) + 16.761 = 35.444$$

Demanda estimada para el 2004

$$Y = 2.669(8) + 16.761 = 38.113$$

Demanda estimada para el 2005

$$Y = 2.669(9) + 16.761 = 40.782$$

Demanda estimada para el 2006

$$Y = 2.669(10) + 16.761 = 43.451$$

Demanda estimada para el 2007

Para el cereal arveja la encuesta arroja el siguiente resultado:

Tabla. 4. Análisis de datos para la proyección de la demanda de arveja

| (AÑOS) | Y | X | XY | X ² |
|--------|--------|----|---------|----------------|
| 1998 | 8.017 | 0 | - | 0 |
| 1999 | 8.438 | 1 | 8.438 | 1 |
| 2000 | 9373 | 2 | 18.746 | 4 |
| 2001 | 11.028 | 3 | 33.084 | 9 |
| 2002 | 12.676 | 4 | 50.704 | 16 |
| SUMA | 49.532 | 10 | 110.972 | 30 |

FUENTE: Análisis de los autores

Se aplica el mismo procedimiento utilizado para el cálculo de la demanda del fríjol.

$$Y = a + bx$$

$$b = 1.191$$

$$a = 7.525$$

DEMANDA PROYECTADA $y = BX + A$

$$Y = 1.191(6) + 7.525 = 14.671$$

Demanda para el año 2003

$$Y = 1.191(7) + 7.525 = 15.682$$

Demanda para el año 2004

$$Y = 1.191(8) + 7.525 = 17.053$$

Demanda para el año 2005

$$Y = 1.191(9) + 7.525 = 18.244$$

Demanda para el año 2006

$$Y = 1.191(10) + 7.525 = 19.435$$

Demanda para el año 2007

Para la lenteja la encuesta arroja el siguiente resultado:

Tabla. 5. Análisis de datos para proyección de la demanda de lenteja

| (AÑOS) | Y | X | XY | X2 |
|--------|--------|----|---------|----|
| 1998 | 8.526 | 0 | - | 0 |
| 1999 | 9.474 | 1 | 9.474 | 1 |
| 2000 | 10.527 | 2 | 21.054 | 4 |
| 2001 | 12.384 | 3 | 37.152 | 9 |
| 2002 | 14.648 | 4 | 58.592 | 16 |
| SUMA | 55.559 | 10 | 126.272 | 30 |

FUENTE: Análisis de los autores

$$Y = a + bx$$

$$b = 1.515$$

$$a = 8.081$$

DEMANDA PROYECTADA

$$\text{DEMANDA} = B(X) + A$$

$$Y = 1.515(6) + 8.081 = 17.171$$

Demanda para el año 2003

$$Y = 1.515(7) + 8.081 = 18.686$$

Demanda para el año 2004

$$Y = 1.515(8) + 8.081 = 20.201$$

Demanda para el año 2005

$$Y = 1.515(9) + 8.081 = 21.716$$

Demanda para el año 2006

$$Y = 1.515(10) + 8.081 = 23.231$$

Demanda para el año 2007

Para el garbanzo la encuesta arroja el siguiente resultado:

Tabla. 6. Análisis de datos para la proyección de la demanda de garbanzo

| (AÑOS) | Y | X | XY | X2 |
|--------|--------|----|--------|----|
| 1998 | 2.946 | 0 | - | 0 |
| 1999 | 3.102 | 1 | 3.102 | 1 |
| 2000 | 3.447 | 2 | 6.894 | 4 |
| 2001 | 4.056 | 3 | 12.168 | 9 |
| 2002 | 4.672 | 4 | 18.688 | 16 |
| SUMA | 18.223 | 10 | 40.852 | 30 |

FUENTE: Análisis de los autores

$$B = 441$$

$$A = 2.763$$

DEMANDA FUTURA

$$Y = 441(6) + 2.763 = 5.409 \quad \text{Demanda para el año 2003}$$

$$Y = 441(7) + 2.763 = 5.850 \quad \text{Demanda para el año 2004}$$

$$Y = 441(8) + 2.763 = 6.291 \quad \text{Demanda para el año 2005}$$

$$Y = 441(9) + 2.763 = 6.732 \quad \text{Demanda para el año 2006}$$

$$Y = 441(10) + 2.763 = 7.173 \quad \text{Demanda para el año 2007}$$

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Los siguientes datos fueron tomados de la encuesta realizada a los clientes potenciales, son inferidos de la pregunta ¿Cuántos bultos de cada cereal han comprado de 1998 a la fecha?.

1.5.1 Oferta histórica.

Los siguientes datos fueron tomados de la encuesta realizada a los clientes potenciales, son deducidos de la pregunta ¿ Cuántos bultos de cada cereal han comprado desde 1998 hasta la fecha (2002)

Tabla. 7. Oferta histórica de cereales en Villavicencio

| AÑO | FRÍJOL | LENTEJA | ARVEJA | GARBANZO |
|------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|
| 1998 | 19.969 | 10.125 | 9.289 | 3.776 |
| 1999 | 21.020 | 10.925 | 9.777 | 3.975 |
| 2000 | 23.358 | 12.138 | 10.863 | 4.416 |
| 2001 | 27.480 | 14.280 | 12.780 | 5.196 |
| 2002 | 31.661 | 16.665 | 14.766 | 5.986 |

Fuente: Encuesta a clientes potenciales

De acuerdo con los datos anteriores se observa un crecimiento promedio del 12% aproximadamente, en la oferta histórica de los cereales.

1.5.2 Oferta actual

Tabla 8 . Bultos de cereales comprados mensualmente (actual)

| ESTABLECIMIENTO | FRÍJOL | LENTEJA | ARVEJA | GARBANZO |
|-------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|
| Almacén 7 de Agosto | 70 | 30 | 20 | 10 |
| Almacén Baratodo | 50 | 35 | 30 | 15 |
| Almacén Bucaramanga | 80 | 45 | 35 | 25 |
| Almacén Bucarica | 60 | 75 | 30 | 10 |
| Almacén Duran | 50 | 30 | 30 | 15 |
| Almacén la Economía | 40 | 90 | 15 | 5 |
| Almacén la favorita | 55 | 25 | 30 | 10 |
| Almacén La Rebaja | 30 | 20 | 20 | 5 |
| Almacén Iaso | 70 | 35 | 35 | 15 |
| Almacén Llanocentauro | 60 | 30 | 30 | 10 |
| Almacén Mercaéxito | 80 | 40 | 40 | 20 |
| Almacén Mercallano | 75 | 35 | 35 | 10 |
| Almacén Premier | 60 | 30 | 25 | 10 |
| Almacén San Diego | 70 | 55 | 35 | 10 |
| Almacén Surtiandes | 105 | 25 | 20 | 8 |
| Almacén Surtinax | 95 | 30 | 30 | 10 |
| Almacén Toro | 50 | 65 | 20 | 10 |
| Almacén Viltaruel | 70 | 30 | 56 | 10 |
| Depósito de(Carmen | 40 | 48 | 20 | 5 |
| Depósito León | 78 | 25 | 25 | 5 |
| Depósito Macal | 85 | 40 | 30 | 15 |
| Depósito Mercadiaz | 48 | 25 | 45 | 5 |
| Depósito Miguelito | 80 | 40 | 45 | 20 |
| Depósito Santander | 50 | 25 | 25 | 10 |
| Depósito Surtitorey | 60 | 20 | 30 | 15 |
| Depósito Virrey | 78 | 35 | 20 | 5 |
| Distribución Rosita | 98 | 25 | 60 | 15 |
| Distribuciones Portugal | 80 | 40 | 70 | 10 |
| Distribuidora Bogotá | 70 | 35 | 30 | 10 |
| Distribuidora Idelmar | 80 | 45 | 50 | 55 |
| Distribuidora la Nieve | 79 | 35 | 30 | 15 |
| Distribuidora San Diego | 85 | 35 | 20 | 35 |
| El Amanecer | 60 | 35 | 35 | 10,8 |
| El Rey del Descuento | 80 | 45 | 35 | 20 |
| La Puerta del Llano | 75 | 25 | 50 | 20 |
| Viveres Jenny | 85 | 21 | 20 | 5 |
| Viveres Maxiventas | 85 | 30 | 25 | 5 |
| Viveres Neiva | 72 | 35 | 30 | 10 |
| TOTAL BULTOS/MES | 2638 | 1389 | 1231 | 498,8 |
| TOTAL BULTOS/AÑO | 31.661 | 16.665 | 14.776 | 5.986 |

FUENTE: Información primaria

1.5.3 Oferta proyectada

Tabla. 9. Análisis de datos para la proyección de la oferta de frijol en Villavicencio año 2002.

| AÑO | Y | X | XY | X ² |
|------|---------|----|---------|----------------|
| 1998 | 19.969 | 0 | - | 0 |
| 1999 | 21.020 | 1 | 21.020 | 1 |
| 2000 | 23.358 | 2 | 46.716 | 4 |
| 2001 | 27.480 | 3 | 82.440 | 9 |
| 2002 | 31.661 | 4 | 126.644 | 16 |
| SUMA | 123.488 | 10 | 276.820 | 30 |

FUENTE: Análisis de los autores

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} = 2.984$$

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{n} = 18.729$$

$$\text{Oferta}(x) = bx+a$$

Oferta (6) = 36.633 Es la proyección para el año 2003

Oferta (7) = 39.617 Es la proyección para el año 2004

Oferta (8) = 42.601 Es la proyección para el año 2005

Oferta (9) = 45.585 Es la proyección para el año 2006

Oferta (10) = 48.569 Es la proyección para el año 2006

LENTEJA

O(6) = 19.104
O(7) = 21.048
O(8) = 22.692
O(9) = 24.336
O(10) = 25.980

ARVEJA

O(6) = 17.080
O(7) = 18.476
O(8) = 19.872
O(9) = 21.268
O(10) = 22.664

GARBANZO

O(6) = 6.926
O(7) = 7.490
O(8) = 8.054
O(9) = 8.618
O(10) = 9.182

Tabla 10 Resultado de la demanda y la oferta según datos a 2002 en Villavicencio

| PRODUCTO | DEMANDA REAL 62,5 KG | OFERTA REAL 62,5 KGS | DEMANDA INSATISFECHA BULTOS | VENTA DE RM&M | PARTICIPACIÓN |
|--------------|----------------------|----------------------|-----------------------------|---------------|---------------|
| FRIJOL | 28.326 | 25.722 | 2.604 | 800 | 31% |
| LENTEJA | 14.646 | 13.686 | 960 | 450 | 47% |
| ARVEJA | 12.676 | 11.872 | 804 | 350 | 44% |
| GARBANZO | 4.672 | 3.993 | 679 | 150 | 22% |
| TOTAL | 60.320 | 55.273 | 5.047 | 1.750 | |

FUENTE: DANE, Información encuestas

De la oferta total según datos de la encuesta el 80% de los cereales se vende en Villavicencio y el 20% es vendido en los municipios aledaños.

Para incursionar en un mercado con una demanda alta, hemos detectado claramente las deficiencias de la competencia, sobre las cuales se han diseñado las estrategias de competitividad frente al mercado.

- Deficiencias de la competencia:

- Falta de atención al cliente: Información deficiente sobre las condiciones comerciales.
- Servicio oportuno: Cumplimiento y seriedad.
- Asesoría: Falta de orientación al cliente sobre el manejo del producto.

La competitividad de la empresa frente a otras consiste en ofrecer un servicio personalizado, asesoría sobre el producto (rotación, inventarios de los cereales y utilidad del mismo). Está comprobado que el servicio con valor agregado (empatía) con el cliente nos proporciona una ventaja frente a nuestros competidores.

La atención personalizada en forma profesional es fundamental para que el cliente se sienta importante.

La empresa RM&M, se especializará única y exclusivamente a empacar y comercializar cereales de la más alta calidad con precios competitivos generando una fidelidad hacia la empresa por parte de los clientes.

Por parte RM&M utilizará dichas falencias de la competencia para convertirlas en fortalezas de la siguiente manera:

- Atención personalizada y oportuna con visitas constantes y periódicas a nuestros clientes.
- Asesoría postventa: Rotación de inventarios, almacenaje y exhibición del producto.
- Mantener un estándar permanente de la calidad de nuestros productos.

1.6 ANÁLISIS DE PRECIOS

Tabla 11. Evolución histórica de los precios de cereales en Villavicencio .

| AÑO | PRECIO FRÍJOL (BULTO) 62.5 Kgs |
|------------|-------------------------------------------|
| 1999 | 67.000 |
| 2000 | 72.500 |
| 2001 | 77.500 |
| 2002 | 83.000 |

$$\text{Base 1998} = 83.000/67.000 = (1 + r)^n$$

$$r = \sqrt[4]{1.074} - 1$$

$$r = 0.074 * 100$$

$$r = 7,4\%$$

El precio del fríjol ha tenido un crecimiento relativo del 7.4% cada año

Tabla. 12. Precios (Bulto de 62.5Kgs)

| AÑO | LENTEJA | ARVEJA | GARBANZO |
|------------|----------------|---------------|-----------------|
| 1999 | 38.000 | 30.000 | 80.000 |
| 2000 | 43.000 | 35.000 | 90.000 |
| 2001 | 48.000 | 40.000 | 105.000 |
| 2002 | 53.500 | 45.000 | 110.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

EL precio de la lenteja manifiesta un crecimiento del 12% anual

EL precio de la arveja manifiesta un crecimiento del 14,8% anual

EL precio de la garbanzo manifiesta un crecimiento del 11% anual

1.7 ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Con respecto a la ubicación de nuestros futuros proveedores, los encontramos en Bogotá D.C. en la central mayorista “CORABASTOS”.

Esto nos permite tener un grado de confiabilidad y colocación de nuestros proveedores para contar con un abastecimiento constante de los productos para manejar los pedidos y poder cumplirle a nuestra clientela.

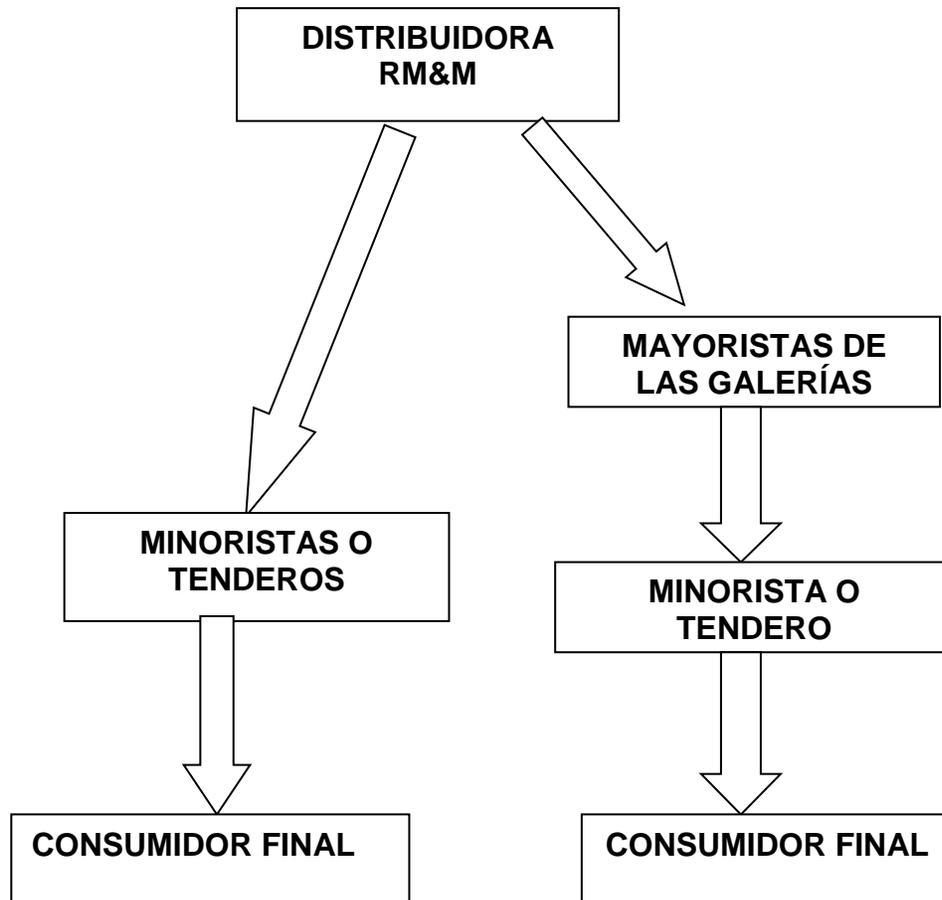
Los granos son en su totalidad importados de Canadá, Estado Unidos, Chile y México, de una calidad excelente que nos permite manejar y enfrentar el mercado llanero con seguridad, servicio y cumplimiento garantizando las condiciones del producto; con estas empresas se hará convenios comerciales para el envío oportuno de los mismos y para diferentes modalidades de pago así:

Tabla 13. Proveedores

| PROVEEDOR | DIRECCIÓN | MODALIDAD PAGO | PRODUCTO |
|-------------------------|------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| ANDINA LTDA | | DIFERIDO | TODOS |
| ADMNOVA S.A. | | CONTADO | TODOS |
| JOSÉ PIRAQUIVE | BODEGA 115 | PAGO A UN MES | TODOS |
| JOSÉ LUIS QUINTERO | BODEGA 105 | CONTADO, DESCUENTO 2% | FRÍJOL, ARVEJA |
| DISTRIBUIDORA R&M | BODEGA 308 | A QUINCE DÍAS | LENTEJA, GARBANZO |
| DISTRIBUIDORA TORRES | BODEGA 807 | A OCHO DÍAS | FRÍJOL, LENTEJA, ARVEJA, GARBANZO |

FUENTE: Información de los autores

1.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



La empresa RM&M le hará llegar el producto a los minoristas o tenderos y a los mayoristas asumiendo el servicio del transporte en el momento oportuno. Para la empresa la venta no termina en el minorista o en el mayorista, habrá una línea de comunicación constante con el consumidor final, que puede ser a través de los distribuidores quienes harán llegar las inquietudes y sugerencias sobre el servicio el cual al ser mejorado beneficiará a los intermediarios y al consumidor final.

1.8.1 Estrategias de promoción y publicidad. Se usan intermediarios por que ellos pueden suministrar más eficazmente los cereales a los mercados meta;

cuentan con experiencia, especialización y escala de operación. A través de los intermediarios se puede:

- Reunir y distribuir información de inteligencia de mercados acerca de los factores y fuerzas del entorno, necesaria para planear y proyectar.
- Desarrollar y difundir comunicaciones publicitarias.
- Encontrar contactos con nuevos compradores.
- Moldear y adecuar la oferta a las necesidades del comprador.
- Distribución física.
- Aceptación de riesgos.

Los medios que se van a utilizar como estrategias para promocionar los productos son con la finalidad de estimular al cliente en la compra del bien que se le ofrece.

Se utilizarán diferentes instrumentos entre estos:

- Ofertas especiales
- Rebajas en precios
- Impulsos
- Radio

La estrategia publicitaria a emplear se basa en:

- Programar una charla de lanzamiento de la comercializadora con clientes potenciales, para explicarles las ventajas y beneficios que obtendrán si hacen parte del grupo selecto de clientes, y se realizara en un salón de conferencias que nos ofrezcan las comodidades necesarias.

Dentro de esta charla, se le dará a conocer nuestra propuesta comercial, en relación a las ventajas y beneficios, las cuales serán los siguientes:

VENTAJAS

- Existirá una comunicación directa entre el cliente y la empresa, sin intermediarios, que permitirá una mejor relación comercial.
- Se le garantizará, al cliente una calidad de producto del 100%, tendrá un respaldo de la empresa RM&M acerca de las inquietudes y sugerencias que resulten durante el proceso de compra.
- La entrega del producto se hará en la medida de lo posible, dentro de las 24 horas siguientes de haberse realizado el pedido.
- El cliente tendrá la opción de pedir lo que necesite, de esta forma no incrementará su stock de inventario.

BENEFICIOS

- Reducción de costos por la cercanía geográfica de RM&M, con el cliente mayorista.

- Cliente podrá tener la confianza de que el representante de ventas lo asesorara en cuanto a los servicios que le ofrece la empresa.

- El cliente tendrá la seguridad de que el producto ofrecido presentara las cantidades indicadas esto quiere decir 500 gramos al empacar.

- Se genera un beneficio adicional, resultante de la calidad del producto, que garantizara una alta rotación de sus inventarios.

- Hacer un sondeo de opinión sobre el servicio que prestan los actuales distribuidores, si es excelente, aceptable o malo, y con base en esta información poner en marcha actividades y eventos que animen a los clientes a comercializar el producto que ofrecemos.

1.8.2 LOGOTIPO

GRANOS SELECTOS



RM & M

EMPACADORA Y COMERCIALIZADORA

**ARVEJA - LENTEJA
FRÍJOL - GARBANZO**

**PEDIDOS TELEFONO 6646665
GALLE 37 No 28 - 31 BARRIO SAN ISIDRO.**

VILLAVICENCIO META

EXPLICACIÓN DEL LOGOTIPO DE LA EMPRESA:

Se toma la decisión de utilizarlo debido a que vamos a ser una empresa moderna, innovadora, con una imagen nueva que ofrezca alternativas al cliente.

En el logotipo no aparece la palabra empacar debido a que nuestros competidores sí la poseen y nuestra propuesta quiere cambiar el tradicionalismo existente. Aparece las clases de cereales que vendemos en una letra grande comunicándole claramente al cliente nuestros productos a comercializar.

También aparece la dirección en donde vamos a estar ubicados y el teléfono para tener un mejor contacto con el cliente ofreciendo un mejor servicio.

1.8.3 SLOGAN

SLOGAN

COMPETIMOS CON CALIDAD, SERVICIO Y CUMPLIMIENTO

El slogan es una frase célebre que enuncia nuestro objetivo principal ofrecer estas ventajas competitivas a nuestros clientes.

2. ESTUDIO TÉCNICO

2.1 TAMAÑO

La empresa empacadora y comercializadora de cereales tendrá una capacidad para comercializar 1.750 bultos al año de cinco (5) arrobas (62.5 Kgs) cada uno, distribuidos así:

| CEREAL | CANTIDAD BULTOS 62.5KG |
|----------|------------------------|
| FRIJOL | 800 |
| LENTEJA | 450 |
| ARVEJA | 350 |
| GARBANZO | 150 |

Un promedio de 146 bultos por mes, con un área de 180 M² distribuidos según diseño de distribución en planta, que permiten operar. En estas condiciones se estaría aprovechando el 85% de la capacidad instalada.

Laborarán siete (7) personas ocho horas al día, entre 8:00 AM y las 12:00 M y desde las 2:00 PM hasta las 6:00 PM, seis (6) días a la semana, 288 al año, jornada normal de trabajo según la ley Colombiana.

Fríjol 13.02 mt²

Lenteja 14.57 mt²

Garbanzo 12.32 mt²

Arbeja 16.39 mt²

Sala de máquinas y zona de circulación y transporte 68.63 mt²

Sala de ventas 29.79 mt²

Oficinas: secretaría y facturación. 38.3 mt²

2.2 LOCALIZACIÓN

2.2.1 Macrolocalización. La empacadora estará ubicada en Villavicencio, como centro de convergencia de la población del piedemonte llanero y de los habitantes del sector rural cercanos a la capital del Meta. Villavicencio cobra cada día una posición privilegiada para el comercio y el desarrollo social, cultural y económico de la región. La ciudad cuenta con una infraestructura vial en buenas condiciones, facilitando y agilizando el transporte y las comunicaciones.

Villavicencio es una ciudad con un futuro prometedor gracias a la cercanía con Bogotá mediante la nueva autopista. Existen macroproyectos, que de llevarse a cabo convierten a Villavicencio en una ciudad pujante en comercio e industria.

Tales proyectos son:

- Dragado del río Meta, como autopista fluvial de comercio e intercambio internacional.
- Aeropuerto Internacional de Carga.

- La Troncal del Llano. Vía que conecta a Venezuela con el Océano Pacífico

Estos proyectos estimularán el turismo, la agricultura, ganadería, piscicultura, cultivo de especies exóticas, la implementación de nuevas tecnologías, comercio y la industrialización de muchos productos que el suelo llanero está en capacidad de proveer en forma competente al hacer un uso racional de los recursos.

Los servicios de salud y educación en la parte oficial están muy deteriorados debido al descuido y falta de políticas de gobierno en el sector social.

El problema de mayor connotación es la inseguridad social en toda la región.

2.2.2 Microlocalización, La ubicación de la empacadora y comercializadora de cereales “RM&M” será en la Cra. 27 No. 36-37 cerca de la Galería San Isidro, y/o en Cemerca, punto estratégico de venta de mayoristas y en la cual se presenta un buen volumen de ventas, además facilita la colocación del producto en el mercado dado que se constituye en el principal centro de acopio de la región, también presenta un alto dinamismo comercial:

- Atención permanente
- Facilidad para el cargue y descargue de pedidos
- Facilidad acceso de vehículos de servicio público
- Se está pendiente de quejas y sugerencias del consumidor
- Reabastecimiento de mercancías.

2.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

a) Insumos utilizados:

Los insumos utilizados para la comercialización de los cereales son: el frijol, la lenteja, el garbanzo y la arveja.

b) Los recursos utilizados al momento de efectuar la selección del frijol miramos su tamaño y teniendo en cuenta el mercado a cubrir, optaremos por comprar el frijol número 1 y el frijol número 2.

- Para la selección de la lenteja es similar

- El garbanzo y la arveja no tienen ninguna clasificación.

c) En cuanto a la etapa de limpieza se utiliza una zaranda.

▶ La maquinaria utilizada en el proceso de limpieza, empaclado y sellamiento es: una empacadora, una selladora, una zaranda, una zonda, un clisep y una balanza.

▶ No se maneja ningún subproducto.

▶ La mano de obra que se utiliza para obtener el producto final son dos (2) operarios que trabajan 8 horas diarias.

Programa de empaque mensual:

En la siguiente tabla se presentan datos, sobre el programa de producción (empaque)mensual, en donde se realiza un promedio de las ventas anuales proyectadas ya que para este los datos obtenidos inicialmente se basan y se proyectan en una unidad de tiempo especifica (un año).

Este promedio que se presenta es una referencia, ya que las ventas mensuales pueden aumentar o disminuir según la situación del mercado, para lo cual tendremos una capacidad instalada que cubrirá en un momento determinado la necesidad de producto solicitado por nuestros clientes.

Programa de empaque mensual de cereales bultos de 62,5 Kgs

| CEREAL | CANTIDAD MENSUAL |
|---------------|-------------------------|
| FRIJOL | 67 |
| LENTEJA | 38 |
| ARVEJA | 29 |
| GARBANZO | 13 |

La descripción del programa de empaque es el mismo para todos los cereales y es el siguiente:

Etapas a las que son sometidos los insumos hasta llegar al consumo final:

- Los cereales se compran en la galería de Bogotá “Abastos” a los proveedores directos, incluyendo el flete en el precio total, luego se hace el traslado a la ciudad de Villavicencio y en la bodega acordada.
- Los bultos son descargados en la bodega y luego se almacenan ordenadamente según la rotación que se tenga; por prevención se fumiga periódicamente.
- El grano viene a granel (suelto), posteriormente se desempaca el cereal y se esparce en la zaranda para su limpieza.
- El cereal limpio se coloca en la tolva de la máquina empacadora, la cual está graduada por libras y baja la cantidad aproximada a la bolsa que tiene la persona quien la acomoda en un recipiente.
- Se acomoda las bolsas con el cereal ya empacado y se procede a sellar manualmente bolsa por bolsa.

- Selladas todas las libras de cereal se organizan en una bolsa plástica hasta completar las 25 libras que se necesitan para la arroba.

- Los dos operarios reciben y almacenan los bultos de cereal en el área destinada para cada uno.

d) La cantidad de cada cereal que se requiere para obtener una unidad de producto es 500 gramos.

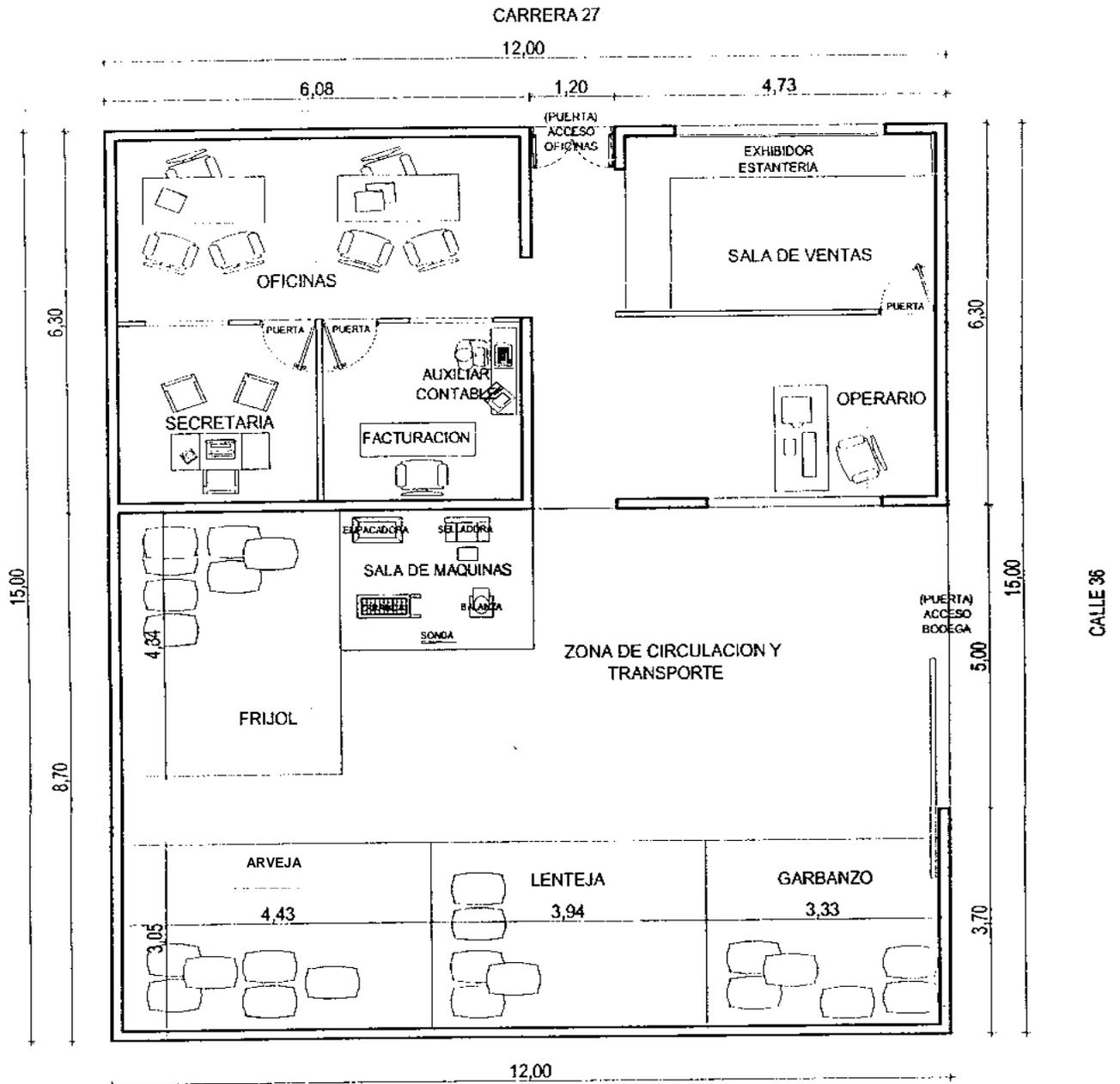
e) El problema que más afecta es la presencia del gorgojo en el grano, lo cual disminuye su calidad. Otro inconveniente es la humedad; otro problema de eficiencia se debe a que no le hacen un mantenimiento preventivo a las máquinas sino cuando lo exigen, esto hace que se retrase el proceso y no permite cumplir oportunamente los pedidos, por ello RM&M está proponiendo un mantenimiento preventivo mensual.

Diagrama del proceso empaclado de cereales

| <u>DIAGRAMA DE PROCESO DE FLUJO</u> | | |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| No | DESCRIPCION | ELEMENTOS DEL PROCESO |
| 1 | Se riega el cereal en la Zaranda |  |
| 2 | Pasar a la tolva el producto seleccionado |  |
| 3 | Empacado bolsa una libra |  |
| 4 | Sellado |  |
| 5 | Revisado de sellado |  |
| 6 | Empacado en bolsa de 25 libras(1 arroba) |  |
| 7 | Almacenado producto terminado |  |

2.4 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

DISTRIBUCION EN PLANTA



La planta estará distribuida así:

- ◆ Oficina de administración
- ◆ Sala de ventas
- ◆ Bodega principal para reempaque y almacenamiento de los cereales, los cuales están debidamente clasificados por producto y empaque.

2.5 DESCRIPCIÓN DE ACTIVOS

Tabla. 14 Descripción Maquinaria y equipo

| CANTIDAD | MÁQUINA | VELOCIDAD | CAPACIDAD |
|----------|-------------------------|---------------------|-----------------|
| 1 | Empacadora | 3 LIBRAS POR MINUTO | 12 BULTOS (8 H) |
| 1 | Selladora | 15 bolsa por minuto | |
| 1 | Zaranda | | 2 ARROBAS |
| 1 | Zonda | | |
| 1 | Clisep | | |
| 1 | Balanza | | 2 ARROBAS |
| 1 | Computador | 1 GHz | De HD 40GB |
| 1 | Registradora | | |
| 2 | Calculadoras solares | | |

FUENTE: Autores

Tabla. 15. Descripción Muebles y enseres

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | MARCA | VIDA UTIL |
|-------------------|----------|---------|-----------|
| Escritorio | 2 | ARDECA | 5 AÑOS |
| Sillas rotatorias | 2 | RODIES | 5 AÑOS |
| Estanterías | 6 | CRUZ | 5 AÑOS |
| Ventilador | 1 | SAMURAI | 5 AÑOS |
| Estibas | 10 | | 5 AÑOS |

FUENTE: Autores

2.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.6.1 Constitución Jurídica De La Empresa. La microempresa que vamos a formar será una sociedad de responsabilidad limitada.

- ☞ Razón social de la empresa: RM&M Ltda.
- ☞ Domicilio de la empresa: Cra 27 No. 36-37 San Isidro
- ☞ Asociados: Sandra Liliana Romero Ayala, Darío Ernesto Montoya, Erika Alexandra Menjura Pérez.
- ☞ Representante legal: Sandra Liliana Romero
- ☞ Composición patrimonial: Cada socio aporta las suma de \$5.000.000 para un total de \$15.000.000
- ☞ Objeto social: Comercialización de cereales con calidad y excelente servicio.
- ☞ Condiciones de ingresos y retiro de socios.

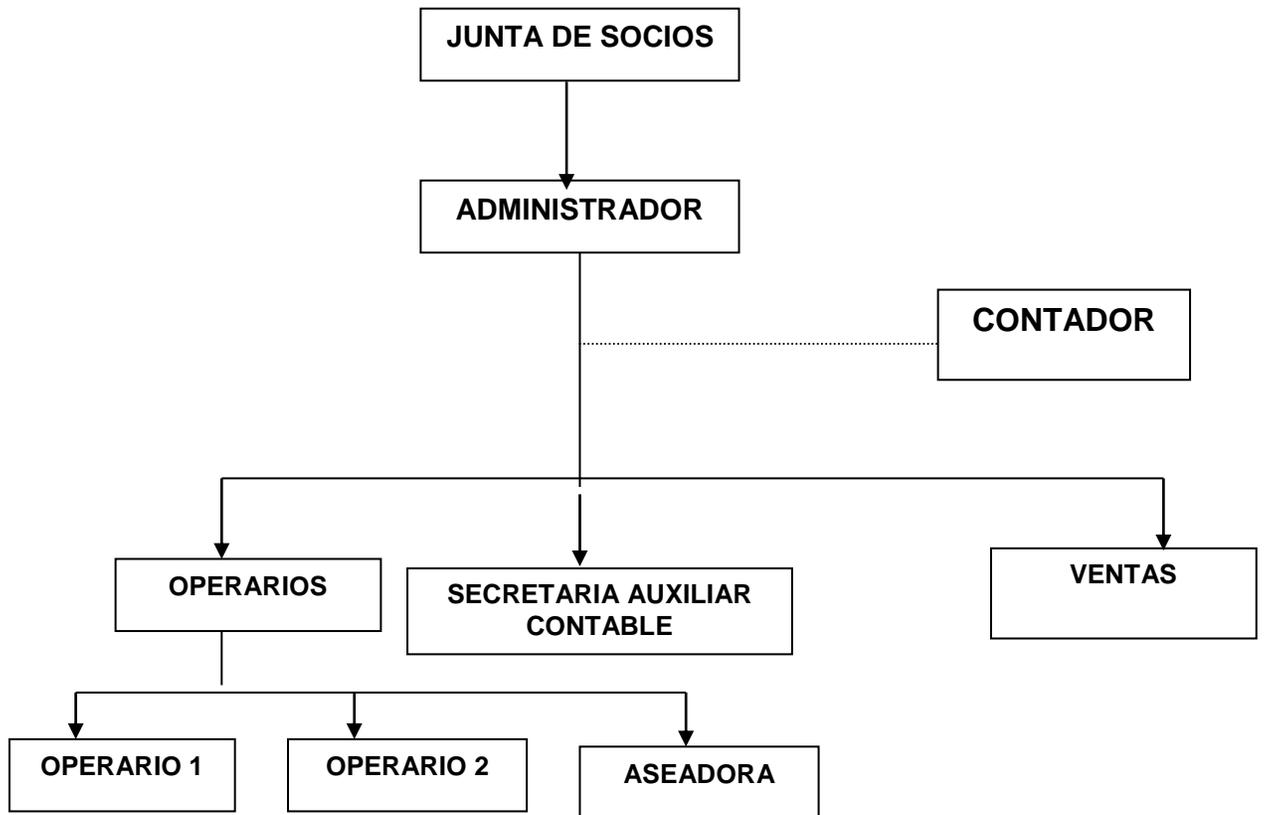
- ☞ Duración de la sociedad: La sociedad tendrá una duración de 10 años, pero podrá prorrogarse o disolverse de acuerdo a la ley y las siguientes causales:
 - ◆ Por vencimiento del término previsto
 - ◆ Por decisión de los socios
 - ◆ Por reducción del número de asociados
 - ◆ Por declaración de quiebra de la sociedad
 - ◆ Por pérdida del 50% del capital social.
- ☞ Reparto de beneficios y utilidades: las ganancias serán equitativas para todos los socios.

2.6.2 Estructura Organizacional.

Misión: La misión de la empresa productos alimenticios "RM&M LTDA" es distribuir cereales: fríjol, arveja, lenteja, garbanzo en el territorio villavicense con calidad, cumplimiento y buen servicio al detallista.

Visión: Consolidarse en el mercado villavicense como la primera empresa comercializadora de cereales, teniendo en cuenta la implementación de estrategias de marketing y servicio al cliente.

ORGANIGRAMA



Organización Administrativa.

1 Administrador

1 Contador

1 Secretaria Auxiliar contable

1 Vendedor

2 Operarios

1 Aseadora

1.6.2.1 Manual de Funciones.

◆ Junta de Socios

- Es la máxima autoridad de la empresa
- Establece políticas, metas y objetivos
- Nombra al administrador
- Aprueba los programas de mayor trascendencia

◆ Administrador:

- Plantea, organiza, dirige y controla todas las actividades de la empacadora y comercializadora de cereales "RM&M" y ejerce su representación legal.
- Cumple y hacer cumplir las decisiones
- Ordena los gastos, dicta las actas, realizar las operaciones y celebra los contratos y convenios que se requieran para el normal funcionamiento de "RM&M LTDA".
- Delega las funciones a los demás funcionarios de "RM&M LTDA".
- Nombra y remueve el personal de "RM&M LTDA" y establece el manual específico de funciones y requisitos para cada cargo.

- Constituir mandatarios o apoderados que representen a “RM&M LTDA” en asuntos judiciales y demás de carácter obligatorio.

- Elige un grupo acertado de proveedores y autorizar las compras

- Maneja las cuentas bancarias de la empresa “RM&M”

- Gestiona los créditos necesarios para suplir las necesidades económicas de la empresa “RM&M”.

- Supervisa y controla las acciones de los operarios.

- Diseña programas de capacitación e incentivos para el personal de RM&M LTDA.

◆ **Secretaria Auxiliar Contable:**

- Ejecutar todas las labores mecanográficas de “RM&M LTDA”.

- Revisar los documentos de entrada y salida de mercancías de “RM&M LTDA”.

- Recibe el producido de la venta de cada día, incluyendo arqueo de caja.

- Realiza todas las labores relacionadas con bancos, consignaciones, cobros, cheques, pago de recibos, entre otros.

- Controla las existencias por medio del kárdex y registra las entradas de insumos.
- Informa al administrador las necesidades de materias primas directas e indirectas, y de los elementos necesarios para el normal funcionamiento de "RM&M LTDA".
- Llevar la contabilidad y los registros correspondientes al día
- Realizará cierres periódicos contables cada mes.
- Entregará los reportes de estados financieros al Gerente en el momento oportuno.
- Llevará el registro de pagos y entradas de dinero a la caja.
- Emitirá reportes sobre manejo de clientes y cartera morosa.

◆ **Vendedor:**

- Ofrecer personalmente el producto terminado al cliente
- Resaltar las ventajas que brinda la empacadora y distribuidora RM&M, para concretar la acción de compra.
- Brinda asesoría a los clientes en cuanto a la rotación de los productos
- Atiende las quejas y sugerencias de los clientes
- Recauda cartera

◆ **Operarios:**

- Se encarga del descargue y la ubicación de los bultos de cereal en el área designada para cada uno.
- Fumigar periódicamente la bodega
- Sellar las bolsas empacadas por libras de cereal.

- Reempacar las libras en bolsas plásticas de una arroba.
- Almacenar el producto terminado.
- Mejora, conserva y acondiciona los espacios de almacenamiento.

- **Contador**

- Prepara los estados financieros en el momento que lo exija la junta de socios.
- Hacer las correcciones pertinentes al sistema contable.
- Rendir informes a la asamblea general sobre el estado financiero de la empresa.

- **Aseadora**

- Realiza el aseo general a todo el área de producción y de administración.

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1 DISTRIBUCIÓN TOTAL DE LA INVERSIÓN

Tabla. 16. Maquinaria y equipo

| MAQUINARIA Y EQUIPO | CANTIDAD | VLR UNIT | VLR TOTAL |
|---------------------|----------|-----------|------------------|
| EMPACADORA | 1 | 5.000.000 | 5.000.000 |
| BALANZA | 1 | 60.000 | 60.000 |
| SELLADORA | 1 | 160.000 | 160.000 |
| ZARANDA | 1 | 100.000 | 100.000 |
| SONDA | 1 | 10.000 | 10.000 |
| COMPUTADOR | 1 | 2.000.000 | 2.000.000 |
| CALCULADORA SOLAR | 2 | 20.000 | 40.000 |
| REGISTRADORA | 1 | 1.000.000 | 1.000.000 |
| CLISEP | 1 | 50.000 | 50.000 |
| TOTAL | | | 8.420.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla 17. Muebles y enseres

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VLR UNIT | VLR TOTAL |
|-------------------|----------|----------|----------------|
| ESCRITORIO | 2 | 90.000 | 180.000 |
| SILLAS ROTATORIAS | 2 | 60.000 | 120.000 |
| ESTANTERÍAS | 6 | 25.000 | 150.000 |
| VENTILADOR | 1 | 60.000 | 60.000 |
| ESTIBAS | 10 | 8.000 | 80.000 |
| TOTAL | | | 590.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla 18. Gastos Preoperativos

| DESCRIPCIÓN | VALOR |
|-------------------------|----------------|
| ESTUDIO DE FACTIBILIDAD | 350.000 |
| ESCRITURA PUBLICA | 300.000 |
| CÁMARA DE COMERCIO | 50.000 |
| CERTIFICADO DE BOMBEROS | 40.000 |
| SANEAMIENTO AMBIENTAL | 100.000 |
| TOTAL | 840.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla 19. Adecuaciones

| DESCRIPCIÓN | VALOR |
|--------------------|------------------|
| Electricidad | 400.000 |
| Líneas telefónicas | 200.000 |
| Sala de ventas | 250.000 |
| Oficina | 500.000 |
| TOTAL | 1.350.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla. 20. Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | VALOR |
|---------------------------------|--------------------|
| MANO DE OBRA | 12.096.000 |
| COMPRA MERCANCIAS | 81.933.050 |
| GASTO SERVICIOS | 15.280.000 |
| PUBLICIDAD | 500.000 |
| GASTOS DE VENTAS | 6.898.000 |
| INDIRECTOS | 1.057.200 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 14.148.000 |
| COSTO DE OPERACIÓN ANUAL | 131.912.250 |

FUENTE: Análisis de los autores

$$\text{ICT} = \text{CO} (\text{COPD})$$

ICT: Inversión en capital de trabajo

CO: Ciclo operativo (en 30 días)

COPD: Costo de operaciones promedio diario

$\text{COPD} = \text{costo operativo anual} / 365$

$\text{COPD} = 131.912.250 / 365 = \$ 361.403$

$$\text{ICT} = 30 * 361.403 = \$ 10.842.103$$

Este es el monto de los costos operacionales que se tienen que financiar en el momento en que se efectúa el primer desembolso por la compra de insumos, mercancía, hasta el momento en que se recibe el dinero correspondiente a la venta de los productos y queda disponible para financiar el siguiente ciclo productivo.

3.2 ESTRUCTURA DE COSTOS OPERACIONALES

Tabla. 21. Mano de obra

| CARGO | REMUNERACIÓN MES | REMUNERACIÓN ANUAL | PRESTACIONES SOCIALES 50% | COSTO TOTAL ANUAL |
|----------------------------------|------------------|--------------------|---------------------------|-------------------|
| A. MANO DE OBRA DIRECTA | | | | |
| Operario 1 | 286.000 | 3.432.000 | 1.716.000 | 5.148.000 |
| Operario 2 | 286.000 | 3.432.000 | 1.716.000 | 5.148.000 |
| Subtotal | 572.000 | 6.864.000 | 3.432.000 | 10.296.000 |
| B. MANO DE OBRA INDIRECTA | | | | |
| Servicios Generales | 150.000 | | - | 1.800.000 |
| Subtotal | 150.000 | - | - | 1.800.000 |
| TOTAL | 722.000 | 6.864.000 | 3.432.000 | 12.096.000 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | | |
| Administrador | 400.000 | 4.800.000 | 2.400.000 | 7.200.000 |
| Secretaria Aux. Cont. | 286.000 | 3.432.000 | 1.716.000 | 5.148.000 |
| Contador | 150.000 | | | 1.800.000 |
| Subtotal | 836.000 | 8.232.000 | 4.116.000 | 14.148.000 |
| TOTAL | 1.558.000 | 15.096.000 | 7.548.000 | 26.244.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla 22. Presupuesto de costos de Producción

| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Costos Directos | | | | | |
| Compra Mercancía | 81.933.050 | 90.126.355 | 99.138.991 | 109.052.890 | 119.958.179 |
| Mano de Obra Directa | 10.296.000 | 11.325.600 | 12.458.160 | 13.703.976 | 15.074.374 |
| Depreciación | | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 655.000 |
| subtotal | 92.229.050 | 103.106.955 | 113.252.151 | 124.411.866 | 135.687.552 |
| Gastos Generales de Producción | | | | | |
| Materiales Indirectos | 1.057.200 | 1.162.920 | 1.279.212 | 1.407.133 | 1.547.847 |
| Mano de obra Indirecta | 1.800.000 | 1.980.000 | 2.178.000 | 2.395.800 | 2.635.380 |
| Servicios y otros | 15.280.000 | 16.808.000 | 18.488.800 | 20.337.680 | 22.371.448 |
| Subtotal | 18.137.200 | 19.950.920 | 21.946.012 | 24.140.613 | 26.554.675 |
| TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN | 110.366.250 | 123.057.875 | 135.198.163 | 148.552.479 | 162.242.227 |
| | | | | | |

Tabla. 23. Programa de producción

| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | 110.366.250 | 123.057.875 | 135.198.163 | 148.552.479 | 162.242.227 |
| GASTOS DE ADMÓN. | 14.148.000 | 15.562.800 | 17.119.080 | 18.830.988 | 20.714.087 |
| GASTOS DE VENTA | 7.398.000 | 8.137.800 | 8.951.580 | 9.846.738 | 10.831.412 |
| TOTAL COSTOS OPERACIONALES | 131.912.250 | 146.758.475 | 161.268.823 | 177.230.205 | 193.787.725 |

Tabla 24. servicios

| SERVICIO | COSTO MENSUAL | COSTO TOTAL AL AÑO |
|-----------------------|---------------|--------------------|
| Arriendo | 1.000.000 | 12.000.000 |
| Energía eléctrica | 80.000 | 960.000 |
| Agua | 20.000 | 240.000 |
| Gas y Aseo | 40.000 | 480.000 |
| Teléfono | 100.000 | 1.200.000 |
| Mantenimiento Equipos | | 200.000 |
| Seguros | | 200.000 |
| TOTAL | | 15.280.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla 25. Compra de Cereales (Bultos de 62.5 Kg)

| PRODUCTO | CANT. | VLR UNITARIO | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|--------------|--------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| FRÍJOL | 800 | 55.333 | 44.266.400 | 48.693.333 | 53.562.667 | 58.918.933 | 64.810.827 |
| LENTEJA | 450 | 35.667 | 16.050.150 | 17.655.000 | 19.420.500 | 21.362.550 | 23.498.805 |
| ARVEJA | 350 | 30.333 | 10.616.550 | 11.678.333 | 12.846.167 | 14.130.783 | 15.543.862 |
| GARBANZO | 150 | 73.333 | 10.999.950 | 12.100.000 | 13.310.000 | 14.641.000 | 16.105.100 |
| TOTAL | 1.750 | 194.667 | 81.933.050 | 90.126.667 | 99.139.333 | 109.053.267 | 119.958.593 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla 26 Gastos de ventas

| DETALLE | VALOR ANUAL |
|--------------------------|------------------|
| Gastos de distribución | 250.000 |
| Gastos de Promoción, Pub | 500.000 |
| Transporte | 1.500.000 |
| Vendedor | 5.148.000 |
| TOTAL | 7.398.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla. 27. Depreciación

| ACTIVO | VIDA UTIL | COSTO ACTIVO | VALOR DEPRECIACIÓN | | | | | VALOR RESIDUAL |
|-----------------------------|-----------|------------------|--------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|------------------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Activos produccion | | | | | | | | |
| EMPACADORA | 10 | 5.000.000 | 500.000 | 500.000 | 500.000 | 500.000 | 500.000 | 2.500.000 |
| BALANZA | 10 | 60.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 30.000 |
| SELLADORA | 10 | 160.000 | 16.000 | 16.000 | 16.000 | 16.000 | 16.000 | 80.000 |
| ZARANDA | 10 | 100.000 | 10.000 | 10.000 | 10.000 | 10.000 | 10.000 | 50.000 |
| SONDA | 10 | 10.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 5.000 |
| COMPUTADOR | 3 | 2.000.000 | 666.667 | 666.667 | 666.667 | - | - | - |
| CALCULADORA SOLAR | 10 | 40.000 | 4.000 | 4.000 | 4.000 | 4.000 | 4.000 | 20.000 |
| REGISTRADORA | 3 | 1.000.000 | 333.333 | 333.333 | 333.333 | - | - | - |
| Subtotal | | 8.370.000 | 1.537.000 | 1.537.000 | 1.537.000 | 537.000 | 537.000 | 2.685.000 |
| Muebles y Enseres | | | | | | | | |
| ESCRITORIO | 5 | 180.000 | 36.000 | 36.000 | 36.000 | 36.000 | 36.000 | - |
| SILLAS ROTATORIAS | 5 | 120.000 | 24.000 | 24.000 | 24.000 | 24.000 | 24.000 | - |
| ESTANTERÍAS | 5 | 150.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | - |
| VENTILADOR | 5 | 60.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | - |
| ESTIBAS | 5 | 80.000 | 16.000 | 16.000 | 16.000 | 16.000 | 16.000 | - |
| Subtotal | | 590.000 | 118.000 | 118.000 | 118.000 | 118.000 | 118.000 | - |
| TOTAL DEPRECIACIONES | | 8.960.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 655.000 | 655.000 | 2.685.000 |

FUENTE: Análisis de los autores

3.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Como opción de financiamiento se tiene el crédito bancario, línea redescuento. El crédito I.F.I., es la mejor alternativa, por sus ventajas en períodos de gracia y tasas de interés más bajas en relación con los créditos comerciales y de consumo,

además es la forma en que el Gobierno Central incentiva la creación de empresas especialmente pequeñas y medianas.

En este momento los bancos a demás de solvencia exigen liquidez como garantía esencial para un crédito, así cada uno de los socios aporta sus balances y justifican los ingresos tal como lo exigen las entidades bancarias.

La cantidad de dinero que se solicita como crédito a largo plazo es de \$7.042.103 cantidad estimada para iniciar las labores de la empresa, la otra parte \$15.000.000 es aportada por los socios al momento de la conformación de la empresa.

Cómo se hace el desembolso?. Una vez estudiado y aprobado el proyecto, es necesario abrir una cuenta corriente en dicho banco si no existe y en esta cuenta se depositará el valor aprobado.

Capital : \$7.042.103

Tasa de Interés: 17% E.A.

Cuotas Anuales vencidas

Crédito I.F.I. mediante el Banco Agrario

Datos adquiridos en la entidad bancaria citada, DTF 8.75 EA, más 8 puntos que cobra el banco.

Tabla. 28. Amortización deuda 5 años (20 trimestres)

| CUOTA | INTERES | APORTE A CAPITAL | SALDO |
|--------------|----------------|-------------------------|--------------|
| | | | 7.042.103 |
| 518.314,48 | 281.905,47 | 236.409,02 | 6.805.693,72 |
| 518.314,48 | 272.441,68 | 245.872,81 | 6.559.820,91 |
| 518.314,48 | 262.599,03 | 255.715,45 | 6.304.105,47 |
| 518.314,48 | 252.362,38 | 265.952,11 | 6.038.153,36 |
| 518.314,48 | 241.715,93 | 276.598,55 | 5.761.554,81 |
| 518.314,48 | 230.643,30 | 287.671,19 | 5.473.883,62 |
| 518.314,48 | 219.127,41 | 299.187,08 | 5.174.696,55 |
| 518.314,48 | 207.150,52 | 311.163,96 | 4.863.532,59 |
| 518.314,48 | 194.694,18 | 323.620,30 | 4.539.912,28 |
| 518.314,48 | 181.739,20 | 336.575,29 | 4.203.337,00 |
| 518.314,48 | 168.265,61 | 350.048,88 | 3.853.288,12 |
| 518.314,48 | 154.252,65 | 364.061,84 | 3.489.226,28 |
| 518.314,48 | 139.678,73 | 378.635,75 | 3.110.590,53 |
| 518.314,48 | 124.521,40 | 393.793,09 | 2.716.797,44 |
| 518.314,48 | 108.757,30 | 409.557,19 | 2.307.240,25 |
| 518.314,48 | 92.362,13 | 425.952,35 | 1.881.287,90 |
| 518.314,48 | 75.310,65 | 443.003,83 | 1.438.284,07 |
| 518.314,48 | 57.576,57 | 460.737,91 | 977.546,16 |
| 518.314,48 | 39.132,57 | 479.181,91 | 498.364,25 |
| 518.314,48 | 19.950,24 | 498.364,25 | 0,00 |

FUENTE: Análisis de los autores

3.4 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

Tabla. 29. Clasificación de los costos

| DESCRIPCION | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
|------------------------|-------------------|--------------------|
| Mano de obra directa | | 10.296.000 |
| Mano de obra indirecta | | 1.800.000 |
| Depreciación | | |
| Servicios | 15.280.000 | |
| Arriendo | | |
| Compra mercancía | | 81.933.050 |
| Gastos ventas | | 7.398.000 |
| TOTAL | 15.280.000 | 101.427.050 |

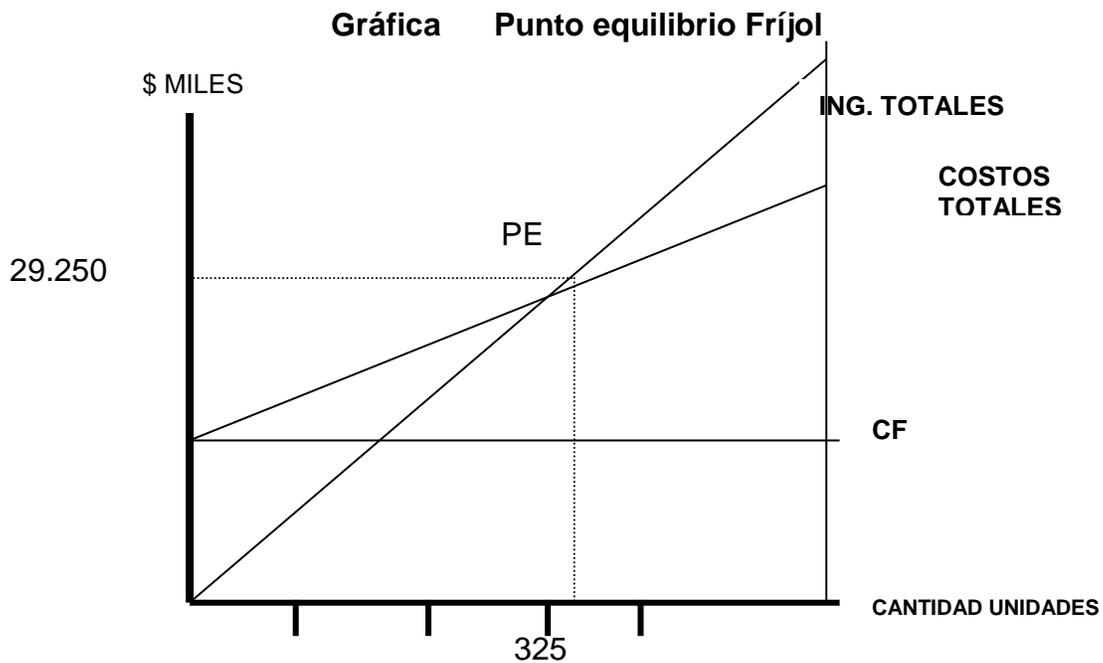
FUENTE: Análisis de los autores

Tabla. 30. Punto de equilibrio (Bultos de 62,5 Kgs)

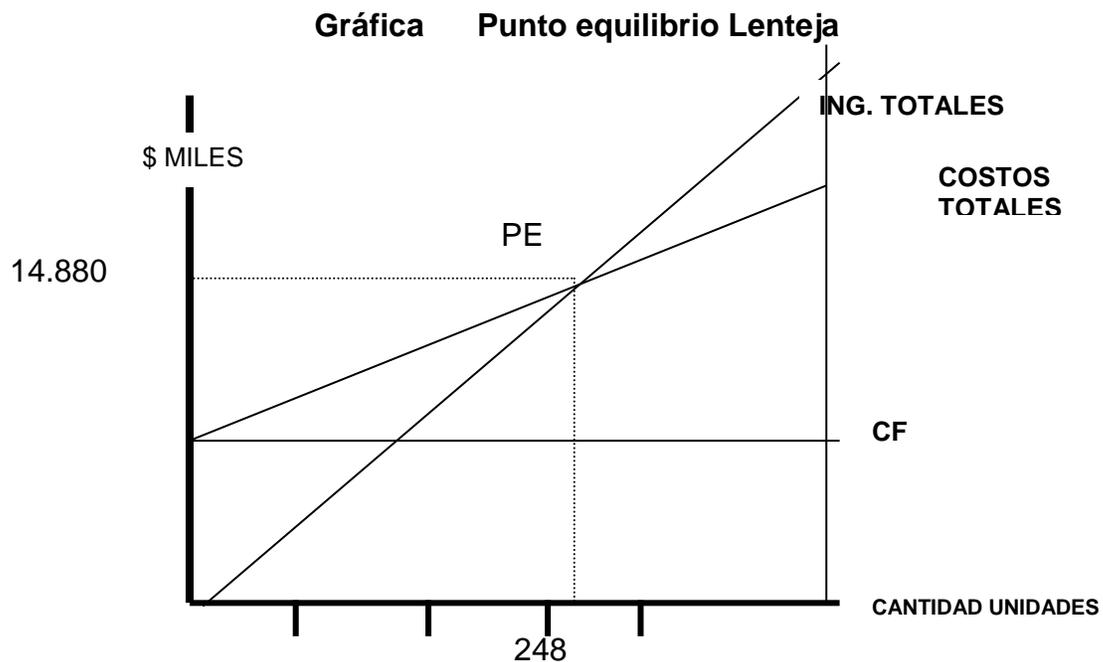
| PRODUCTO | CF | CVU | PV | P.EQUILIBRIO |
|-----------------|------------------|---------------|---------------|--------------|
| FRIJOL | 6.985.142,86 | 68.498 | 90.000 | 325 |
| LENTEJA | 3.929.142,86 | 44.153 | 60.000 | 248 |
| ARVEJA | 3.056.000,00 | 37.550 | 49.500 | 256 |
| GARBANZO | 1.309.714,29 | 90.781 | 120.000 | 45 |
| PROMEDIO | 3.820.000 | 60.246 | 79.875 | 873 |

FUENTE: Análisis de los autores

Al calcular el punto de equilibrio de cada cereal, obtenemos las cantidades mínimas de producto, para que los ingresos sean iguales a los costos, lo que significa que a partir de hay, al vender mas productos se genera utilidad.

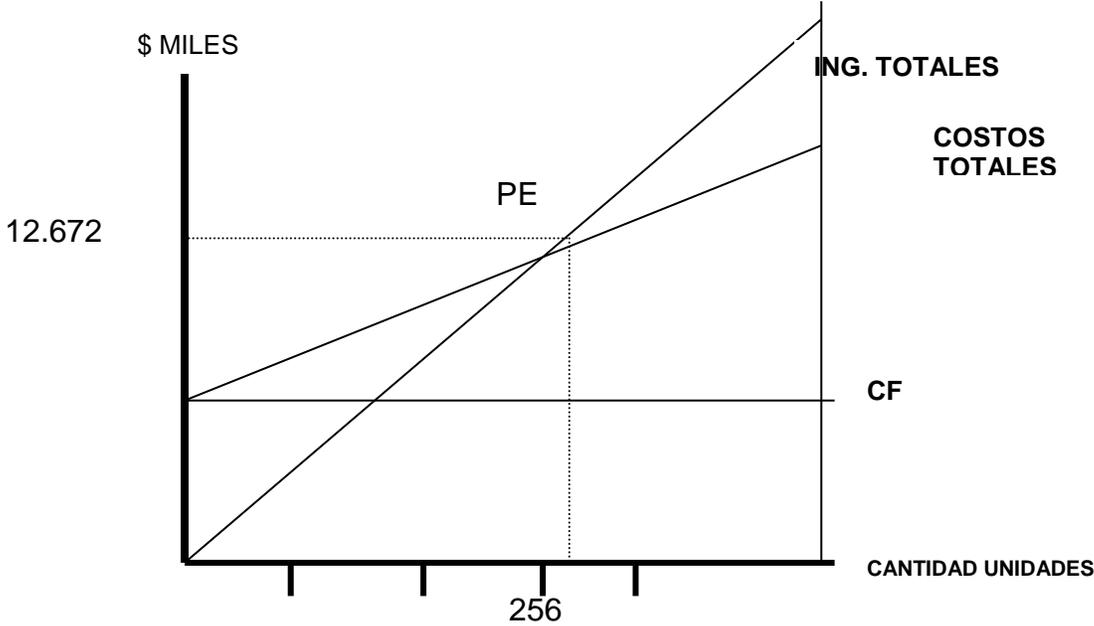


El punto de equilibrio es de 325 unidades, que multiplicado por el valor del bulto por unidad de venta en el año 2003 arroja un resultado de \$29.250.000.00, cifra que representa el 41% de los ingresos totales de ese año, lo que significa que logramos el punto de equilibrio a los 148 días de iniciar el proyecto.



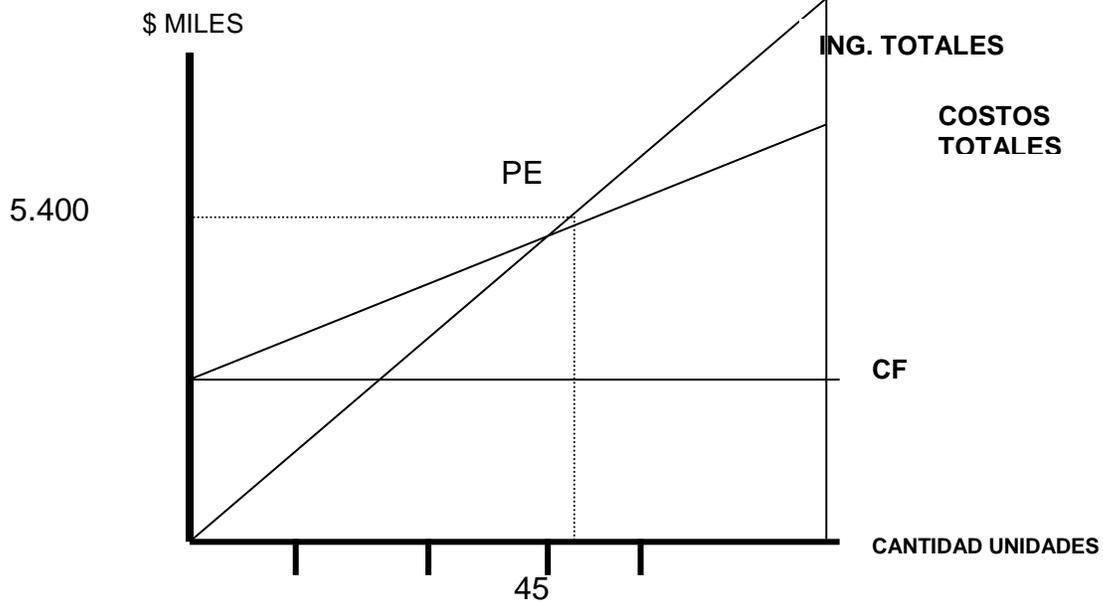
La grafica nos refleja que el punto de equilibrio de la lenteja esta en al vender 248 unidades, que multiplicado por el valor del bulto por unidad de venta en el año 2003 arroja un resultado de \$14.880.000, cifra que representa el 55% de los ingresos totales de ese año, lo que significa que logramos el punto de equilibrio a los 201 días después de poner en funcionamiento la empacadora.

Gráfica Punto equilibrio Arveja



La grafica nos refleja que el punto de equilibrio de la arveja esta en al vender 256 unidades, que multiplicado por el valor del bulto por unidad de venta en el año 2003 arroja un resultado de \$12.672.000, cifra que representa el 73% de los ingresos totales de ese año, lo que significa que logramos el punto de equilibrio a los 267 días después de poner en funcionamiento la empacadora.

Gráfica Punto equilibrio garbanzo



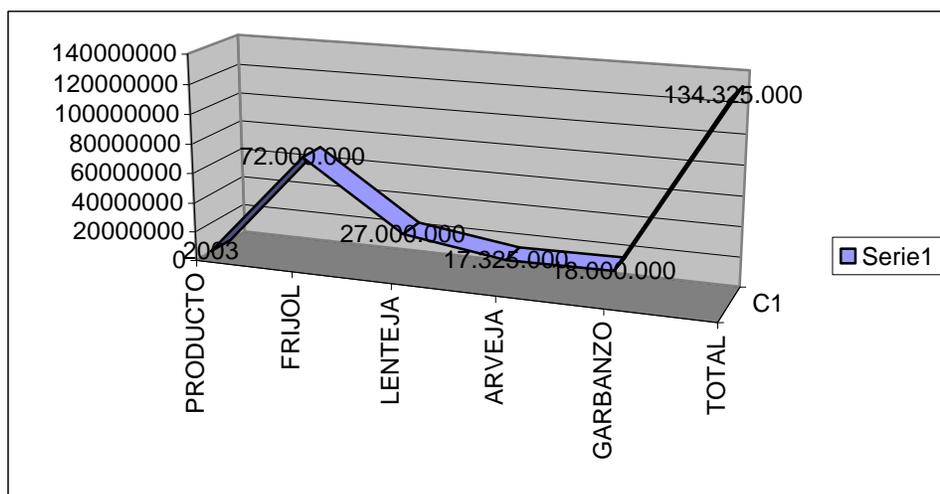
La grafica nos refleja que el punto de equilibrio de la garbanzo esta en al vender 110 unidades, que multiplicado por el valor del bulto por unidad de venta en el año 2003 arroja un resultado de \$5.400.00, cifra que representa el 36% de los ingresos totales de ese año, lo que significa que logramos el punto de equilibrio a los 110 días después de poner en funcionamiento la empacadora.

3.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Tabla. 31. Presupuesto de ingresos (venta de bultos de 62.5 kg)

| PRODUCTO | CANT. | VLR UNITARIO | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|--------------|-------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| FRIJOL | 800 | 90.000 | 72.000.000 | 82.800.000 | 95.220.000 | 109.503.000 | 125.928.450 |
| LENTEJA | 450 | 60.000 | 27.000.000 | 31.050.000 | 35.707.500 | 41.063.625 | 47.223.169 |
| ARVEJA | 350 | 49.500 | 17.325.000 | 19.923.750 | 22.912.313 | 26.349.159 | 30.301.533 |
| GARBANZO | 150 | 120.000 | 18.000.000 | 20.700.000 | 23.805.000 | 27.375.750 | 31.482.113 |
| TOTAL | | | 134.325.000 | 154.473.750 | 177.644.813 | 204.291.534 | 234.935.265 |

FUENTE: Análisis de los autores



El porcentaje de incremento es del 15% año tras año. Este porcentaje está integrado para los precios y las cantidades. El frijol es el producto de mayor rentabilidad debida a su mayor rotación.

Tabla. 32. Flujo neto de operación sin financiación

| DESCRIPCIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Total ingresos | 134.325.000 | 154.473.750 | 177.644.813 | 204.291.534 | 234.935.265 |
| Total costos | | | | | |
| Operacionales | 131.912.250 | 146.758.475 | 161.268.823 | 177.230.205 | 193.787.725 |
| Utilidad Operacional | 2.412.750 | 7.715.275 | 16.375.990 | 27.061.330 | 41.147.539 |
| Menos gastos financieros | \$ 0,00 | - | - | - | - |
| Utilidad gravable | 2.412.750 | 7.715.275 | 16.375.990 | 27.061.330 | 41.147.539 |
| Menos Imptos (35%) | 844.463 | 2.700.346 | 5.731.597 | 9.471.465 | 14.401.639 |
| Utilidad neta | 1.568.288 | 5.014.929 | 10.644.394 | 17.589.864 | 26.745.901 |
| Mas Depreciacion | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 655.000 | 655.000 |
| Mas Amortizacion de diferidos | | | | | |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | 3.223.288 | 6.669.929 | 12.299.394 | 18.244.864 | 27.400.901 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla. 33. Inversión en capital de trabajo en términos constantes

| DESCRIPCIÓN | - | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| CAPITAL DE TRABAJO | - | - | - | - | - | - |
| | 10.842.103 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | 985.646 |
| INVERSIÓN FIJA | - | | | | | |
| | 11.200.000 | | | | | |
| FLUJO NETO DE INVERSIÓN | - | - | - | - | - | - |
| | 22.042.103 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | 985.646 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla. 34. Flujo financiero neto del proyecto

| CONCEPTO | - | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| FLUJO NETO DE INVERSIÓN | - | - | - | - | - | - |
| | 22.042.103 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | -985.646 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | | 3.223.288 | 6.669.929 | 12.299.394 | 18.244.864 | 27.400.901 |
| FLUJO FINANCIERO NETO | - | 2.237.642 | 5.684.283 | 11.313.748 | 17.259.218 | 26415255 |
| | 22.042.103 | 2.237.642 | 5.684.283 | 11.313.748 | 17.259.218 | 26415255 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla. 35. Flujo neto de operación con financiación

| DESCRIPCIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Total ingresos | 134.325.000 | 154.473.750 | 177.644.813 | 204.291.534 | 234.935.265 |
| Total costos Operacionales | 131.912.250 | 146.758.475 | 161.268.823 | 177.230.205 | 193.787.725 |
| Utilidad Operacional | 2.412.750 | 7.715.275 | 16.375.990 | 27.061.330 | 41.147.539 |
| Menos gastos financieros | -1.069.308,56 | -898.637 | -698.952 | -465.320 | -191.970 |
| Utilidad gravable | 1.343.441 | 6.816.638 | 15.677.038 | 26.596.01 0 | 40.955.569 |
| Menos Imptos (35%) | 844.463 | 2.700.346 | 5.731.597 | 9.471.465 | 14.401.639 |
| Utilidad neta | 498.979 | 4.116.292 | 9.945.442 | 17.124.545 | 26.553.931 |
| Mas Depreciacion | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | 2.153.979 | 5.771.292 | 11.600.442 | 18.779.545 | 28.208.931 |

FUENTE: Análisis de los autores

Tabla. 36. Flujo financiero neto del proyecto

| CONCEPTO | - | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|-------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| FLUJO NETO DE INVERSIÓN | -22.042.103 | -985.646 | -985.646 | -985.646 | -985.646 | 2.685.000 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | | 2.153.979 | 5.771.292 | 11.600.442 | 18.779.545 | 28.208.931 |
| FLUJO FINANCIERO NETO | -22.042.103 | 1.168.333 | 4.785.646 | 10.614.796 | 17.793.899 | 30.893.931 |

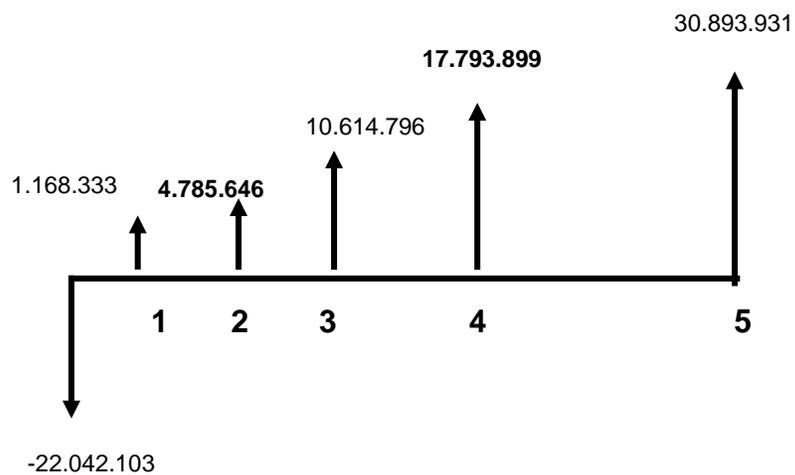
FUENTE: Análisis de los autores

4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para la evaluación financiera se utilizan los parámetros del V.P.N. T.I.R, RB/C, considerando una tasa de oportunidad del 15%

Valor presente neto



$$VPN = \sum VP(INGRESOS) - \sum VP(EGRESOS)$$

$$VP = \frac{VF}{(1 + ip)^n}$$

$$VP \text{ INGRESOS} = 37.147.441$$

VP EGRESOS = 22.042.103

V.P.N = 37.147.441 – 22.042.103

V.P.N = 15.105.338

El V.P.N. Es el indicador más confiable en la evaluación financiera del proyecto, indica la ganancia o pérdida que se obtendría al invertir en un proyecto frente a las oportunidades convencionales de inversión.

Teniendo una Tasa de oportunidad, del 15% EA, se presenta un V.P.N de \$ 15.105.338, lo cual indica que al invertir en este proyecto se obtiene esta cantidad de dinero más que si se hiciera otra inversión que renta el 15% EA. En conclusión bajo estas condiciones es muy favorable invertir en el proyecto, resulta ser rentable.

4.1.2 Tasa interna de retorno (T.I.R.). Es la tasa de interés que hace el V.P.N. igual a cero, es la tasa de interés que me refleja el 32% de rentabilidad del dinero invertido en el proyecto.

El procedimiento a seguir es:

- Utilizando el método del tanteo encontrar una Tasa de Oportunidad que genere un V.P.N. positivo y otra que genere un V.P.N. negativo.

- Se realiza el cálculo de la tasa definitiva mediante interpolación. La tasa de interés que resulta de este cálculo es la T.I.R. o tasa de interés correspondiente al rendimiento del proyecto

En nuestro caso la Tasa Interna de Retorno es del 32%.

Es un porcentaje muy superior en relación con el 15%, rendimiento que se obtiene al hacer otras inversiones.

4.1.3 Relación beneficio/costo. Este método se utiliza para evaluar proyectos de interés social o proyectos públicos cuyo financiamiento proviene de organismos internacionales orientados a acciones sociales.

$$RB/C = \frac{\sum it(1+i)^t}{\sum Et(1+i)^t}$$

$$Rb/c = 37.147.441 / 22.042.103 = 1.68$$

La Relación Beneficio Costo bajo las actuales circunstancias es de 1.68. Al ser un resultado mayor que uno (1), indica que el proyecto es atractivo ya que el Valor Presente de los ingresos es superior al Valor Presente de los egresos,

4.1.4 Análisis de sensibilidad

- Los ingresos disminuyen en el 10%

Tabla 37. Flujo Neto de operación (Disminución de Ingresos 10%)

| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Total ingresos | 122.113.636 | 127.664.256 | 133.467.177 | 139.533.867 | 145.876.315 |
| Total costos Operacionales | 131.912.250 | 146.758.475 | 161.268.823 | 177.230.205 | 193.787.725 |
| Utilidad Operacional | -9.798.614 | -19.094.219 | -27.801.646 | -37.696.338 | -47.911.410 |
| Menos gastos financieros | -1.069.308,56 | -898.637 | -698.952 | -465.320 | -191.970 |
| Utilidad gravable | -10.867.922 | -19.992.856 | -28.500.597 | -38.161.658 | -48.103.380 |
| Menos Imptos (35%) | -3.429.515 | -6.682.977 | -9.730.576 | -13.193.718 | -16.768.993 |
| Utilidad neta | -7.438.407 | -13.309.879 | -18.770.021 | -24.967.939 | -31.334.386 |
| Mas Depreciacion | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 |
| Mas Amortizacion de diferidos | -5.783.407 | -11.654.879 | -17.115.021 | -23.312.939 | -29.679.386 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | -5.083.033 | -2.589.716 | 1.943.361 | 7.628.150 | 15.334.861 |

Tabla 38. Flujo Financiero Neto (Disminución de Ingresos 10%)

| CONCEPTO | - | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| FLUJO NETO DE INVERSION | -22.042.103 | -985.646 | -985.646 | -985.646 | -985.646 | 2.685.000 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | | -5.783.407 | -11.654.879 | -17.115.021 | -23.312.939 | -29.679.386 |
| FLUJO FINANCIERO NETO | -22.042.103 | -6.769.053 | -12.640.525 | -18.100.667 | -24.298.585 | -26.994.386 |

- **Valor Presente Neto.** Al disminuir los ingresos en el 10%, el V.P.N. corresponde a \$-76.701.540 indicador de no rentabilidad frente a la tasa de oportunidad.

- **Tir.** La tasa interna de retorno es del -8% corroborando que el rendimiento es inferior a la tasa de oportunidad.

- **Rb/c -2.4**

- **Los costos aumentan en el 10%**

Tabla 39. Flujo Financiero Neto de operación (Aumento de los costos 10%)

| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Total ingresos | 134.325.000 | 154.473.750 | 177.644.813 | 204.291.534 | 234.935.265 |
| Total costos Operacionales | 145.103.475 | 161.434.323 | 177.395.705 | 194.953.225 | 213.166.498 |
| Utilidad Operacional | -10.778.475 | -6.960.573 | 249.108 | 9.338.309 | 21.768.767 |
| Menos gastos financieros | -1.069.308,56 | -898.637 | -698.952 | -465.320 | -191.970 |
| Utilidad gravable | -11.847.784 | -7.859.210 | -449.844 | 8.872.990 | 21.576.797 |
| Menos Imptos (35%) | -3.772.466 | -2.436.200 | 87.188 | 3.268.408 | 7.619.068 |
| Utilidad neta | -8.075.317 | -5.423.009 | -537.032 | 5.604.581 | 13.957.728 |
| Mas Depreciación | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 |
| Mas Amortizacion de diferidos | -6.420.317 | -3.768.009 | 1.117.968 | 7.259.581 | 15.612.728 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | -5.651.225 | -2.925.433 | 2.041.229 | 8.271.423 | 16.721.807 |

Tabla 40. Flujo Financiero Neto del proyecto (Aumento de costos 10%)

| CONCEPTO | - | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| FLUJO NETO DE INVERSIÓN | 22.042.103 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | 985.646 | 2.685.000 |
| FLUJO NETO DE OPERACIÓN | | 6.420.317 | 3.768.009 | 1.117.968 | 7.259.581 | 15.612.728 |
| FLUJO FINANCIERO NETO | 22.042.103 | 7.405.963 | 4.753.655 | 132.323 | 6.273.936 | 18.297.728 |

Valor Presente Neto. Al incrementar los costos en un 10%, el V.P.N es de \$ - 19.305.164,

Tasa Interna de Retorno. La tasa de interés correspondiente a esta rentabilidad es del -7%

Rb/c -0.124

4.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Según el estudio y análisis practicado a la información anterior, el proyecto para la creación de la empresa comercial RM&M LTDA, es una alternativa favorable pues genera una rentabilidad superior a la tasa de oportunidad.

Es importante tener en cuenta la recesión económica por la que atraviesa el país y la región, el orden social como principales variables externas que afectan el funcionamiento de cualquier empresa.

Al asumir este riesgo se está dinamizando el comercio, la economía, el empleo y oportunidades para los habitantes de Villavicencio, la creación de microempresas es apoyada e impulsada por el gobierno a través de sus instituciones regionales y nacionales, también se impulsa en forma indirecta otras actividades como el turismo, el deporte haciendo de Villavicencio y la región lugares acogedores con una visión progresista.

4.3 EVALUACIÓN ECOLÓGICA

A nivel ecológico el funcionamiento de la empresa no tendrá efectos negativos, pues no existen materiales contaminantes del medio ambiente, suelo, aire, agua.

Las basuras han de ser clasificadas por separado para el reciclaje especialmente el plástico, el cartón y desechos orgánicos.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los datos recolectados y analizados de las encuestas realizadas a comerciantes, distribuidores de cereales, se observa que en el mercado se presenta una demanda insatisfecha, debido a que gran parte de los consumidores no encuentran en el mercado productos que satisfagan sus requerimientos de servicio y calidad especialmente.

Por tal razón, es factible la ubicación de un punto exclusivo de venta de Cereales ya sea importados o producidos por el suelo Colombiano que cuente con servicio excelente incluida la atención a domicilio, precios competitivos y ofrecer créditos a corto y mediano plazo.

Las exigencias más notables en el consumidor son: calidad de los productos, atención y servicio oportuno, precios favorables y formas de pago. Se determinó, que el mercado potencial para la distribuidora de Cereales son los mayoristas de las galerías san Isidro y Siete de Agosto.

En la parte técnica se debe contar con una base de datos para control y visitas a los clientes mayoristas, e impulsar de una manera muy importante aspectos como el precio, la calidad, la presentación del producto, el servicio en el momento de la venta y postventa para mejorar y posicionarse como empresa competente.

RECOMENDACIONES

Adaptar todas las medidas necesarias, para lograr que cada etapa del proyecto obtenga los resultados esperados.

Buscar alternativas viables que permitan la ampliación del mercado objetivo.

Lograr nuevos capitales de trabajo con el fin de ampliar la capacidad instalada y abarcar toda la demanda insatisfecha.

Este proyecto esta estructurado de tal forma que no causará impacto ambiental aunque se quisiese ampliar la cobertura del mercado.

El proyecto para la creación de la empresa comercial RM&M LTDA., es una alternativa favorable pues se demostró una rentabilidad superior a la tasa de oportunidad.

GLOSARIO

Vendedor: Persona que comercia con los productos de un fabricante.

Almacenes de distribución: instalaciones para el almacenamiento y el reenvío. Se usan para facilitar el movimiento rápido de bienes cuando se comercia con zonas remotas en relación con el punto de fabricación.

Análisis del punto de equilibrio: evaluación financiera del potencial de ganancia de precios alternativos.

Análisis estadístico de la demanda: conjunto de procedimientos estadísticos diseñados para descubrir los factores reales más importantes que afectan a las ventas y su influencia relativa.

Canal de distribución: conjunto de formas e individuos que tienen derechos, o ayuda en la transferencia de derechos, del bien o servicio particular a medida que pasa del productor al consumidor.

Censo: recopilación de datos para fines de investigación del mercado.

Ciclo de vida del producto: trayectoria que sigue un producto desde su concepción hasta su eliminación de la línea. Las etapas incluyen introducción, crecimiento, madures y declinación.

Comportamiento del consumidor: manera en que un individuo llega a las decisiones relativas a la selección, compra y uso de bienes y servicios.

Comprador: la persona que hace la compra.

Comunicación: transmisión de un mensaje de un emisor a un receptor.

Costos fijos: costos que no varían con los cambios en la producción; o rendimiento; por ejemplo, alquiler, depreciación, seguro, etc.

Costos variables: los costos que cambian al variar los niveles de producción. Véase costos fijos.

Demanda: los deseos de los individuos que se encuentran respaldados por el poder adquisitivo.

Detallista: persona o compañía perteneciente a una cadena de mercadotecnia que vende productos al consumidor final.

Distribuidor: mayorista que adquiere el título de los bienes que maneja.

Encuesta: estudios de investigación del mercado que se desarrolla preguntándoles a los participantes cuestiones concretas, con el fin de obtener información sobre actitudes, motivos y opiniones. Esta clase de estudios se ejecutan cara a cara, por teléfono o por correo.

Etiqueta: sector de identificación de un paquete que contiene generalmente el nombre de marca, el del fabricante o distribuidor, los ingredientes del producto y usos sugeridos.

Mayorista: intermediario que adquiere el título de los bienes que maneja.

Mercado meta: conjunto bien definido de clientes cuyas necesidades proyecta satisfacer la compañía.

Muestreo: proceso de seleccionar una cantidad representativa de personas de un universo dado, con el fin realizar una investigación de mercado.

Utilidad: valor que posee un bien o servicio dados por un individuo.

BIBLIOGRAFÍA

CASTRO MEJÍA, venildo, Economía de le Empresa Bogotá, UNISUR, 1998

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial Guadalupe. Santafé de Bogotá,1996.

CORPES ORINOQUIA, La Orinoquía Colombiana. Visión Monográfica. Ed. Segunda, 1997.

GUALTEROS VILLARREAL, Omar. Matemáticas Financieras Aplicadas a los Negocios. Editores gráficos de Colombia. Santafé de Bogotá, 1997.