

**ESTUDIO DE FATIBILIDAD PARA CREAR UNA FERRETERIA
EN EL MUNICIPIO DE EL CERRITO
DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA**

**HUGO VICTOR AYALA TEZ
EFREN RIVAS ASPRILLA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES ECONOMICAS
Y DE NEGOCIOS – ECACEN
TECNOLOGÍA EN GESTION DE OBRAS CIVILES Y CONSTRUCCIONES
PALMIRA
2 0 1 1**

**ESTUDIO DE FATIBILIDAD PARA CREAR UNA FERRETERIA
EN EL MUNICIPIO DE EL CERRITO
DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA**

**HUGO VICTOR AYALA TEZ
EFREN RIVAS ASPRILLA**

**Trabajo de Grado presentado como
Requisito para optar al título de
Tecnólogo en Gestión de Obras Civiles y Construcciones**

Asesor:

OSCAR EDUARDO SANCHEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES ECONOMICAS
Y DE NEGOCIOS – ECACEN
TECNOLOGÍA EN GESTION DE OBRAS CIVILES Y CONSTRUCCIONES
PALMIRA
2 0 1 1**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Trabajo de Grado, aprobado por el Comité del Plan de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, sede Palmira, válido como requisito parcial para optar al Título de Tecnólogo en Gestión de Obras Civiles y Construcciones

Presidente

Jurado

Jurado

Palmira - Valle del Cauca, Septiembre de 2011

DEDICATORIA

A Nuestros padres, esposas e hijos y demás familiares, que supieron fomentar en mí el espíritu por el estudio y el trabajo.

A nuestros amig@s por su paciencia y delicados consejos que permitieron con sus sentimientos valorar nuestro trabajo diario.

A nuestros profesor@s y compañer@s de quienes compartimos sus experiencias y conocimientos.

A nuestra “alma mater” la UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD por acogernos en sus claustros y dar lo mejor de su calidad y compromiso.

A todos aquellos con quienes compartimos para la realización del presente hecho académico y que sus logros compartidos sean perennes.

Hugo Víctor

Efren

AGRADECIMIENTOS

Los autores, expresa sus agradecimientos a:

Dios: por permitirnos llevar a cabo a cada uno nuestras metas; así como, el apoyo de nuestros familiares, quienes con sus esfuerzos y apoyo nos acompañan —paso a paso— al alcanzar logros y objetivos en la vida.

A la UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD por concedernos ante su calidad académica e instalaciones; por adquirir conocimientos. A los directivos, docentes y administrativos: quienes hicieron partícipes directos, con su sabiduría, conocimientos y experiencias; contribuyendo así en nuestra formación profesional.

A los Educadores de las diversas áreas; al Dr. Julio César Montoya y al docente: Herman Belalcázar Ordoñez al brindarnos la oportunidad y la orientación temática en el desarrollo del presente proyecto de investigación, evidente en esta presentación.

Gracias a todas aquellas personas que con su apoyo moral, e intelectual permitieron facilitar éste anhelado proyecto educativo.

Los Autores

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3 SISTEMATISACION DEL PROBLEMA	16
2. JUSTIFICACION	18
2.1 IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO	18
2.2 IMPACTO AMBIENTAL	19
2.3 LOS BENEFICIOS PARA LOS CLIENTES	19
3. OBJETIVOS	21
3.1 OBJETIVO GENERAL	21
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	21
4. MARCO REFERENCIAL	22
4.1 ENTORNO INTERNACIONAL	22
4.2 ENTORNO NACIONAL	23
4.3 ECONOMICO	26
4.4 MARCO TEORICO	28
4.4.1 Marco Conceptual	28
4.4.2 ¿Qué es la factibilidad?	28
4.4.3 Información requerida para determinar la factibilidad de un proyecto	31
4.4.4 Perfil	37
4.5 MARCO LEGAL	37
5. DISEÑO METODOLOGICO	42
5.1 METODO INDUCTIVO	42
5.2 TIPO DE INVESTIGACION: DESCRIPTIVA	42
5.3 HIPOTESIS DE TRABAJO	43
5.4 VARIABLES	43
5.5 INDICADORES	44
5.6 UNIDAD DE ANÁLISIS	44
5.7 POBLACION	45
5.8 FUENTES	46
5.8.1 Fuentes terciarias	46
6. PRESUPUESTO	47

	Pág.
6.1 OBJETIVO GENERAL	47
6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	47
6.3 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACION	47
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	48
7.1 DIAGRAMA DE GANNT	48
8. ESTUDIO DE MERCADO	49
8.1 OBJETIVO GENERAL	49
8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	49
8.3 CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS	49
8.4 PRODUCTOS BÁSICOS	51
8.5 LISTADO DE PROVEEDORES	53
8.6 CARACTERIZACIÓN DE LOS CLIENTES - CONSUMIDORES	54
8.7 DELIMITACIÓN DEL MERCADO	55
8.7.1 Delimitación de la Demanda	56
8.7.2 Delimitación de la Oferta	56
8.8 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO	56
8.8.1 Tasa de Crecimiento de la Población	56
8.8.2 Crecimiento de la Vivienda en el municipio de El Cerrito	57
8.8.3 Proyección de la demanda mediante el método de tasa de crecimiento poblacional	58
8.8.4 Determinación de la demanda	58
8.9 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DEL PRODUCTO	59
8.9.1 Medición de la Oferta	59
8.10 FORTALEZA DE LA COMPETENCIA	61
8.11 VENTAJAS COMPETITIVAS	62
8.11.1 Materia Prima	64
8.11.2 Precio	64
8.11.3 Análisis del Precio	64
8.11.4 Establecimiento del Techo o Precio del Mercado	65
8.11.5 Determinación del Piso o Costos del Proyecto	65
8.11.6 Precio Unitario	67
8.11.7 Determinación del Precio de Venta del Proyecto	67
8.11.8 Proyección de los Precios	68
8.12 SISTEMAS DE COMERCIALIZACION	71
8.12.1 Canales de Comercialización	71
8.12.2 Estrategia de Comercialización	71
8.12.3 Segmentación del Mercado y Mercado Meta	72
8.12.4 Posicionamiento en el Mercado	73
9. ESTUDIO TÉCNICO	75

	Pág.
9.1 OBJETIVO GENERAL	75
9.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	75
9.3 TAMAÑO DEL PROYECTO	75
9.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	75
9.4.1 Macro – Localización	75
9.4.2 Micro – Localización	76
9.4.2.1 Localización Geodésica	76
9.4.2.2 Coordenadas geográficas	76
9.4.3 Análisis Técnico	78
9.4.3.1 Proceso Productivo	78
9.4.3.2 Inversión Fija en Muebles y Enseres	79
9.4.3.3 Inversión Diferida en Obras Físicas (Adecuación)	80
10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	81
10.1 OBJETIVO GENERAL	81
10.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	81
10.3 ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	81
10.4 CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD	82
10.5 COSTO MENSUAL Y ANUAL SEGÚN CARGO	84
10.6 ORGANIGRAMA DE LA FERRETERÍA	84
10.7 DESCRIPCION DE LOS CARGOS	85
10.8 PROGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL	88
10.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL	92
11. ESTUDIO FINANCIERO	93
11.1 OBJETIVO GENERAL	93
11.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	93
11.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	93
11.3.1 Conclusión	94
11.4 CAPITAL DE TRABAJO	96
11.5 PROYECCIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO CON INCREMENTO EN UN MES SEGÚN TASA DE INFLACIÓN (3%)	97
11.5.1 Calculo del capital de trabajo por incremento de las ventas	97
11.5.2 Proyección de capital de trabajo términos corrientes /mes	99
11.5.3 Proyección del ingreso operacional para el horizonte del proyecto (términos corrientes)	99
11.5.4 Proyección costos operativos del proyecto (términos corrientes)	101
11.6 FINANCIAMIENTO	102
11.6.1 Programa de amortización del crédito (términos corrientes)	103
11.7 ESTADO FINANCIERO	107
11.7.1 Balance general	107
11.7.2 Estado de Resultados	108

	Pág.
11.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	108
12. EVALUACIÓN PRIVADA DEL PROYECTO	109
12.1 OBJETIVO GENERAL	109
12.2 OBJETIVOS ESPECÍFOS	109
12.3 EVALUACION FINANCIERA	109
12.3.1 Flujo de fondos con financiamiento para el inversionista	109
12.3.2 Flujo de fondos del proyecto	110
12.3.3 Análisis se Sensibilidad Disminución de Ventas 10%	110
12.4 EVALUACIÓN SOCIAL	110
12.5 EVALUACIÓN AMBIENTAL	111
CONCLUSIONES	113
BIBLIOGRAFÍA	114
ANEXOS	116

LISTA DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1	Crecimiento del PIB	25
Tabla 2	Variación de Ventas del Comercio Minorista Nacional	27
Tabla 3	Disposiciones Legales para los comerciantes	34
Tabla 4	Pagos obligatorios de seguridad social	35
Tabla 5	Leyes Tributarias	36
Tabla 6	Definición del producto	50
Tabla 7	Otras Líneas de Productos	52
Tabla 8	Crecimiento de la vivienda en el Municipio de El Cerrito	57
Tabla 9	Proyección de la población del municipio del Cerrito Valle	58
Tabla 10	Identificación de los principales oferentes de materiales en el municipio del cerrito	60
Tabla 11	Precio promedio ponderado según precios de la Competencia	65
Tabla 12	Costos operativos del proyecto (consolidado – 1 año)	66
Tabla 13	Determinación del precio unitario	67
Tabla 14	Proyección de Precios	68
Tabla 15	Proyección de compras	69
Tabla 16	Proyección de ventas	70
Tabla 17	Distribución de los Costos	95
Tabla 18	Flujo de fondos con financiamiento para el inversionista (termino corriente)	104

		Pág.
Tabla 19	Flujo de fondos del proyecto (termino corriente)	105
Tabla 20	Análisis de sensibilidad – disminución de ventas 10 %	106

LISTA DE FIGURAS

		Pág.
Figura 1	Producto Interno Bruto (PIB)	25
Figura 2	Canales de Comercialización	71
Figura 3	Croquis de micro localización de la ferretería	78

INTRODUCCION

La creación y permanencia en el mercado de una empresa comercializadora, no solo se debe a las buenas ventas, sino a un plan con buenos criterios; y la colaboración de los empleados; en conjunto de una buena misión y una excelente visión del negocio, además resulta importante tener un excelente control contable ya que estos son una especie de semáforos internos por el que las ventas reflejan el comportamiento de las utilidades; esto se conoce por los estados de resultados o balances además a partir de un adecuado filtro de compras.

Se formularon estrategias de aplicabilidad ante el cambio por procesos de calidad en la ferretería “Los Samanes” a fin de aprovechar las oportunidades en el mercado y reducir las no conformidades; así como las amenazas que se generan en el nivel externo de la empresa.

Se identifican así desde el plan inicial una serie de etapas principales ante los productos y servicios complementarios que indican fuentes de recursos y la durabilidad de los insumos; así que no solo es competir en los precios; se debe usar técnicas especiales con los nuevos propietarios de vivienda para así llamar la atención y se volqueen a utilizar nuestros productos e insumos de la construcción.

Durante los primeros años la empresa aprovechará las oportunidades del sector, tratara de disminuir las amenazas frente a la competencia y fortalecer las debilidades por medio de las estrategias de la gestión de la calidad en cuanto a los productos ofrecidos como también a la clase de servicio prestado a los clientes; tales como una excelente atención y una buena asesoría en cuanto a los productos requerido y al cálculo de las cantidades necesarias para la ejecución de su obra.

Pensamos inicialmente que el soporte de éste diseño de procesos es extenso y debe estar cimentado en un esquema de administración hacia las personas, con el fin de preparar la empresa para asumir con buenos resultados los posibles cambios a que se vea expuesta.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El DANE “departamento administrativo nacional de estadística” arroja en uno de sus datos la siguiente información: para el censo el expresa un gran déficit de vivienda¹ en el departamento del valle del cauca, se considera la necesidad de construir un promedio 242 377 viviendas para afrontar dicha ausencia, el gobierno nacional ha realizado grandes medidas de choque para combatir este flagelo social, por medio de auxilios para las viviendas de interés social a cargo del ministerio de medio ambiente y vivienda.

Esta problemática no es ajena al sector FERRETERO ya que están ligados a todos los sistemas de la construcción siendo proveedores de la materia prima, y dando una oportunidad de mercado el municipio de EL CERRITO VALLE, como todos los municipios del departamento cuenta con un gran porcentaje de esta carencia de vivienda ya que su crecimiento de la población avanza a pasos agigantados hondando más esta problemática, por tal fin han llegado y creado empresas de la construcción para atender la necesidad de vivienda del pueblo cerretano, estas empresas por reglamentación del gobierno han fijado unos costos máximos y unas rentabilidades en este negocio, se trazan unos lineamientos dejando las obras en terminación media, dejando en mano del nuevo propietario la etapa de ampliación, obra gris, obra blanca y lucimiento de las viviendas.

Uno de los grandes inconvenientes del sector en desarrollo del municipio de cerrito está dada en el desplazamiento que hay que realizar para la obtención de estos materiales de construcción ya que los negocios ferreteros se encuentran ubicados en la parte central del municipio, incurriendo en costos adicionales de

¹ www.minoambiente.gov.co/contenido/conten

desplazamiento y gastos de transporte de los materiales hacia las nuevas urbanizaciones.

LA FERRETERÍA LOS SAMANES pensando en la comodidad de nuestros clientes se establecerá en el área de influencia de la construcción y desarrollo del municipio reduciendo los costo de trasporte, y ofreciendo unos buenos precios los cuales estarán al alcance de la capacidad económica de nuestros clientes, pensando siempre en la oportunidad de mejorar la calidad de habitad de los cerretanos.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible crear una ferretería en el área de desarrollo en el municipio del cerrito Departamento del valle?

1.3 SISTEMATISACION DEL PROBLEMA

¿Existen una ferretería en el sector de expansión de vivienda en el Cerrito Valle?

¿Cómo se ha prestado el servicio al cliente en las ferreterías del municipio?

¿Cuáles son características que deben identificar los productos de venta en las ferreterías teniendo en cuenta el conocimiento técnico del cliente y de las personas que trabajan en el sector de la construcción?

¿Qué porción de la población económicamente activa del municipio del CERRITO es el segmento de mercado que garantizará la sostenibilidad económica de la ferretería LOS SAMANES, su crecimiento y permanencia en el tiempo?

¿Cuáles tendencias de servicios y tecnológicas enmarcaran los procesos operativos, en relación a las ventas?

¿Cómo deber ser la infraestructura de la FERRETERIA LOS SAMANES, para cumplir con una excelente eficiencia y así poder generar buenos dividendos para los propietarios?

¿Cuáles son las fases de estudio que deben implementarse para determinar la factibilidad de la inversión?

2. JUSTIFICACION

El proyecto de la creación de la empresa ferretera **LOS SAMANES** en el área de influencia del desarrollo del municipio del el cerrito valle es importante ya que trae consigo impactos 1) sociales y económicos 2) Impacto ambiental 3) Beneficio al cliente del sector y sus alrededores, dándole un buen servicio de suministros, bienes y servicios con calidad y orientación en los procesos constructivos de sus viviendas.

Se tendrá una estructura definida en las diferentes áreas de la ferretería y se tendrá bien distribuida las funciones de las personas dentro de la organización. La Ferretería los Samanes, desde su fundación se direcciona hacia los procesos de Gestión de la calidad en las materias primas y enfoque del control de los procesos internos.

2.1 IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO

El municipio del El Cerrito por su buena ubicación topográfica cuenta con un privilegio en el ámbito de la construcción, esto ha ayudado a que los gobernantes fijen sus propuestas de vivienda en el municipio, bajando el índice de vivienda faltante, haciendo un aporte a la sociedad cerretana. La ferretería **LOS SAMANES** con su ubicación en el área de mayor influencia en la construcción del municipio, colaborara a la sociedad al mejoramiento de su calidad de vida dando bienestar y cercanía de materiales para la ampliación y terminación de sus viviendas con un servicio de domicilio en tiempos menores y evitando los largos desplazamiento al momento de necesitar productos de construcción. En lo económico la ferretería los Samanes trae consigo la creación de empleo a personas cercanas a su área de influencia, además contaremos con precios competitivos para el sector, esto debido a que tenemos una reducción en los costos de entrega en la obra debido a nuestra cercanía a las viviendas pertenecientes al mercado potencial.

2.2 IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental² que generara la ferretería los samanes se han considerado como impactos sostenibles ya que por ser empresa del sector comercial nos dedicaremos a la compra y venta de productos terminados, causando un mínimo de daño al sistema ambiental. Para el consumo de servicios públicos como agua, energía optaremos por reducir el consumo a solo lo necesario y en cuanto a la recolección de basuras estableceremos medidas de choque basadas en el manejo de los residuos sólidos, para los productos solventes tomaremos medidas de como la construcción de muros³ en el lugar del almacenaje para evitar una posible contaminación del suelo o acuíferos⁴ esto teniendo en cuenta que el área de trabajo debe ser pavimentada

2.3 LOS BENEFICIOS PARA LOS CLIENTES

Debido que en el área de desarrollo del municipio no existe una ferretería y las existentes se encuentran ubicadas en el núcleo central del municipio nos permitirá realizar una reducción en el tiempo de entrega y con esto agilizar un poco los procesos de construcción de las viviendas, evitando retrasos en la ejecución de las mejoras encareciendo el costo de sus obras, de igual forma el cliente se verá beneficiado con unos productos de calidad: reglamentado por las normas ISO⁵ de

² **Impacto ambiental** el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos.

³ <http://www.pacanal.com/esplielegal/reglamantos/security/safety/128>

⁴ Formación geológica subterránea compuesta de grava, arena o piedra porosa, capaz de almacenar y rendir agua

⁵ **ISO 9000** designa un conjunto de normas sobre calidad y gestión continua de calidad, establecidas por la Organización Internacional http://es.wikipedia.org/wiki/norma_iso_9000

calidad, por las normas NSR⁶ de la construcción sismo resistente actualizada en el año 2010, también nuestros usuarios contarán por un par de personas detrás del mostrador con alto bagaje en los procesos de diseño, construcción y en el sistema eléctrico de las viviendas, los cuales prestarán asesoría a los clientes que lo requieran como servicio adicional.

⁶ La **Norma Sismo resistente 2010 (NSR-10)** es una norma técnica colombiana encargada de reglamentar las condiciones con las que deben contar las construcciones con el fin de que la respuesta estructural a un sismo sea favorable <http://es.wikipedia.org/wiki/NSR-10>

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de crear una ferretería en el sector de expansión y desarrollo en El Cerrito (Valle).

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la viabilidad del mercado.
- Determinar la viabilidad organizacional.
- Determinar la viabilidad financiera.
- Determinar la viabilidad técnica.
- Determinar la viabilidad ambiental y social.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 ENTORNO INTERNACIONAL

- **ECONOMICO**

El balance de 2010 es hasta ahora positivo para el sector ferretero⁷. Tanto las ventas como los pedidos se han incrementado. A partir del primer semestre de 2010, el sector del comercio empezó a evidenciar una notable mejoría en cuanto a su comportamiento. Si bien se esperaba que los rezagos de la desaceleración económica continuaran y que el clima allí generado desestimulara el ritmo de compra de los consumidores, los efectos actuaron en contravía. Por un lado, el ambiente de recesión se fue dispersando con lo cual desapareció la “prevención” hacia las compras y, por otra parte, el precio del dólar que continuó con su ritmo a la baja– favoreció la comercialización de las materias primas importadas. Muestra de lo anterior se evidencia en la encuesta Pyme 2010 desarrollada por la Asociación de Instituciones Financieras (Anif)⁸, durante el primer semestre de este año. Allí, el 40% de los comerciantes reportó mejorías en su situación económica durante el segundo semestre de 2009. De acuerdo con el estudio, “al igual que el sector industrial, las Pymes del sector comercio presentaron una importante recuperación en la percepción de su situación actual con respecto a un año atrás cuando el balance de respuestas a esta pregunta fue de cero”. en 2009 inició la recuperación Según el informe de Anif, la percepción de los comerciantes empezó a mejorar a finales de 2009. Para entonces, el sondeo realizado demostró que la situación económica de los establecimientos y los niveles de pedidos se empezaron a incrementar. A partir de un sondeo realizado por la institución, en el cual se determina el índice de respuestas positivas a una

⁷ www.fierros.com.co/revistaedicion3/negocio

⁸ Asociación de instituciones financieras

situación específica, tanto en la situación económica (14), como en el volumen de ventas (5); los índices para el sector ferretero fueron positivos. Sin embargo, los establecimientos de este tipo continuaban preocupados por dos aspectos de notable relevancia: en primera instancia, los ferreteros se reportaron pesimistas ante los márgenes que les dejaban los productos comercializados, donde el índice de respuesta fue de (-13); y en segunda, el número de trabajadores de estos locales se redujo, si se deduce del índice de (-4) con el cual fue calificada esta variable.

Pero, lo más interesante del estudio es que el sector ferretero se evidenció como uno de los más optimistas dentro del comercio. Mientras el 35% de los comerciantes esperaba una mejor dinámica para sus negocios, en las ferreterías el índice de respuestas positivas fue de 39%, el más alto de todos los sectores. A la vez, el subsector se ubicó en el tercer lugar, tanto de los que esperaban un incremento en el volumen de las ventas, como entre quienes advierten un incremento en los pedidos para este año.

4.2 ENTORNO NACIONAL

El sector de las ferreterías en Colombia no ha tenido un comportamiento estable en los últimos años. De un 2007 generoso⁹, el mercado entraba a un prometedor 2008 que terminó por convertirse en el despertar de la desaceleración actual. Algunas de las razones para dicha situación saltan a la vista: la desaceleración económica mundial y la caída de las llamadas “pirámides”. Hechos que han contribuido negativamente.

En diciembre de 2005, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), publicaba Muestra Mensual de Comercio al por Menor. En ella aparecían

⁹ www.fierros.com.co/revista/edición3/negocio

las cifras del comportamiento de los **sectores minoristas**, entre los que se encuentran las ferreterías. Según este informe, las ferreterías se encontraban en el cuarto lugar de los segmentos de ventas del comercio al por menor, con un 19,65% del mercado. Las superaba la venta de automóviles, electrodomésticos y los equipos y muebles para oficinas.

En febrero de 2008, la promesa de ser un año rentable para el negocio de las ferreterías se estaba convirtiendo en realidad. En la muestra expedida por el Dane figuraba que entre enero y febrero de ese año las ventas reales del sector minorista crecieron en un 4,6%.

En éste sobresalía el comercio de ferreterías y pinturas, con variaciones positivas de 15,33 puntos. La ruta del sector seguía en acenso. Con respecto al mes anterior, las cifras aumentaban. La variación positiva era del 17,84% y el comportamiento entre enero y marzo había aumentado en 11,40%. El sector, aunque no ocupaba los primeros lugares de la muestra, continuaba con su crecimiento regular.

El Banco de la República informó sobre la inflación, la cual oscilaría entre el 7,5% y el 8% siendo la más alta desde el año 2000. Dicho parámetro superaba el porcentaje de 5,9% de 2007. Para este mes, las ventas reales del sector de las ferreterías caerían en un 7,8%. En diciembre de 2005, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), publicaba Muestra Mensual de Comercio al por Menor. En ella aparecían las cifras del comportamiento de los sectores minoristas, entre los que se encuentran las ferreterías.

El sector de minoristas¹⁰ comerciales como se conoce a las firmas de las ferreterías que a través de los últimos 5 años se ha caracterizado por dar gran

¹⁰ www.gestiopolis.com/recursos/documentosflles/eco/comeco

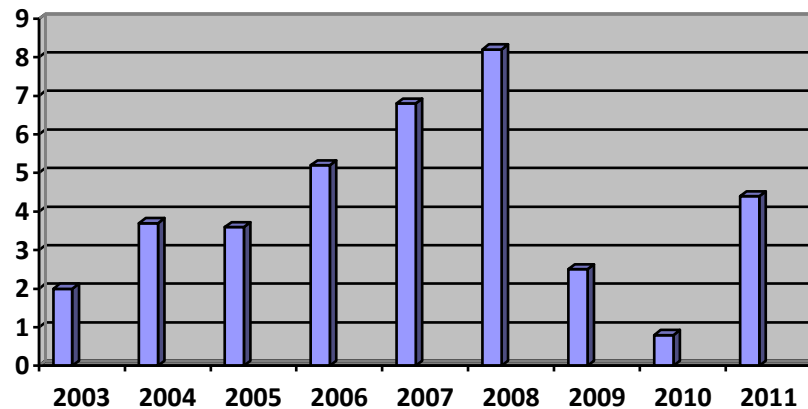
aporte al crecimiento del PIB¹¹ del país, conjuntamente con el sector de la construcción.

Tabla 1 – Crecimiento del PIB

AÑO	PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)TASA DE CRECIMIENTO REAL	POSICION	CAMBIO DE PORCENTUAL	FECHA DE INFORMACION
2003	2.00 %	134		2002
2004	3.70 %	88	85.00	2003
2005	3.60 %	117	-2.70	2004
2006	5.20 %	92	44.44	2005
2007	6.80 %	52	30.77	2006
2008	8.20 %	34	20.59	2007
2009	2.50 %	144	- 69.00	2008
2010	0.80 %	105	68.00	2009
2011	4.20 %	72	450	2010

Fuente: Informe Banco de la República

Figura 1 – Producto Interno Bruto (PIB)



Fuente: Informe Banco de la República

¹¹ <http://aprendeenlines.udea.edu.co/revista/index.php/conyuntura/article/view/7668/7090>

4.3 ECONOMICO

Estado actual de la industria: La conducta de crecimiento se ha debido principalmente a sí mismo al nivel nacional. La producción nacional que creció 4,3 por ciento durante el año pasado, con un remate por encima de lo esperado mientras se vivía la emergencia invernal.

En medio del desastre invernal de los últimos trimestres, la economía colombiana tuvo un desempeño mejor que el esperado. El producto interno bruto (PIB, lo que produce toda la economía) creció 4,6 por ciento en el último trimestre y, de esta manera, el crecimiento en el año completo fue de 4,3 por ciento.

El sector ferretero en Colombia se ha recuperado de manera importante. Así lo muestra un informe hecho por la Coordinación de Estudios Sectoriales de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), Seccional Bogotá.

Evolución % real por año de las ventas del comercio minorista, según grupos¹² de mercancías.

¹² www.sdp.gov.co/resources/No_11_comercio

Tabla 2 - Variación de Ventas del Comercio Minorista Nacional

GRUPOS DE MERCANCIAS	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Total comercio minorista	9,55	14,61	1021	050	-0.91	12.81
Total comercio minorista sin vehículo	7.48	11.54	.9.68	1.22	-0.07	7.44
Alimento bebidas no alcohólicas	4.16	6.69	0.96	-2.96	-2.96	2.64
Licores cigarrillo y cigarrillos	14.53	9.69	9.24	-2.97	-3.44	-0.81
Productos textiles y prendas de vestir	4.19	14.23	6.07	-0.20	.344	8.95
Calzado y artículos de cuero	12.73	15.38	11.92	7.31	11.63	18.59
Productos farmacéuticos	3.96	9.77	3.81	0.91	-1.60	-2.13
Productos de aseo personal y cosméticos	8.54	15.54	12.40	4.98	2.60	2.97
Electrodomésticos y muebles para el hogar	22.52	27.43	15.60	0.17	3.40	21.32
Artículos de uso domésticos	11.76	13.88	6.05	-2.93	-3.90	6.95
Productos para el aseo del hogar	13.81	11.87	5.68	0.54	-3.16	2.38
Muebles y equipos para oficina	35.55	104.17	7705	35.75	7.41	37.83
Libor, papelería, periódicos y revistas	-1.78	-5.45	5.67	2.64	-4.62	0.35
Artículos para ferretería vidrios y pinturas	5.78	7.86	18.56	0.61	4.02	20.48
Repuestos y accesorios para vehículos	4.65	16.48	4.59	2.00	-4.43	7.66
Vehículos automotores y motocicleta	28.97	28.56	30.50	-3.17	-18.18	18.07
Lubricantes para vehículos	2.61	3.67	1.98	2.50	-5.62	2.45

Fuente: Informe Banco de la República

4.4 MARCO TEORICO

4.4.1 Marco Conceptual. Desde la búsqueda de soluciones empresariales se aplican así las nuevas tendencias de mercadeo cuya preferencias son los clientes, Ahora bien, es en el manejo adecuado de la retroinformación con las nuevas plataformas tecnológicas según las necesidades de los cliente + proveedores & propietarios. Además, mediante la implementación de teorías administrativas el negocio ha de ser dirigido a la instrucción, capacitación de LOS PROCESOS que están bajo control del talento Humano; a tales, procesos se aplicará el concepto de atención al cliente, dado que es un intercambio de información y comunicaciones que le permitan acceder a los catálogos de productos buscando exteriorizar las ventas con una mejora altamente medible.

El direccionamiento de este marco se centra en buscar fuentes que brinde información teórica para el presente estudio de factibilidad dando respuesta a algunas preguntas del proyecto.

4.4.2 ¿Qué es la factibilidad?¹³ Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (estudio de factibilidad).

El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

¹³ <http://wikipedia.org/wiki/factibilidad>

Los tipos de factibilidades básicamente son:

- Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- Factibilidad económica: relación beneficio costo.
- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización.

Para cada solución factible, se presenta una planificación preliminar de su implementación.

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

Factibilidad Económica: Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema.

Factibilidad Comercial: Proporciona un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado. Asimismo, indica si existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto del sistema y de no ser así indica que es posible crear o abrir esas líneas para hacer llegar las mercancías o los servicios a los clientes que así lo desean.

Factibilidad Humana u Operativa: Se refiere a que debe existir el personal capacitado requerido para llevar a cabo el proyecto de la ferretería y así mismo, deben existir usuarios finales dispuestos a comprar los productos o servicios generados por la ferretería.

Factibilidad Técnica o Tecnológica: El proyecto de la ferretería los samanes será más comercial y su nivel de tecnología para adquirir será mínimo. Se dispondrá de los conocimientos y habilidades en el manejo métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo, de no ser así, si existe la posibilidad de generarlos o crearlos en el tiempo requerido por el proyecto.

Factibilidad Biológica O Ecológica¹⁴: En ella se requiere que se venere la vida de los seres vivos, tratando que la explotación sea regulada y no dar mal uso de los recursos para mantener un equilibrio entre los ecosistemas y su medio ambiente.

Factibilidad Organizacional: Determina si existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y una mayor eficiencia y coordinación entre los que diseñan, procesan, producen y comercializan los productos o servicios. Esta factibilidad puede ser difícil de determinar en proyectos innovadores o novedosos, dado que no hay una estructura previa conocida.

Factibilidad Legal: Se refiere a que el desarrollo del proyecto o sistema no debe infringir alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal, estatal o federal.

¹⁴ <http://es.wikipedia.org/factibilidad>

Factibilidad Política: Se refiere a que el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical, religioso, partidista, cultural, deportivo u algún otro relacionado con el ámbito del proyecto.

Factibilidad de Tiempo: En ella se verifica que se cumplan los plazos entre lo planeado y lo real, para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite.

4.4.3 Información requerida para determinar la factibilidad de un proyecto.

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión, Análisis de Mercado, Análisis Técnico, Análisis Financiero.

- a) **Análisis de mercado.** El estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción o de venta.
- b) **Análisis técnico.** El estudio técnico, entrega la información necesaria para determinar cuánto hay que invertir y los costos de operación asociados de llevar a cabo el proyecto.

Este estudio, responde las preguntas cuándo, cuánto, cómo y con qué producir el bien o servicio del proyecto.

Además, el estudio técnico permite definir el tamaño, la localización del proyecto, la tecnología que se usará y la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles.

La elección de un lugar determinado dependerá de diversos factores como disponibilidad y costo de mano de obra, factores del medio ambiente, medios y

costos de transporte, cercanía del mercado y de las fuentes de abastecimiento, disponibilidad de insumos, etcétera.

También, es posible determinar la estructura organizacional de la empresa y los recursos a utilizar en la operación del proyecto.

c) Estudio Administrativo. El estudio administrativo¹⁵, define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio, definiendo además las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo.

Dentro de la estructura administrativa es necesario considerar los siguientes aspectos:

Definición del personal necesario para llevar a cabo la gestión, como es el caso de gerentes, administradoras, personal de apoyo y de producción, entre otros.

Sistemas de información a utilizar en cuanto a contabilidad, ventas, inventario, etc.

Sistemas de prevención de riesgos, como rutas de escape frente a posibles siniestros.

Determinación de las actividades que se realizarán dentro y fuera de la empresa, es decir, de internalización y externalización.

¹⁵ http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo_y_estrategia_de_produccion.htm

d) El estudio legal¹⁶, influye directamente sobre los desembolsos en los que debe incurrir la empresa como son:

Gastos por constitución de la sociedad, como trámites municipales, notariales o del Servicio de Impuestos Internos (SII).

Restricciones en materia de exportaciones e importaciones de materia prima y productos terminados.

Restricciones legales sobre la ubicación, traduciéndose en mayor costo de transporte.

Disposiciones generales sobre seguridad, higiene y efectos sobre el medio ambiente, entre otras.

Además, el estudio legal da recomendaciones sobre la forma jurídica que adopte la empresa, ya sea como sociedad abierta, limitada, etcétera.

Código de Comercio: Disposiciones para el comerciante y para funcionamiento del establecimiento de comercio

¹⁶ http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas_y_apoyos/evalua-tus-recursos/oo81120/doc

Tabla 3 – Disposiciones Legales para los comerciantes

LEYES	TEMAS	DISPOSICIONES
<p>LEY 1879¹⁷ DEL 5 DEMAYO DEL 200</p>	<p>Requerimiento para abril un establecimiento comercial</p>	<p>por el cual se reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 de 1995 y se dictan otras disposiciones.</p>
<p>Los requisitos más importantes para la formalización legal de un negocio lo tiene definido el Estado colombiano son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Registro mercantil Registro de libros de contabilidad Certificado del uso de suelo Licencia sanitaria Certificado de seguridad expedido por el cuerpo de bomberos Lista de precios Inscripción al RUT Inscripción a industria y comercio 		

Fuente: Código de Comercio

¹⁷ <http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/044/paso-para-crear-una-empresa>

Código sustantivo del trabajo: El ministerio del trabajo o protección social ha decretado en el código del trabajo los siguientes porcentajes¹⁸ que debe pagar el empleador a sus empleados.

Tabla 4 – Pagos obligatorios de seguridad social

Seguridad social¹⁹			
	Porcentaje total	Empleador	Trabajador
Pensión	16%	12%	4%
ARP	Según el riesgo del trabajador	100%	
salud	12.5		4\$

Fuente: Código Sustantivo del Trabajo

Estudio tributario²⁰: Según la ley tributaria de nuestro país, las persona que realicen al año compras menores a 2500 UVT no está obligada a la entrega de factura siempre y cuando el cliente no la exija, caso contrario cuando en el periodo tributario se excede de este monto dando un paso al sistema de régimen (común) donde se debe ser retenedor del impuesto a las ventas IVA.

¹⁸ <http://gerencie.com/aportes-a-seguridad-social-en-el-2011.html>

¹⁹ Modulo legislación laboral de la unad

²⁰ Módulo de la legislación comercial de la unad

Tabla 5 – Leyes Tributarias

Leyes y decretos	Temas	Disposiciones
Sistema tributario²¹	Régimen común	Requisitos para la ferretería lo samanes
Persona jurídica ferretería los samanes (SAS) ²² Registro en libro de contabilidad Inscribirse en el RUT comercial Pedir las facturas que cumplan requisitos según Art 617 ²³ Declarar el IVA cada 60 días Declarar retención en la fuente Declarar el impuesto a la renta y los complementarios Informa ante la DIAN cuando la empresa por algún motivo de por terminada sus labores		

Fuente: Leyes Tributarias colombianas

e) Estudio Financiero: El estudio financiero, es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, ya que, cuantifica los beneficios y costos monetarios de llevarse a cabo el proyecto.

²¹ Registro calificado por Resolución MEN 435 de 06 de febrero de 2007

²² Sociedad por acciones simplificadas

²³ Código de comercio, Art. 774.

Requisitos de la factura. La factura deberá reunir, además de los requisitos señalados en los artículos 621 del presente Código, y 617 del Estatuto Tributario Nacional o las normas que los modifiquen, adicionen o sustituyan, los siguientes:

Su objetivo, es sistematizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para así determinar la rentabilidad del proyecto. Para esto se utiliza el esquema de los flujos de caja proyectados, para el periodo de tiempo que se considere relevante para la evaluación del proyecto.

El flujo de caja debe contener los siguientes elementos: inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto, ingresos y egresos de la operación, momento en que ocurren dichos ingresos y egresos, monto de capital de trabajo y valor de desecho o de salvamento del proyecto.

Los estudios mencionados anteriormente, que deben hacerse en la evaluación de proyectos, pueden variar en el nivel de profundidad y en el orden en que se haga cada uno de ellos, dependiendo de las características del proyecto en particular.

4.4.4 Perfil. Es la etapa más preliminar de la investigación, que se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia.

Generalmente, se presentan estimaciones globales y costos o ingresos, pero sin mayor exactitud en los datos y en las proyecciones realizadas. El nivel de perfil, da un primer bosquejo de lo que podría resultar el proyecto.

4.5 MARCO LEGAL

En el CAE de la Cámara de Comercio, se cuenta con asesoría especializada con respecto a todas las consultas y trámites para formalizar la empresa.

PARA PERSONA NATURAL

CONSULTAS PREVIAS

- 1. CONSULTA DE NOMBRE:** Asegurarse que el nombre comercial pensado para su nueva empresa no se encuentre registrado en una Cámara de Comercio a nivel nacional.
- 2. CONSULTA DE MARCA:** Verificar que el conjunto de signos y características del logo o lema que le identifican no están registrados en otro producto ante la superintendencia de Industria y Comercio.
- 3. CONSULTA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:** Clasifique su actividad económica según el código CIIU²⁴ (**Código Industrial Internacional Unificado**) para su actividad empresarial.
- 4. Consulta de Uso de Suelo:** Se debe constatar que la ubicación del establecimiento abierto al público puede desarrollar su actividad en la dirección escogida para cumplir con el POT (Plan de Ordenamiento Territorial).

²⁴ La **Clasificación Internacional Industrial Uniforme** (siglas: **CIU**) es la clasificación sistemática de todas las actividades económicas cuya finalidad es la de establecer su codificación armonizada a nivel mundial. Es utilizada para conocer niveles de desarrollo, requerimientos, normalización, políticas económicas e industriales, entre otras utilidades.

Cada país tiene, por lo general, una clasificación industrial propia, en la forma más adecuada para responder a sus circunstancias individuales y al grado de desarrollo de su economía. Puesto que las necesidades de clasificación industrial varía, ya sea para los análisis nacionales o para fines de comparación internacional. La Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) permite que los países produzcan datos de acuerdo con categorías comparables a escala internacional.

La CIIU desempeña un papel importante al proporcionar el tipo de desglose por actividad necesario para la compilación de las cuentas nacionales desde el punto de vista de la producción.

TRAMITES REQUERIDOS

1. PRE - Inscripción en el RUT para asignación del Nit.
2. Realizar Matricula Mercantil en la Cámara de Comercio (El usuario debe presentarse en la Cámara de Comercio con cédula original y fotocopia, en caso de que el titular de la matricula no se pueda hacer presente).

Importante: Una vez matriculado en la Cámara de Comercio debe presentarse en industria y Comercio dentro de los 30 días siguientes para asignación del RUIIC (Registro Único de Industria y Comercio) cumplir con sus tributos Municipales.

CON LA INSCRIPCIÓN EN CÁMARA DE COMERCIO OBTIENE:

- Matricula Mercantil.
- Inscripción al RUT de la DIAN y asignación del número de Identificación tributaria NIT.
- La inscripción en Industria y Comercio para pagos posteriores del impuesto s Notificación en Plantación Municipal , Secretaria de Salud y Bomberos, para visita de control y vigilancia.

OTROS TRÁMITES

(Dependen del Funcionamiento y Características de la Empresa)

SAYCO Y ACINPRO: Para obtener paz y salvo. Es necesario para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causante de pago por derechos de autor.

REGISTRO INVIMA: En caso que la empresa vaya a procesar o manipular alimentos debe cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la ley 9ª de 1979.

OBLIGACIONES LABORALES

1. Elaborar y suscribir contratos de trabajo.
2. Para garantizar la seguridad de sus empleados debe realizarse la inscripción en :

EPS: Empresa Promotora de Salud

ARP: Administradora de Riesgos Profesionales

AFP: Administradora de fondos de Pensiones y Cesantías

AFC: Administradora de Cesantías

Caja de Compensación Familiar: Parafiscales

3. Cumplir con las prestaciones Sociales a cargo exclusivo de los empleadores:

Prima de servicios

Calzado y vestido de labor

Auxilio de cesantías

Intereses de cesantías

Vacaciones

Auxilio de transporte

4. Cumplir con las obligaciones laborales periódicas de los empresarios:

Aportes parafiscales

Afiliación y aportes a la seguridad Social
Obligación de deducir y retener ingresos de asalariados
Obligación de expedir certificados de ingresos y retenciones
Obligación de informar

PARA FORMALIZARSE COMO PERSONA JURÍDICA

Además de los anteriores, los siguientes:

- 1. Trámite Notarial:** Para constituirse como sociedad lo puede hacer por escritura pública o por documento privado (ley 1014 de 2006), si se trata de una empresa Unipersonal (E.U.), puede diligenciar electrónicamente las minutas, a través del portal de Creación de Empresa.
- 2. Pago del Impuesto de Registro:** se debe realizar el pago de este impuesto en Rentas Departamentales (calle 30 No. 28-74 piso 2, tal 2759543), para ello debe de presentar copia simple del documento de constitución (escritura pública o documento privado).

5. DISEÑO METODOLOGICO

5.1 METODO INDUCTIVO²⁵

Es un proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que puedan ser aplicadas a situaciones similares a las observadas y las particulares que correspondan teniendo en cuenta su practicidad y capacidad de respuesta.

Este método se aplica en la empresa haciendo unos estudios de las funciones de cada uno de los empleados y de la estructura de cada una de las áreas funcionales que puedan operar en una pequeña empresa, ya que la sumatoria de todas las anteriores conducirán a identificar las fallas de la empresa **Ferretería “Los Samanes”**, y de esta manera dar solución a los problemas administrativos que le aquejan de niveles adecuados de desenvolvimiento relativo a su capacidad instalada, uso adecuado de recursos, disposición de ventas.

5.2 TIPO DE INVESTIGACION: DESCRIPTIVA

Como su nombre lo indica, tiene el propósito de describir sistemáticamente los hechos y características de una población dada o de un área de interés. Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o representación fidedigna del fenómeno estudiado a partir de sus variables. Describir en este caso no es sinónimo de medir, en este tipo de investigación se registran o miden las variables o conceptos con el fin de especificar las variables importantes de las personas, grupos, eventos, situaciones, elementos, artefactos, o cualquiera sea el objeto sometido al análisis.

²⁵ Es wikipedia.org/wiki/inductivismos,

Este tipo de investigación nos permite profundizar sobre la investigación: Descubrir y comprobar las posibles asociaciones de las variables de la investigación aplicada y participativa de los clientes internos y externos de la empresa observando los elementos con que se cuentan. Identificar las formas de conductas y actitudes de las personas que se encuentran, el universo de la investigación, esta observación lleva como respuesta una hipótesis que orienta la solución del problema o la variedad y complejidad que de ellos existan.

5.3 HIPOTESIS DE TRABAJO

- El proyecto es factible.
- El proyecto es factible pero no viable.
- El proyecto es factible si la evaluación integral del proyecto es verdadera.

5.4 VARIABLES

Las variables corresponden a las requeridas para caracterizar y definir el concepto en el que opera una ferretería, el mercado objetivo y calcular la demanda, la oferta, el precio y la comercialización del producto.

5.5 INDICADORES

Valor presente neto (VPN)	<ol style="list-style-type: none">1. La VPN se usa en la evolución de proyecto de inversión con largo plazo.2. Con el podemos determinar si las inversión realizada en laso de tiempo determinado se incrementara o si la oportunidad de negocio no es factible.3. Nos permite mirar al futuro o presente si el cambio del valor estimado es positivo o negativo.
Tasa interna de retorno (TIR)	<ol style="list-style-type: none">1. Es método para realizar cálculos entre la TIR y VPN y si se iguala a cero.2. Nos muestra la reinversión de los flujos de caja dentro de las operaciones realizadas en el negocio.3. Nos da los valores en porcentaje.

5.6 UNIDAD DE ANÁLISIS

Se identificó la población económicamente activa²⁶ en el municipio del Cerrito Valle y definiremos de la siguiente manera; como hombres y mujeres componen la fuerza laboral del municipio, se deben encontrar en muy buenas condiciones físicas para vincularse activamente a las fuerzas productivas de un sector económico. Comprende el total de la población habilitada para el trabajo.

²⁶ Es wikipedia.org/wiki/inductivismos,

5.7 POBLACIÓN

De acuerdo a la definición de Selitiz (1974), citado por Hernández³⁷ (1991:177), “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones²⁷ y sobre la cual se van a generalizar los resultados.

La población económicamente activa del municipio de Cerito, Departamento Valle del Cauca, representa el 55,57% del total de la población o 61.582 habitantes en el municipio y se estableció a partir de la pirámide de edades entre los 18 y los 59 años de edad, tomada del Anuario estadístico de El Cerrito. La expresión matemática para determinar el indicador porcentual de población económicamente activa, es como sigue:

$$\frac{\text{NHCDPPEA}}{\text{HAE}} \times 100 \% = \text{PEA} (\%)$$

Dónde:

NHCDPPEA: N° de habitantes clasificados dentro de la pirámide poblacional

Como económicamente activos:

HAB: N° de habitantes del municipio de El Cerrito:

PEA: Población Económicamente Activa

Reemplazando:

²⁷ <http://www.cdm.gov.co/sisbim/consulta/fichatecnica.php?ind=81>

³⁷ HERNANDEZ S., Roberto, *et al.* Metodología de la Investigación. McGraw-Hill, 1991. ISBN 968-422-931-3. P. 177

$\frac{34\ 227}{61\ 582} \times 100 (\%) = 55.5\%$

61 582

5.8 FUENTES SECUNDARIAS

Se consultaron estadísticas de la Cámara de Comercio, Anuario Estadístico del cerrito, Proyecciones 2009 del sector, DANE, Banco de la República.

5.8.1 Fuentes terciarias. El directorio telefónico de El Cerrito Valle del Cauca.

6. PRESUPUESTO

6.1 OBJETIVO GENERAL

El objetivo del presupuesto de determinar la inversión necesaria para realizar el estudio de viabilidad del proyecto “**FERRETERÍA LOS SAMANES**”.

6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cuál es el monto de la inversión que se debe realizar para el estudio de viabilidad del proyecto.
- Determinar los costos y gastos específicos empleados en la ejecución del proyecto.

6.3 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACION

<u>Financiero</u>	<u>Costos y gastos</u>
<i>Misceláneos.</i>	
Papelería	\$ 35.000.00
Viáticos	\$ 75.000.00
Libros auxiliares	\$ 35.000.00
Fotocopia	\$ 8.500.00
Tintas	\$ 80.000.00
Trabajo de campo	\$ 125.000.00
Honorarios	\$ 420.000.00
Digitación	\$ 52.000.00
Asesorías	\$ 85.000.00
Consultas Web	\$ 30.500.00
Contingencias e imprevisto	\$ 50.000.00
Otros imprevistos	\$ 100.000.00
Total	\$ 1'116.000.00

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

7.1 DIAGRAMA DE GANNT

ACTIVIDADES	TIEMPO EN SEMANAS (52 AL AÑO 2011/2012)																
	2	3	4	5	6	7	8	9	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1.Asesoría metodológica	■	■									■	■	■				■
2.Presentación de propuesta				■													
3.Observaciones al proyecto					■	■											
4.Presentación de anteproyecto							■										
5.Observaciones y socialización				■	■	■	■	■									
6.Diseño de proyecto	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
7.Observaciones al diseño									■	■							
8.Implementación y Encuestas							■	■	■	■							
9. Clasificar materiales									■	■	■						
10. Tratamiento de la información		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
11. Análisis e interpretación		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
12.Redacción y correcciones	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
13.Sensibilización y socialización			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
14. Sustentación																	■
15. Auditoria											■	■	■	■	■	■	■

8. ESTUDIO DE MERCADO

8.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad del estudio de mercado para el funcionamiento de LA FERRETERÍA LOS SAMANES.

8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar el entorno competitivo.
- Determinar si en el centro del desarrollo del municipio los habitantes prefieren que exista una ferretería.
- Investigar cuales son la necesidades insatisfechas de los habitantes del área de desarrollo del municipio de El Cerrito.

8.3 CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS²⁸

Los productos de la construcción que van a ser distribuidos por la ferretería **LOS SAMANES** presentan las características que se muestran en la siguiente Tabla.

²⁸ http://Wikipedia.org/wiki/materiales_de_consci%3%ben3#carater.c3ADsticos

Tabla 6 - Definición del producto

PRODUCTO	BENEFICIOS	CARACTERISTICAS
CEMENTO PORTLAN	Básicos	el cemento es uno de las materias primas de la construcción y como beneficio básico, tenemos alta calidad para juntar los agregados
	Complementarios	El cemento presta unos beneficios complementarios en los aglomerados como por ejemplo en las tejas de fibrocemento
	Presentación	La presentación en nuestro país está dada por 50 Kg, es claro que en la ferretería los samanes se tendrá la opción de adquirirlo por kilos
	Nivel de calidad	Este producto se distribuirá con los estándares de calidad del fabricante
	Garantía	Los cemento tiene una garantía de resistencia según pruebas de los laboratorios establecida por no más de 30 días en su empaque original
	Servicio pos venta	Asesoría sobre la correcta utilización del producto y la dosificación para la mezcla.
	Plazo de entrega	Para las compras de contado las entregas se realizara a mas tardas el día siguiente, para las compras acreditado se adiciona un día más para el estudio del crédito.
ACEROS PARA REFUERZOS OS	Básicos	los aceros en la construcción complementa la resistencia que no alcanza a suministrar los cementos como beneficio básico tenemos la reducción de grandes volúmenes de hormigón
	Complementarios	Los acero en la construcción los pode usar en otras actividades que no sea en la estructuración de hormigo
	Presentación	Los aceros vienen en diferentes presentaciones queda a elección del cliente según sus diseños cal será el más conveniente
	Nivel de calidad	La calidad está sujeta a los fabricantes
	Garantía	Su garantía está dada por el fabricante
	Servicio pos venta	Se le puede suministrar al cliente información de la cantidad requerida según obra
	Plazo de entrega	Para las compras de contado las entregas se realizara a mas tardas el día siguiente, para las compras acreditado se adiciona un día más para el estudio del crédito.
TUBERIAS PVC	Básicos	Conducción de aguas potables y servidas
	Complementarios	Alta durabilidad, y elongación en los movimientos del suelo
	Presentación	Variedad de diámetro y 6 mts de longitud
	Nivel de calidad	Su garantía está dada por el fabricante
	Garantía	Su garantía está dada por el fabricante
	Servicio pos venta	se le puede suministrar al cliente información de la cantidad requerida según obra
	Plazo de entrega	Para las compras de contado las entregas se realizara a mas tardas el día siguiente, para las compras acreditado se adiciona un día más para el estudio del crédito.
	Básicos	Accesorios para la conducción de energía y sistemas de control

ACCESORIOS ELECTRICOS	Complementarios	Los elemento eléctricos de calidad son reglamentados por la norma RETIE ²⁹
	Presentación	los cables de conducción se distribuye por rollos de 100 mts y los accesorios por unidad
	Nivel de calidad	En el mercado de la electricidad existen un sin número de calidades y se dejara a la preferencia del cliente
	Garantía	los cables como los accesorios debe tener la garantía Retie
	Servicio pos venta	Los elemento eléctricos no soporta tiempo de garantía después de su instalación, pero se realizara una inspección de cuenta de la ferretería en caso de que el cliente lo solicite, teniendo en cuenta que el problema sea de fabricación
	Plazo de entrega	La ferretería realizara entrega inmediata cuando el producto se tenga en existencia, de lo contrario se solicitara 3 días para su entrega
PINTURAS	Básicos	Producto en diversa marcas, calidades y colores que son utilizados para enlucimientos y protección de los materiales ferrosos
	Complementarios	Ayuda a la conservación de las estructuras en concreto, en hierro, en madera, panel yeso, entre otros.
	Presentación	1/6 , 1/8, 1/4 , 1/2 1 galón
	Nivel de calidad	Los niveles de la calidad en las pinturas vinilos serán de tipo 1, 2, y 3 las pintura de esmaltes las recomendadas por el fabricante
	Garantía	La otorgada por el fabricante
	Servicio pos venta	Accesorias de aplicación y cálculos
	Plazo de entrega	La ferretería realizara entrega inmediata cuando el producto se tenga en existencia, de lo contrario se solicitara 3 días para su entrega

Fuente: Autores

8.4 PRODUCTOS BÁSICOS

Inicialmente, la FERRETERIA LOS SAMANES comenzará operaciones con productos básicos³⁰ que contribuyen a satisfacer la necesidad de materiales para la construcción en el sector y a medida que la empresa tenga un crecimiento se incrementaran según datos estadísticos que arroje la solicitud de los clientes se

²⁹ Reglamento Técnico de Instalaciones Eléctricas (**RETIE**)

³⁰ <http://wwwsoloarquitectura.com/arquitetos/index.html>

adicionarán nuevas líneas de productos, los materiales básico para el inicio DE LA FERRETERÍA LOS SAMANES son:

Tabla 7 - Otras Líneas de Productos

Pinturas	Pvc	Cementos	Herramientas	Hierros	Cerámicos lavaplatos	Eléctricos
Vinitex	Tubos	Cemento	Palustre	Alambres	Lavaplatos	Cables
Intervinilo	Tubos	gris	Seguetas	Angulos	para	bombillos
Pinturama	Sifones	Cemento	Brochas palas	Clavos	cocinas	Cajas
Koraza	Tubo-	blanco	Carretas	Puntillas	Lavamanos	Cinta
Acristex	Bajante	Pegacor	Cepillos de	Varillas	para baño	aislante
Domestico	Tee	Pegalisto	acero	Platinas	Duchas	Tubería
Pintulux	Tapones		Atornilladores		Válvulas	conduin
Acualux	Soldaduras		Guantes		Combos	Plafones
esmaltes	pvc		Espátulas		Sanitarios	Appliques
barnices	Limpiador				Cerámica	Etc.
Esmaltes	Pvc				Pisos	
Pintulacas	adaptadores				Cerámicas	
					Pared	
<p>Las líneas de producto: Que han sido considerados para ser incluidos según el crecimiento de la ferretería son:</p>						
Tejas	Materiales de rio		Materiales de oba blanca		Materiales de arcillas	
Translucidas	Gravas		Cerámica		Teja de barro	
De cartón	Arenas		Porcelanatos		Ladrillos	
Fibro cemento			Acronal		Bloquelon	
			Cales		Tubos de gres	
			Granitos			
			Marmolinas			

Fuente: Autores

8.5 LISTADO DE PROVEEDORES

NOMBRE O RAZON SOCIAL	CIUDAD DE ORIGEN	PRODUCTO POR MARCA
Ferretería Barbosa	Cali y Palmira	Tonillos /herramientas
Eléctricos del valle	Cali	lámparas
inversiones C.L .H S.A	Cali	Alambres
Electro llaves	Cali	Line AVC
Agofer	Buga y Cali	Hierros en varilla y chipa
Aceros del valle	Cali	Hierros en varilla y chipa
Multi alambres	Cali y Tulua	Hierros en varilla y chipa
Tubo lamina	Palmira	Hierros en varilla y chipa
Distribuidora pvc pegar	Cali	Tuberías y accesorios pvc
Eléctricos don palo	Cali	Tuberías y accesorios pvc
Ploval LTDA	Cali	Tuberías y accesorios pvc
Almacén cerámica y pintura	Cali	pintura
Central de materiales	Buga	Pintura
Almacén construlopez	Cali	pintura
Cemento argos	Cali	Cementos
Cemento Nare	Cali/Buga	Blanco y cal
Cementos Boyacá	Cali/Buga	Gris
Cementos diamante	Cali/Buga	Gris
Colombit Eternit	Cali/Buga	Tejas

8.6 CARACTERIZACIÓN DE LOS CLIENTES - CONSUMIDORES

Para realizar el proyecto y según los datos de forma secundaria suministrados por el municipio se segmentó por sectores a los clientes, ya que ellos quieren que se les preste un servicio con comodidad, agilidad, seguridad, por valor a cambio del dinero pagado.

La ferretería los samanes, atenderá a clientes dentro de las tendencias relacionadas con el consumidor.

- Tendencia a mejorar la calidad de los materiales usados en el pasado.
- Tendencia a las construcciones livianas.
- Tendencia a conocer más afondo los procesos de la construcción

A partir de las anteriores tendencias y como se indicó con anterioridad el mercado meta se ha determinado del Proyecto, así:

- Los consumidores esta dispuestos a pagar por beneficios, representados en valores agregados, satisfacción y por la satisfacción de disponer de este servicio especial, novedoso e innovador ya que en el municipio de **EL CERRITO** no existe una ferretería que brinde accesorias como valor agregado.
- Los consumidores o clientes están pendientes que los materiales de construcción sean los más adecuados para sus viviendas, que permita una seguridad y calidad.

- Se ha identificado que los empleados independientes ,los comerciantes, los empleados de las grandes empresas aledañas y los profesionales que por algún motivo van a realizar obras con un proximidad de la ferretería tomarían los servicios de compra de los materiales para la construcción.
- Será de gran importancia la atención que se le preste a la segmentación en la influencia que pueda aportar las señoras, ya que esta aporta opinión de donde se debe comprar los materiales requerido y coloca su punto de exigencia
- El mercado de la ferretería los samanes esta en gran parte dirigido al sector de ampliación del municipio de El Cerito y la otra parte a sus alrededores que en algún momento estén interesados en realizar construcción, mantenimiento ampliación o remodelación de sus viviendas como también las obras complementarias.
- Por observación se tiene que la cantidad de ingreso del sector inicia con salarios mínimos (\$ 560 000) ya que en área predomina la vivienda de interés social, de igual forma existen personas con mejor capacidad de pago que usarían los servicios de la ferretería en proporciones menores.

8.7 DELIMITACIÓN DEL MERCADO

El mercado es el área de ampliación o de desarrollo con un supuesto del 15% del municipio del cerrito, Departamento Valle del Cauca, con 61 582 habitantes³¹, de los cuales, el mercado objetivo para el proyecto, lo determina la siguiente información.

³¹ www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id23

8.7.1 Delimitación de la Demanda. La demanda del proyecto, corresponde a los usuarios de la segmentación por beneficios. Según datos suministrado en la muestra obtenida durante un periodo de 30 días analizado el comportamiento de la demanda de los materiales existentes en las ferreterías y teniendo en cuenta que en las obras de la construcción los materiales con mayor demanda son los cementos por ser el materia que se encarga de realizar la adherencia de los aglomerados y piezas para el enlucimiento según costo de producción de las empresa productoras y los canales de distribución y teniendo en cuenta que las cementeras no le distribuyen al distribuidor minorista, haciendo que los costos se eleven el valor estimado es de \$ 22.000, al consumidor, le siguen los aceros de refuerzo con un valor estimado de \$13.5000 varilla de ½” X 6 mts, tubería pvc de 4 “ x 6 mts para alcantarillado \$51.056, tubería pvc de ½ X 6 mts para acueducto \$8.000, Pintura x galón \$35.000.

8.7.2 Delimitación de la Oferta. Se establecen los límites entre el barrio VILLA PRADO en la cabecera municipal hasta el barrio balcones de la merced además íntimamente de esta área nos encontraremos con barrios de ampliación como Villa del Carmen, Brisas de la Merced, Asovicon, El Porvenir, Los Samanes, Coincer, barrio El Prado que aunque no es un barrio nuevo esta en el área del desarrollo

8.8 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO

Este estudio busca investigar la demanda requerida por los posibles compradores a través del tiempo, para así poder tener un buen abastecimiento, que garantice la correcta rotación del inventario, la cual evitara perdidas en suministros y podrá aportar al sostenimiento de la empresa durante su desarrollo.

8.8.1 Tasa de Crecimiento de la Población. El crecimiento de los hogares se estableció tomando como base los datos según censos DANE con 61 582

habitantes en 2010 no obstante el municipio ha tenido un crecimiento es su cabecera municipal y en la parte rural.

$$P_n = P_o(1+r)^n \quad \text{En el cual:}$$

P_n = Población de el cerrito censo último censo del DANE

P_o = Población del cerrito censo anterior

8.8.2 Crecimiento de la Vivienda en el municipio de El Cerrito. La inversión realizada en los últimos años y con la colaboración de los alcaldes la vivienda en el municipio de El Cerrito, asciende a \$316.931.965 millones de pesos, con la cual se financió la construcción de 244 viviendas³² nuevas urbanas en los proyectos³³ Asovicons, Brisas de la Merced, nuevo municipio y el Porvenir y el mejoramiento de 4 viviendas rurales en los corregimientos de Santa Helena y el Pomo. Con los programas de vivienda realizados se generaron 620 empleos directos e indirectos en el municipio.

Tabla 8 – Crecimiento de la vivienda en el Municipio de El Cerrito

Información de vivienda	Acumulado 2010
Construcción de vivienda urbana	
No de viviendas	2000
Población beneficiada	8032
Inversión	\$ 54 000 000 000
Mejoramiento de vivienda rural	
No de viviendas	4
Población beneficiada	16
Inversión	20.000.00
Desarrollo social – Entorno urbano – titulación	
Eléctrico	

Fuente: Oficina de Planeación - Alcaldía de El Cerrito

³² www.valledelcauca.gov.co/vivienda

³³ Elcerrito-valle.gov.co/apc-aa-

8.8.3 Proyección de la demanda mediante el método de tasa de crecimiento poblacional. Para conocer el crecimiento estimado de la población durante la vida útil del proyecto. A cada nivel de año se le aplicó el indicador 53,5% que corresponde a la población económicamente activa del municipio a partir de los datos de fuentes secundarias, se identificó una demanda diaria, del 15,68%.

La sumatoria de los datos de la de la investigación relacionados con la remembranza que tienen los consumidores de algunas ferreterías suplentes como ferretería El Parque, La Central, Ferretería Rodríguez, La 12 y El Pintor

Tabla 9 - Proyección de la población del municipio del Cerrito Valle

$P_{2011} = 61\,582 (1 + 0.01498)^5 = 66\,334$ (habitantes en Cerrito)
$P_{2012} = 61\,582 (1 + 0.01498)^6 = 67\,328$ (habitantes en Cerrito)
$P_{2013} = 61\,582 (1 + 0.01498)^7 = 68\,337$ (habitantes en Cerrito)
$P_{2014} = 61\,582 (1 + 0.01498)^8 = 69\,360$ (habitantes en Cerrito)
$P_{2015} = 61\,582 (1 + 0.01498)^9 = 70\,399$ (habitantes en Cerrito)

8.8.4 Determinación de la demanda

Periodos / año	Población del municipio	PEA	compran en las ferreterías 54%	Demanda diaria	Demanda ferretería sustitutas	Demanda anual sustitutos 360 días
		proyecto 55.57%		10%		
2011	61582	34221	18479	1848	111	39960
2012	62198	34563	18664	1866	112	40320
1013	62820	34909	18850	1885	113	40680
2014	63448	35258	19039	1904	114	41040
2015	64082	35610	19229	1923	115	41400

Fuente: www.cerritel-es.tl/mapadel/cerrito - www.indexmundi.com/es/downloads/...valle

8.9 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DEL PRODUCTO

Para medir la oferta, se tomo una cantidad de viviendas cercana al área de influencia de la ferretería.

Viviendas en construcción, remodelación, ampliación y lotes por construir en los siguientes barrios: Villa del Prado, Porvenir, Nuevo Municipio, Los Samanes, teniendo en cuenta para el mercado grandes lotes que están reservados para futuras construcciones de interés social del sector a nivel local, esto arrojó que en área de la muestra existe una buena oportunidad de mercado.

8.9.1 Medición de la Oferta. Se han seleccionado los principales competidores directos y los indirectos, en relación con el porcentaje de participación en el mercado. Teniendo en cuenta la cantidad de predios potenciales para realizar su construcción, mantenimiento, o remodelación en el área de desarrollo del municipio.

URBANAS	RURALES	LOTES Σ	CONSTRUIDAS
7492 predios	5533 terrenos	2056 sin construir	3750 construidos

Tabla 10 - Identificación de los principales oferentes de materiales en el municipio del Cerrito

Ferretería la central			
2011	Precio & venta	Capacidad optima	Participación en el mercado

No.	Ferreterías	Valor
1	FER / CENTRAL	12 %
2	FER / RODRÍGUEZ	15 %
3	FER / EL PARQUE	10 %
4	FER / EL PINTOR	7 %
5	FER / LA 12	5 %
6	FER / COES Y OTROS*	50 %

CRITERIO	COMPETIDOR				
	1	2	3	4	5
– Nivel de satisfacción de los clientes	4	4.5	4.5	4	3
– Localización	4	4	4	4	3.
– Poder financiero	3	3	4	3	3
– Estrategia de precios	3.5	4	4	3	2.5
– Posicionamiento	4	3.5	3	3	3.5
– Imagen de calidad	4	3	3	3	3
– Garantías	3	3	3	3	2.5
– Estrategia de ventas	3	4	4	2	2
– Política de servicios	3	4	4	3	3
– Habilidades de ventas de los empleados	4	6	4	3	3
– Número de empleados	5	5	4	3	3
– =					33. 5

La calificación está dada de 1 a 5

- Competidor 1 Ferretería Central
- Competidor 2 Ferretería Rodríguez
- Competidor 3 Ferretería El Parque
- Competidor 4 Ferretería El Pintor
- Competidor 5 Ferretería La 12

8.10 FORTALEZA DE LA COPETENCIA TABLA MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO

FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	%	P E S O	FERRETERÍA LA 12		FERRETERÍA CENTRAL		FERRTERIA EL PINTOR		FERRTERIA RODRIGUEZ		FERRETERÍA EL PARQUE.		EMPRESAS
			VALOR	SOPEADO	VALOR	SOPEADO	VALOR	SOPEADO	VALOR	SOPEADO	VALOR	SOPEADO	PONDERACION
JUSTO A TIEMPO	9	0.09	2.50	0.22	2.50	0.23	3.00	0.28	3.00	0.27	3.00	0.28	1
PUBLICIDAD	8	0.08	2.00	0.16	2.50	0.20	1.00	0.08	3.00	0.24	1.50	0.12	2
ATENCIÓN AL CLIENTE	10	0.10	3.00	0.30	3.00	0.30	3.00	0.30	3.50	0.35	3.00	0.30	3
DISTRIBUCIÓN	8	0.08	2.50	0.20	2.50	0.20	3.00	0.24	3.00	0.24	2.50	0.20	4
DESCUENTO	6	0.06	3.00	0.18	3.50	0.21	3.00	0.18	3.50	0.21	2.50	0.15	5
ATENCIÓN PERSONALIZADA	10	0.10	3.00	0.30	3.00	0.30	3.00	0.30	4.00	0.40	4.00	0.40	6
UBICACIÓN	8	0.08	3.00	0.24	3.50	0.28	3.50	0.28	3.50	0.28	4.00	0.32	7
DIVERSIFICACIÓN	7	0.07	4.00	0.28	3.50	0.25	1.50	0.11	4.00	0.28	2.50	0.25	8
EMPODERAMIENTO	11	0.11	2.00	0.22	2.50	0.28	2.50	0.28	2.50	0.27	2.50	0.28	9
SISTEMATIZACION	10	0.10	1.50	0.15	3.00	0.30	1.00	0.10	3.00	0.30	1.00	0.05	10
CONTROLES	13	0.13	2.00	0.26	3.00	0.39	2.50	0.33	1.00	0.13	2.00	0.26	11
TOTAL	100.	1.00	— X	2.51	— X	2.93	— X	2.48	— X	2.96	— X	2.61	
UBICACIÓN ORDENADA			4		2		5		1		3		

—X = Asignación promedio de valores de 1 (mínimo) a 5 (máximo) como calificación en puntos para cada empresa en cada uno de los factores. El VALOR SOPEADO = Valor del % de cada factor en cada empresa multiplicado por el Peso; que a su vez es el % dividido en 100 como máximo y 0.10 como mínimo. Se usan los valores para comparar los indicadores sopesados que ubicaran en promedio toda la matriz según su peso específico.

Conclusiones y observaciones del estudio de mercado

Las fortalezas más significativas de los competidores son:

- El nivel de satisfacción a los clientes.
- La imagen de la calidad.
- Localización.

Las debilidades más representativas son:

- Poder financiero.
- Estrategia de ventas.

Las ventas y las utilidades de los mayores competidores en la industria han cambiado en los recientes años desplazando algunas empresas consideradas como fuertes. Las razones por las cuales ha habido esta fluctuación son:

- La creación de nuevas empresas pequeñas con una localización estratégica en los lugares de influencias de la construcción.
- Por unos bajos nivel administrativos, ya que algunas de estas han sido creadas por persona empíricas en los sistemas administrativos.
- Por no adoptar unas adecuadas estrategias de ventas.

8.11 VENTAJAS COMPETITIVAS

Ventajas Competitivas: Es difícil en los mercados, establecer cuáles son las ventajas competitivas si éstas no se ven a simple vista, será necesario crearlas.

Una ventaja competitiva no puede existir en sí misma, debemos poner gran empeño en descubrirlas, potenciarlas y ofrecerlas al mercado. Esto lo podemos lograr haciendo un estudio profundo de la competencia y sobretodo de la escala de valores de la propia empresa, y la percepción que nuestro mercado o nicho de mercado tiene para nosotros.

Una ventaja competitiva es una característica que diferencia a un producto, servicio o empresa de sus competidores, tiene que ser única, diferencial, estratégicamente valorada por el mercado y sobre todo comunicada.

El potenciar y difundir una ventaja competitiva, no es tarea fácil. Para empezar tenemos que situarnos tanto en la realidad del negocio como en la realidad del mercado, y tener en cuenta, qué es lo que podemos aportar de diferente de nuestro producto o servicio, así como ver la viabilidad de éste aporte, pero sobretodo, saber en qué parte de nuestra empresa estará ubicada, y potencializarlo.

Una ventaja competitiva no sólo es una característica tangible en un producto o perceptible en un servicio, sino que está también puede desarrollarse con un producto igual o similar al de la competencia, pero presentado de manera diferente, exaltando posiblemente sus canales de distribución, sus precios o distingos competitivos: Una marca también puede significar una ventaja competitiva con respecto a la competencia, pues es un valor que el mercado percibe y que crea confianza. Es por ello que en muchas ocasiones algunos productos o servicios nuevos, que no precisamente son tan innovadores o diferentes, al venir con el sello de una marca, ya tienen o se benefician de la ventaja competitiva en sí mismo, la innovación como ser la única empresa a nivel local que ofrece este producto, con un precio económico identificara el nombre de la empresa que lo produce, el producto, el logo tipo, slogan, la misión y objetivos de la empresa y los materiales utilizados en el producto.

La calificación para el ingreso al mercado: Es necesario determinar las condiciones necesarias para ingresar al mercado con el producto o servicio a ofertar, hay que tener cuenta la experiencia requerida, los problemas que en el futuro se pudieran presentar y la forma de solucionarlos.

Se debe tener en cuenta entre otras las siguientes características:

- Que conocimiento relacionado con el producto o servicio a ofrecer.
- Conocimientos del área de administración.
- Conocimientos en ventas y promoción de productos.
- Conocimientos sobre manejo de residuos sólidos y líquido del proyecto.

8.11.1 Materia Prima. La ferretería los samanes cumplirá con los estándares de calidad de los materiales a distribuir y exigirá a las empresas proveedoras que cuente con los registros de la normatividad vigente ya que esto nos garantiza la confiabilidad de los clientes.

8.11.2 Precio. La ferretería los samanes tomara como referencia los precios de la competencia y los establecerá con el valor menor, esto nos permitirá ingresar al mercado con fortaleza competitiva.

8.11.3 Análisis del Precio. Los factores que influyen la toma de decisión, de dónde comprar los materiales de la construcción y teniendo en cuenta que estos son dineros de inversión y en ocasiones ahorros de toda la vida, el cliente se fija como primera medida en el precio, de segundo exige que estos sean de calidad que cumplan con los estándares de las normas que los regulan, también en mercado encontraremos productos de baja mediana y alta calidad dejándole la opción para que el cliente escoja.

La forma como se aplicara la fijación del precio se ha basado por los costos de ventas más las utilidades, con relación a lo que los clientes están dispuestos a pagar. Y realizando un estudio del valor de venta de la competencia menos el 1%. La técnica consistió: El cual se ubicó el precio promedio ponderado del mercado, establecido a través de los precios de las ferreterías en el cerrito valle siendo que la parte inicial de la ferretería los samanes se centrara o enfocara en su etapa preliminar al área de desarrollo municipal permitiéndonos tener un porcentaje de este gran mercado.

Los precios que en promedio pagan los clientes en el municipio de cerrito , por los productos en las ferreterías según investigación realizada a los materiales banderas de las construcción como son los cementos, hierros y las tuberías para los sistemas hidráulicos, varían entre el valor de compra mas 7% al 10% de utilidades.

8.11.4 Establecimiento del Techo o Precio del Mercado. El techo o límite superior se estableció determinando el precio promedio ponderado que cobran los las ferreterías más representativas en el municipio de El Cerrito, como son: la Ferretería Central, La Rodríguez, El Parque, La 12, y la ferretería (COES).

Tabla 11 - Precio promedio ponderado según precios de la competencia

FERRETERIAS	MATERIAL	% U promedio	PRECIO/ VENTA
CENTRAL	Cemento	10%	22000
	Hierros 1/2	10%	13585
	Tuberías 4" sanitaria	12%	51056.32
RODIRUEZ	Cemento	10%	22000
	Hierros 1/2	10%	13585
	Tuberías 4" sanitaria	12%	51056.32
EL PARQUE	Cemento	10%	22000
	Hierros 1/2	8%	14418
	Tuberías 4" sanitaria	7%	48777.02
COES	Cemento	10.1%	22200
	Hierros	11%	13708
	Tuberías 4" sanitaria	12%	5470.32

FERRETERIAS	MATERIAL	% U promedio	PRECIO/ VENTA
EL PINTOR	Cemento	12%	22500
	Hierros		13500
	Tuberías 4" sanitaria	12%	51056
OTRAS	Cemento		
	Hierros		
	Tuberías		

Fuente: Los Autores

8.11.5 Determinación del Piso o Costos del Proyecto. Los costos del proyecto son conforme al consolidado a los datos siguientes Los valores en % para la realización de el cálculo de las prestaciones sociales fue tomado del la legislación laboral.

Tabla 12 - Costos operativos del proyecto (consolidado – 1 año)

Descripción	Mes (\$)	Año (\$)
Capital de trabajo		28 280 990
Gastos de publicidad	30 000	360 000
Mano de obra directa empleados y prestaciones	1 713 600	20 563 200
Servicios	30 000	360 000
Diverso (litografía facturas y implementos de aseo)	40 000	480 000
Gastos de administración		
Sueldo prestaciones sociales aporte – honorarios (contador)	300 000	3 600 000
Gastos depreciación muebles y encerres	30 000	360 000
	2413600	28963 200

8.11.6 Precio Unitario. Los precios unitarios fueron establecidos teniendo en cuenta los valores de ventas que en el momento son aplicados por las ferretería del municipio del cerrito ya que es el área de influencia de la competencia, menos 1%, como estrategia de ventas, se tuvo en cuenta los materiales banderas de la construcción ya que en una ferretería se puede manejar más de 2000 ítem con varios márgenes de utilidad, esto materiales fueron considerados como: son los cementos, el hierro y tuberías hidráulicas.

Tabla 13 – Determinación del precio unitario

	P/ COMP (\$)	P/VENTA (\$)
CEMENTO	20 670	22 000
HIERRO DE ½	12 226	13 400
TUBERIA SANITARIA DE 4"	45 362	48 083

8.11.7 Determinación del Precio de Venta del Proyecto. Para establecer los precios para vender en el proyecto con base en los costos, se utilizó la siguiente fórmula:

$$P. \text{ venta} = P \text{ compra} + \text{Margen sobre precio}$$

Remplazando

DETERMINACIÓN DE PRECIO			
		% utilidad	P/venta
Cemento	20670	6.5%	22000
Hierro de media	12226	7.5%	13400
Tubería PVC sanitaria 4	45362	8%	48083

8.11.8 Proyección de los Precios. Para determinar el precio de venta se tuvo en cuenta el (IPC) índice del precio al consumidor del 3% para el año 2010, establecido por el departamento de estadística (DANE).

Tabla 14 – Proyección de Precios

DESCRIPCION	2011	2012	2013	2014
Cemento	22000	22660	23340	24040
Hierro de ½	13400	13802	14216	14642
Tubo PVC de 4” sanitaria	48083	49525	51010	52540

Fuente: DANE

Tabla 15 - Proyección de compras

	Año 1			año 2			Año 3		
Tipo de material	Cantd	V/U	v/total	Cantd	V/U	V/total	cantd	V/U	V/total
Cemento	8 000	20 670	165 360 000	8 240	21 290	175 429 600	8 487	21928	186 102 936
Varilla de ½	12 000	12 400	148 800 000	12360	12 772	157 861 920	12 730	13155	167 463 150
tubo pvc	600	35 000	21 000 000	650	36 050	23 861 920	700	37131	25 991 700
Pega listo	2 400	11 200	26 880 000	2 472	11 536	28 516 992	25 46	11882	30 251 572
Accesorios Pvc 1/2	60 000	179	10 740 000	62 400	185	11 544 000	64 872	200	12 974 400
Accesorio pvc sanitaria	70 000	900	63 000 000	72 100	930	57 053 000	74 263	960	71 192 480
Tubo conduit de 1/2	30 000	1 800	54 000 000	31 500	1 854	58 401 000	33 000	1 910	63 030 000
	Total		525 780 000			549 748 432			595 292 188

Tabla 16 Proyección de ventas

Tipo de materia	Año 1			año 2			Año 3		
	Cantd	V/U	v/total	Ctd	V/U	V/total	cantd	V/U	V/total
Cemento	8 000	22 200	177600 000	8240	22866	\$188 451 840	8487	23 551	\$199885 654
Varilla de ½	12000	13400	160 800 000	12360	13802	170 592 720	12730	14216	180 969 680
tubo pvc	600	48035	28 821 000	650	49476	32 159 432	700	50960	35 672 000
Pega listo	2400	12500	30 000 000	2472	12875	31 827 000	2546	13261	33 763 142
Accesorios Pvc 1/2	60 000	300	18 000 000	62400	310	19 344 000	64872	320	20 759 040
Accesorio pvc sanitaria	70 000	1500	105 000 000	72100	1600	115 360 000	74263	1650	122 385 424
Tubo conduit de 1/2	30 000	2200	66 000 000	31 500	2300	72 450 000	33 000	2400	79 200 000
Total	Ingresos operacionales		586 221 000			630 184 992			672 634 940

8.12 SISTEMAS DE COMERCIALIZACION

8.12.1 Canales de Comercialización. Por ser una empresa de comercio minoritaria el canal de distribución es directo El proceso productivo utilizado en la **empresa ferretería los samanes** se muestra en el siguiente diagrama de flujo el cuál maneja en forma óptima las operaciones requeridas para la comercialización de los producto, disminuyendo al máximo los desplazamientos, debido al diseño adecuado del local, y de igual forma las inspecciones y esperas, ya que el personal realiza autocontrol en la fuente y el proceso se encuentra nivelado de modo que se evitan retenciones de los productos en proceso.

Figura 2 – Canales de Comercialización



Fuente: Los Autores

8.12.2 Estrategia de Comercialización. La estrategia que se utilizara en la ferretería los samanes está dada por:

- Prestar unos servicio de accesoría como valor agregado al los procesos productivos.
- Brindar unos productos a buenos precios y calidad certificada.

Estrategia de comunicaciones.

- Dirigir la información de acuerdo al segmento y dar los beneficios al mercado objetivo.

- Expresar con un modelo vistoso la información visual o escrita para atraer la clientela.

Estrategia de venta: Aparte de los buenos precios que ofrecerá la ferretería los samanes, se aplicaran estrategias de ventas, como las promociones y descuentos por compras mayores de determinado producto.

8.12.3 Segmentación del Mercado y Mercado Meta

Segmentación Del Mercado: La empresa ferretería los samanes se concentrará en los segmentos de las siguientes características: personas y empresa que por alguna razón estén vinculadas al sector de la construcción ya que la ubicación esta en un área de alta probabilidad de crecimiento de la población del municipio y en proyecto de abrir una nueva vía para descongestionar nuestro sector. Nuestro segmento está dirigido a los barrios que en la actualidad están descubiertos por la competencia esto son los barrios El Porvenir, Los Samanes, Villa del Carmen y Asovicon.

Los segmentos específicos a atender por la ferretería son:

- Albañiles que atienden mantenimiento locativos en el área de influencia.
- La empresa constructora El Porvenir.
- Maestros de obras que desempeñaran labores de construcción en el área.
- Los propietarios y habitantes de la los barrios antes nombrados.
- Ingenieros constructores que laboran en el área de desarrollo.

Mercado Meta: Ya definidos los segmentos, se ha tomado la decisión de cubrir los siguientes mercados meta.

La calificación para el ingreso al mercado: Es necesario determinar las condiciones necesarias para ingresar al mercado con el producto o servicio a ofertar, hay que tener cuenta la experiencia requerida, los problemas que en el futuro se pudieran presentar y la forma de solucionarlos.

Se debe tener en cuenta entre otras las siguientes características:

- Que conocimiento relacionado con el producto o servicio a ofrecer.
- Conocimientos del área de administración.
- Conocimientos en ventas y promoción de productos.
- Conocimientos sobre manejo de residuos sólidos y líquido del proyecto.

La segmentación: se manejaran los inventarios para ofrecerle a los clientes con un tope de mínimos en existencia y una gamma de más de 4669 ítem de productos los cuales se encuentran clasificados en 15 líneas distribuidas en secciones.

8.12.4 Posicionamiento en el Mercado. La empresa ferretería los samanes conforme a los mercados metas seleccionados, y a las características que estos poseen entre las que se encuentran talleres, almacenes, empleados públicos y pensionados, cooperativas, maestro de obras, organizaciones no gubernamentales, clientes ocasionales, ingenieros , arquitectos, constructoras y hacendados, se ha decidido optar por un posicionamiento de calidad, de buen servicios y los mejores precios en el mercado Esta posición del producto dentro

del mercado se ha determinado teniendo en cuenta la forma como los consumidores definen los productos de acuerdo con los atributos que éste tiene, en relación con los productos de la competencia, y de la forma en que los clientes perciben nuestros producto.

Las estrategias que se han de utilizar para lograr el posicionamiento del producto en la mente del consumidor son:

- Tomaremos como referencia los precios del mercado, para posterior mente establecer los con el valor menor.
- Prestaremos unas accesorias en los procesos constructivos y en el manejo eléctrico.
- Daremos unos servicios de entregas a domicilio reducidas al menor tiempo posible en la obra.

9. ESTUDIO TÉCNICO

9.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer la factibilidad técnica del proyecto.

9.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir el tamaño del proyecto.
- Definir la localización del proyecto.
- Identificar las necesidades de infraestructura.
- definir los costos de operación del proyecto.

9.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

La dimensión del proyecto, se basa a la infraestructura suficiente para que participar con 15 % de la demanda faltante por cubrir en el municipio, para el año 2012 se vendan 8.000 sacos de cemento, 12.000 varillas y 600 tubos PVC. Estos datos fueron obtenidos en una muestra de venta por un periodo de un mes.

9.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

9.4.1 Macro - Localización. El estudio de Macro localización del proyecto se realizo EL municipio de El Cerrito, Valle del Cauca, los barrios de El Porvenir, Los Samanes, Coincer, Asovicon, nuevo municipio Balcones de la Merced y El Prado Valle por ser las aéreas de desarrollo del municipio según el POT y con mayor necesidad de los materiales para la construcción.

9.4.2 Micro – Localización. La mejor alternativa para situar la ferretería dentro de la macro-zona, se seleccionaron varios sitios. Los factores calificados fueron: ubicación de consumidores, condiciones de vías de comunicación y de transporte, infraestructura de servicios públicos, condiciones ambientales y presencia de actividades de la construcción y unidas, experiencias de ferreterías similares en la localidad, condiciones de seguridad (presencia de autoridad).

9.4.2.1 Localización Geodésica



Margen derecha del Rio Cauca, Centro del Valle del Cauca

9.4.2.2 Coordenadas geográficas³⁴

Latitud:	(X)	3°	41´	40´´
Longitud	(Y)	76°	19´	33´´
Extensión		437 Km ²	(43.700 Ha) * hectáreas	

³⁴ <http://wikipedia.org/wiki/elcerrito%28valle-del-cauca%29>

Área de ocupación de cabecera municipal de 3Km².

Distancia a la capital (Santiago de Cali) 46.5 Km.

Limites

Norte Valle del Cauca con Municipio de Guacarí, Ginebra y Buga,

Oriente Dpto. del Tolima y municipio de Palmira.

Sur Municipio de Palmira

Occidente Municipio de Vijes

Climatología: Desde 987 m.s.n.m hasta 4.100 m.s.n.m

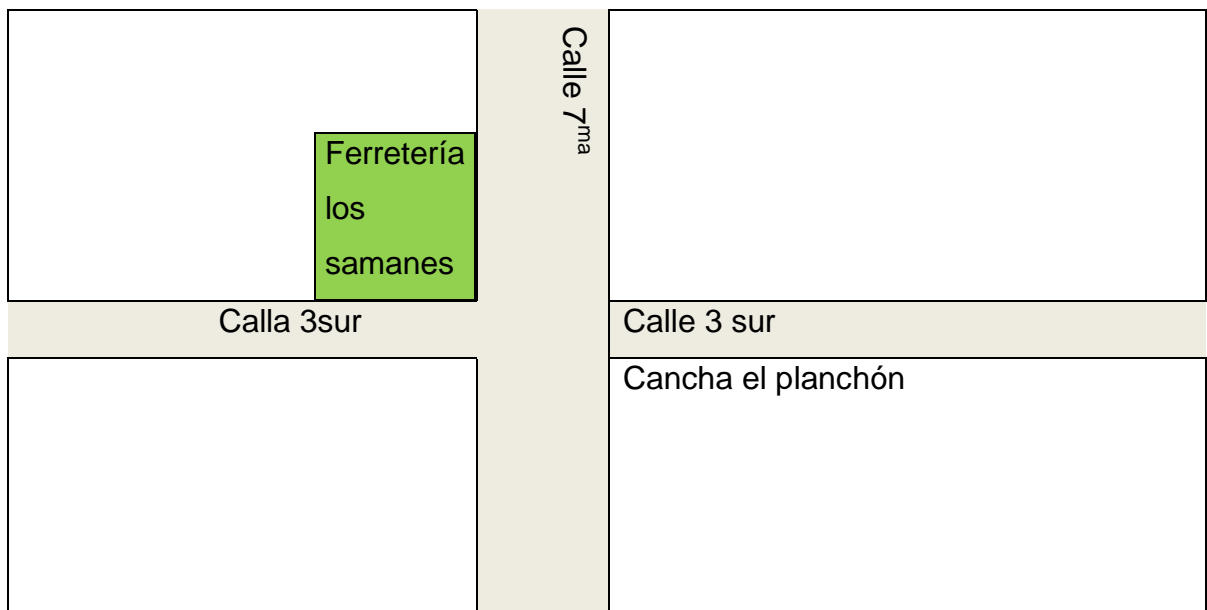
Temperatura media de 24°, 135 Km² clima cálido, 134Km² Clima medio, 95 Km² clima frio, 64 Km² páramo.

Precipitaciones: 800-2550 milímetros por año.

Relieve: 17.955 Has (41.1%) corresponden a zona de ladera caracterizada por relieve quebrado fuertemente quebrado con pendientes superior al 50% área ubicada entre los 1.100-4.100 m.s.n.m. 27.800 Has (58.9%) es área plana donde está localizado el valle geográfico del rio cauca intensivo en agricultura e industria.

Suelos: En el territorio municipal se distinguen dos regiones diferentes: una plana ligeramente ondulada situada al occidente y comprendida en el fértil valle del Rio Cauca y otra montañosa al oriente, que corresponden a la vertiente de los Andes. Entre los accidentes geográficos se destacan: El Parque Nacional Natural Las Hermosas, El Cerro de Pan de Azúcar (Páramo de los Domínguez), el Alto de la Cruz, Las cuchillas de: el gallo, La Pajosa, entre otros.

Figura 3 - Croquis de micro localización de la ferretería



Fuente. Los Autores

A partir de la micro - localización, se reconoce la ventaja de localización que representa una buena ubicación frente a la competencia una vez estacionada la ferretería los samanes.

El análisis de factores relevantes de éxito frente a la competencia, demostró que la ferretería central y el parque es la competencia más fuerte frente a este proyecto.

9.4.3 Análisis Técnico

9.4.3.1 Proceso Productivo. En la empresa ferretería los samanes el proceso productivo, es establecido mediante parámetros tales como las ventas, ya que no seremos una empresa que modifica la materia, ni mucho menos la transforma, lo que si haremos es ofrecer productos de excelente calidad, es decir que cumpla

con los requisitos del cliente. Y unos estándares establecidos por las normas técnicas que serán motivo de exigencia para el proveedor.

9.4.3.2 Inversión Fija en Muebles y Enseres

Detalle de la inversión	Can.	Costo/u	Costo total	Vida útil
Estantería metálica 1.50*0.80 de segunda mano	20	50 000	1 000 000	10
Sillas estilo butacas	2	60 000	120 000	5
Estante en tubo para hierros y tuberías pvc de segunda mano	1	500 000	500 000	10
Valdés plásticos para basura	1	30 000	30 000	3
Escritorio	1	500 000	500 000	5
Asientos abollonados reclinable	2	200 000	400 000	5
Estivas de madera para almacenar cemento	5	30 000	150 000	2
Bascula	1	300 000	300 000	5
Cizalla	1	150 000	150 000	5
Vehículo para domicilio	1	12 000 000	12 000 000	10
Vitrinas	3	200 000	600 000	10
Bicicleta de carga	1	300 000	300 000	5
Marco con segueta	1	20 000	200 000	5
Cinta métrica	1	6 000	6 000	2
Subtotal			16 706 000	
Equipos de oficina				
Computador	1	1 500 000	1 500 000	3
Software financiero	1	800 000	1 000 000	3
Registradora	1	800 000	1 000 000	5
Calculadoras	2	20 000	40 000	2
Sub total		\$	3 540 000	
Costo total		\$	20 246 000	

Fuente: Los Autores

9.4.3.3 Inversión Diferida en Obras Físicas (Adecuación)

Detalle de la inversión	Cantidad	Costo/u	Costo/ total	Vida útil
Mesón en ladrillo y concreto para atención	1	1 200 000	1 200 000	10
Compra de candados puertas	2	50 000	100 000	5
Adecuación de fachada	1	150 000	150 000	3
Pintura de puertas	1	100 000	100 000	2
Revoque interno local	1	2 000 000	2 000 000	
			Costo total 3 550 000	

10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

10.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de la estructura organizacional del proyecto Ferretería Los Samanes.

10.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estipular la empresa ideal y la organización legal.
- Conocer la estructura organizacional que conviene al negocio.
- Establecer los lineamientos que colocará la compañía.

10.3 ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

Se toma como modelo a implementar la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS)³⁵, con dos socios. Tanto por ser sociedad, como por el monto de los ingresos se iniciara como régimen simplificado no excediéndonos de 2500 UTV.

Ley 1258 de 05-12-2008 por la cual el congreso de la república dicta la forma como se debe constituir una sociedad por acciones simplificadas.

La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

³⁵ Sociedad anónimas simplificadas

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

10.4 CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD³⁶.

ARTÍCULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN.

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

1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.

3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil,

³⁶ <http://wikipedia.org/wiki/elcerrito%28valle-del-cauca%29>

lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

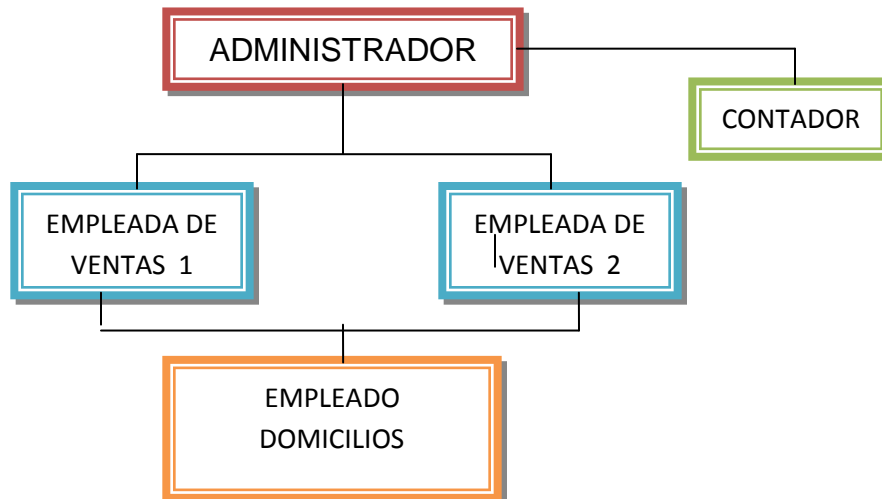
6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

10.5 COSTO MENSUAL Y ANUAL SEGÚN CARGO

EQUIPO DE TRABAJO			
Remuneración	Administrador	Empleada	Empleado domicilios
Salario básico mensual	\$ 1 000 000	\$ 560 000	\$ 560 000
Prestaciones y aportes 53.875%	\$ 538750	\$ 301700	\$ 301700
Total empleado	\$ 1 538 750	\$ 961700	\$ 961700
Número de trabajadores	1	2	1
Total mes	\$ 1 578 750	\$ 1923400	\$ 961700
Total año	\$ 18 945 000	23080800	11540400
Honorarios contador			
Mes	\$ 300 000		
Año	\$ 3 600 000		
Total mensual	\$ 4 763 850	Total anual	\$ 57 166 200

10.6 ORGANIGRAMA DE LA FERRETERÍA



10.7 DESCRIPCION DE LOS CARGOS³⁷

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
<p>Administrador</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dirigir el personal a cargo, optimizar el recurso humano. - Realizar la compra de los materiales o equipos los cuales se comercializaran en la ferretería los samanes. - Realizar la compra de materiales, insumos o equipos necesarios para el funcionamiento del negocio. - Realizar el pago a los proveedores, verificación de cheques, revisión de liquidaciones o facturas y pago de nomina de empleados. - Atención personalizada a clientes cuando el mostrador lo requiera. - Diseñar, organizar e implementar estrategias de ventas las cuales garanticen la masiva compra de nuestros bienes o servicios ofrecidos. - Velar por el buen funcionamiento de la ferretería para el sostenimiento en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador de empresas - Tecnólogo en Gestión de Obras Civiles o Construcciones - Ingeniero Civil o Ingeniero Industrial <p>Experiencia Laboral:</p> <p>Se requiere una experiencia laboral de 3 años en el manejo de empresas o negocios del sector ferretero o de la construcción en cargos de dirección o gerenciales.</p>

³⁷ Modulo gestión de personal de la unad Darío Hernández Hernández 2005

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Contador	<ul style="list-style-type: none"> - Planear, coordinar, analizar y realizar todo el sistema contable de la empresa, procurando la entrega oportuna y correcta de los estados financieros consolidados, a si como también presentar recomendaciones para poder cumplir las metas de la organización - Velar por que en el proceso contable se apliquen las normas y principios de contabilidad generalmente aceptada - Realizar los pagos u obligaciones de ley las cuales la organización debe llevar a feliz término, para evitar sanciones por parte del gobierno. - Llevar un estricto control de inventario para así garantizar una correcta rotación de los productos y contar con un buen stop de materiales. 	<p>Experiencia laboral:</p> <p>Se requiere una experiencia laboral de 3 años de servicio en empresas comercializadoras de bienes o servicios, o en empresas constructoras o ferreteras.</p>
Empleada de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Es la persona directamente responsable de una excelente atención de nuestros clientes, para ello tomara mucha atención a las necesidades del cliente y ofrecerá soluciones con nuestros productos. - Deberá emplear unos buenos modales y cortesía para referirse a nuestros clientes y sumirá una posición de amabilidad y respeto hacia el mismo. - Deberá contar muy bien las cantidades vendidas así como verificar muy bien las facturas emitidas para evitar posibles reclamaciones o faltantes en el arqueo de caja. 	<p>Persona egresada del Sena con conocimientos en :</p> <p>Atención al cliente, conocimientos en los productos de construcción, manejo de caja, control de inventarios, excelente relaciones interpersonales, manejo de sistemas.</p> <p>Experiencia laboral:</p> <p>Se requiere una experiencia de 2 años en ventas de mostrador, atención al cliente, manejo de caja e inventarios.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Sera la responsable de llevar la caja de facturación, con ello el orden y la transparencia que ello lo requiera. - Deberá reflejar ante el cliente la seguridad del conocimiento del uso de nuestros productos a si como también las características de los productos sustitutos. - Recibir el pedido de materiales que llegan de nuestros proveedores 	
<p>Empleado Of. Varios</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Esta persona también estará encargada de una excelente atención de nuestros clientes, para ello tomara mucha atención a las necesidades del cliente y ofrecerá soluciones con nuestros productos. - Deberá emplear unos buenos modales y cortesía para referirse a nuestros clientes y sumirá una posición de amabilidad y respeto hacia el mismo. - Deberá contar muy bien las cantidades vendidas así como verificar muy bien las facturas emitidas para evitar posibles reclamaciones o faltantes en el arqueo de caja. - Sera la persona responsable de entrega de los materiales o productos vendidos a si como también hará los domicilios o entrega en el sitio de la obra de construcción. - Sera la persona encargada del aseo permanente de local, así como también la fachada del inmueble u local. - Recibir el pedido de materiales que llegan de nuestros proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller preferiblemente industrial - Conocimientos en sistemas - Conocimientos básicos de construcción - Manejo de control de inventarios. <p>Experiencia laboral: Se requiere 1 año de experiencia en el sector ferretero o de la construcción, ya sea como almacenista o como asesor de ventas.</p>

10.8 PROGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Para la realización de una buena selección de personal y que logre los objetivos propuestos, la cual es la escogencia de un candidato idóneo. Se deben tener en cuenta los siguientes pasos:

Preparación de la entrevista: Para la preparación de la entrevista debemos tener claro los requerimientos del cargo y definir las fuentes de información que le darán las bases para la selección de un buen empleado y estas pueden ser:

Papeles o fuentes documentales y personas: Estos papeles pueden ser documentos donde se encuentren las funciones inherentes al cargo como son: Análisis del crecimiento y desarrollo individual de quienes han ocupado el cargo y así obtener información que ayude a finalizarse con los requerimientos del cargo de la entrevista.

La información sobre los requerimientos del cargo pueden obtener preguntándole a las personas que han desempeñado el cargo, cada una de estas personas tiene un punto de vista diferente y posiblemente útil sobre el cargo, también se puede obtener información sobre el cargo de administrador.

Si la persona que realiza la selección ha desempeñado el cargo puede basarse en su experiencia directa, para la selección también se debe tener en cuenta las políticas de la empresa, misión y visión.

Creación de la atmósfera adecuada: Para obtener la información que le requiere del candidato hay que crear un ambiente propio para que este se libere de tensiones permitiendo el buen desarrollo de la entrevista, no se deben hacer preguntas que pongan al candidato en un estado de duda o temor ante el entrevistador.

Otro factor importante es que el ambiente no solo es lo que se vive en la entrevista, también es lo que el empleado va a tener durante la permanencia de su cargo, tales como: condiciones del sitio de trabajo, relación con el jefe directo y clases de presiones que tendrá que soportar.

Organización y control de la entrevista: Para llevar una organización y control de la entrevista se deben tener en cuenta algunos aspectos para romper el hielo con el entrevistado y que este pueda revelar su personalidad.

Salud: Charla informal (pasatiempo, viajes, intereses, ciudad de residencia, etc.)

Preguntas de transición (¿Cómo llego a interesarse en nuestra organización?)

Visión general (Breve explicación de lo que se va a tratar en la entrevista).

Preguntas:

Experiencia de trabajo

Educación

Actividades e intereses

Técnicas de sondeo y escucha: Algunas técnicas que se pueden utilizar son: que, dígame, reseñe, explique, describa, dame un ejemplo.

Ej.: Preguntas de experiencia de trabajo

¿Qué recuerda de su primer empleo?

¿Qué cosas le gustaron más?

¿Qué logros obtuvo?

Preguntas de educación

¿Qué tal te ha parecido la escuela secundaria?

¿Qué materias te gustaron más?

¿Reacciones ante los profesores?

¿Por qué escoges la universidad?

Actividades e intereses

¿Qué hace en su tiempo libre?

¿Qué compromiso comunitario tiene?

Prestación eficaz de la información y terminación adecuada; en este caso se presta la información al candidato, tenemos que:

Cargo

Carrera

Movilidad

Ubicación

Capacitación

Salario

Subsidio

Terminación., La forma en que se termina la entrevista debe variar de acuerdo con el nivel de interés del candidato, la terminación se debe hacer de la siguiente forma:

¿Tiene usted algunas otras preguntas?

Esta pregunta se hace para atar cualquier cabo suelto y para asegurar que los candidatos no se sientan molestos, porque no se han hecho algunas preguntas importantes.

Otra pregunta puede ser:

¿Cómo es su nivel de interés en nosotros en este momento?

Esta pregunta animara al candidato a expresar alguna duda o reserva específica sobre el cargo que el entrevistador podrá disipar.

Técnicas para tomar notas: en este paso para la toma de notas es un buen método para la toma de decisiones porque usted tiene un soporte escrito que en cualquier momento puede revisar y comparar con sus impresiones a continuación un modelo de toma de notas:

Impresión global. Actuó de manera natural y tranquilidad durante toda la entrevista.

Presento información lógicamente.

Experiencia de trabajo Experiencia de trabajo directamente relacionada

Ha realizado tareas en proyectos complejos

Le falta experiencia con nuestra última versión de programa de computación.

Aspectos positivos: Experiencia de trabajo aplicable

Ha organizado tareas en proyectos logros y complejos

Mucha energía

Buenas habilidades de presentación oral

Trabaja bien en pequeños equipos de proyectos

Necesidades de desarrollo: Ninguna experiencia con nuestra ultimas versión de programas de computación

Ninguna evidencia de notables habilidades para escribir

Pocos recursos comerciales

Iniciativa solo cuando está interesado

No muy bueno como colaborador individual

Organización e interpretación de información:

Para la organización e interpretación se debe utilizar la hoja de análisis de la entrevista. Ante la no existencia de manuales,

10.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Se hallan mecanismos estructurales y organizativos que hacen posible la realización del el proyecto. En el municipio de El Cerrito y con apoyado del SENA, se buscara la de mano de obra calificada para llevar a cabo este proyecto.

11. ESTUDIO FINANCIERO

11.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad financiera del proyecto, Ferretería Los Samanes.

11.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la partición porcentual del ingreso y el punto de equilibrio del proyecto.
- Conocer el valor excedente.
- Conocerla la salida de capital del proyecto y del capitalista.

11.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en que las entradas generales de la empresa son paralelas a los costos totales, es donde la empresa no gana utilidad ni pérdida.

$$Q_0 = CF / PV - CVU$$

Donde:

Q₀: Número de unidades

CF: Costos Fijos Totales = 28¹452.052

PV: Precio Venta = 83.483

CVU: Costos Variables por Unidad = 3.136.02

Costo Variable Unitario. Se obtiene de tomar los costos variables totales y dividirlos entre el número de unidades a vender.

$$CVU = CVT / Q$$

Reemplazando

$$CVU = \frac{64602190}{20600} = 3136.02$$

$$Q_0 = \frac{CF}{PV - CVU} = \frac{28\,452\,052}{83\,483 - 3136.02} = 354.1147 \text{ unidades}$$

$$Q * P = 354.1147 * 83483 = 29.625\,562.78$$

$$Q * CVU * CF = 354 * 3136.02 * 28625562.78 = 29\,625\,562$$

11.3.1 Conclusión. Las unidades a vender en punto de equilibrio son 354.1147 y el valor del ingreso en este punto de equilibrio deberá ser de \$ 29 625 562.

Tabla 17 – Distribución de los Costos

Costos	Costos fijos Año 1 (\$)	Costo variable Año (\$)
Mano de obra directa		31 021 200
Mano de obra indirecta		
Materiales directo e indirecto		28 280 990
Depreciación	200 000	
Servicios (agua, energía, alcantarillado, alumbrado aseo, otros)		360 000
arrendamiento	3 600 000	
Telecomunicaciones (internet, teléfono)	1 217 052	
Diversos		400 000
subtotal	5 017 052	60 062 190
Gastos de administración		
Sueldos y prestaciones	22 065 000	
Depreciación	360 000	
Preoperativos año 1	530 000	
Diversos		480 000
Gastos financieros		100 000
Publicidad		360 000
Subtotal	23 435 000	940 000
Subtotal	28 452 052	61 002 190
Costos totales	89 454 242	

11.4 CAPITAL DE TRABAJO

El dinero básico preciso para cubrir el ciclo de venta de la ferretería, considerado para treinta días. Se supuso a partir de los activos corrientes (salarios, compra de materiales, servicios – no se realizaran ventas a crédito), Para el capital de trabajo no se tomaron: prestaciones sociales, aportes, gasto por depreciación de activos, amortización de diferidos.

Fórmula para calcular el capital de trabajo:

$$ICT = CO (COPD)$$

Donde:

ICT = Inversión en capital de trabajo

CO = Ciclo operativo (en días)

COPD = Costo de operación promedio diario

Total costos operativos en el año		\$ 89 454 242
(-) Prestaciones sociales	1 142 150	
(-) Gastos depreciación	869 000	
(-) amortización diferidos		- \$2 011 150
Total costos operativos año después de descontar los anteriores rubros, para calcular capital de trabajo para ciclo productivo		\$87 443 092

$$COPD = \frac{ICT \text{ (inversión en capital de trabajo)}}{CO \text{ (ciclo operativo en días)}}$$

$$\text{COPD} = \frac{87\,443\,092}{360 \text{ días}} = 242\,897,47$$

$$\text{ICT} = 30 * 242\,897,47 = 7\,286\,924 \text{ capital de trabajo para un mes}$$

11.5 PROYECCIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO CON INCREMENTO EN UN MES SEGÚN TASA DE INFLACIÓN (3%)

0	7 286 924		
1	7 286 924	0.03	218. 607
2	7 505 531	0.03	225. 165
3	8 093 928	0.03	242. 817
4	8 336 745	0.03	250. 102
5	8 586 847		

11.5.1 Calculo del capital de trabajo por incremento de las ventas

Cemento

Año	Incremento # de puesto	Incremento ventas	Costos total compras	Costo unitario	Incremento costo mp por año	Incremento costo mp por mes
1	8 000		165200400	20 650		
2	8240	240		21 269	5 104 560	425 380
3	8587	347		21 900	7.599 300	633 275
4	8844	257		22 557	5 797 149	403 096
5	9109	265		23 233	6 156 745	513 062

Varillas

Año	Incremento # de puesto	Incremento ventas	Costos total compras	Costo unitario	Incremento costo mp por año	Incremento costo mp por mes
1	12 000		148 800 000	12 400		
2	12 360	360		12 772	4 597 920	383 135
3	12 730	370		13 155	4 867 350	405 612
4	13 112	381		13 549	5 012 055	417 671
5	13 505	393		13 955	5 484 500	457 041

Tuvo PVC sanitarios

Año	Incremento # de puesto	Incremento ventas	Costos total compras	Costo unitario	Incremento costo mp por año	Incremento costo mp por mes
1	600		21 000 000	35 000		
2	650	50		36 050	1 802 500	150 208
3	700	50		37 132	1 856 600	154 716
4	750	50		38 251	1 912 298	159 358
5	800	50		39 398	1 969 900	164 158

Pega listo

Año	Incremento # de puesto	Incremento ventas	Costos total compras	Costo unitario	Incremento costo merc por año	Incremento costo merc por mes
1	2400		26 880 000	11 200		
2	2472	72		11 536	830 592	69 216
3	2546	74		11 882	879 268	73 272
4	2622	76		12 238	930 088	77 507
5	2701	79		12 605	995 795	92 982

11.5.2 Proyección de capital de trabajo términos corrientes /mes

	Años					
Inversión	0	1	2	3	4	5
Capital de trabajo	7629304	762930	893223	982545	1080800.3	1 180 880
Valor residual						11 557 682

11.5.3 Proyección del ingreso operacional para el horizonte del proyecto (términos corrientes). Los ingresos están representados por las ventas de la ferretería

Cemento

		Años				
Inversión	0	1	2	3	4	5
Cantidad	Precio					
8000	22000	176000000				
9000	22660		203940000			
10000	23339			23339000		
11000	24039				264429000	
12000	27760					333120000

Varilla

		Años				
Inversión	0	1	2	3	4	5
Cantidad	Precio					
12 000	13 400	160800000				
12 360	13 802		170592720			
12 370	14 216			175851920		
13 112	14 643				191999016	
13 505	15 082					2036863026

Tubos sanitarios

		Años				
Inversión	0	1	2	3	4	5
Cantidad	Precio					
600	48 035	28821000				
650	49 476		32159400			
700	50 960			35672000		
750	52 488				39366000	
800	54 054					40043200

Pega listo

		Años				
Inversión	0	1	2	3	4	5
Cantidad	Precio					
2400	12 500	30000000				
2472	12 875		31827 000			
2546	13 261			35 811276		
2622	13 658				35811 276	
2701	14 067					37994967

11.5.4 Proyección costos operativos del proyecto (términos corrientes)

Costos	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa de ventas	31 021 200	31951836	32910391	33897702	34914633
Mano de obra indirecta					
Materiales directo e indirecto	525780000	549748432	595292188	613150952	632097316
Depreciación	869 000	869 000	869 000	869 000	869 000
Servicios (agua, energía, alcantarillado, alumbrado aseo, otros)	360 000	370800	381924	393381	405182
arrendamiento	3 600 000	3708000	3819240	3933817	4051931
Telecomunicaciones (internet, teléfono)	1 217 052	1253563	1291169	1329904	1369801
Diversos	400 000	412000	424360	437090	450202
subtotal	25780000	549748432	595292188	613150952	632097316
Gastos de administración					
Sueldos y prestaciones	21 650.000	23221350	23917990	24635529	25374594
Depreciación	360 000	370800	381924	393381	405182
Preoperativos año 1	530 000	545900	562277	579145	596519
Diversos	480 000	494400	509232	524508	540243
Gastos financieros	1 000 000	103000	106090	109272	112550
Publicidad	360 000	370800	381924	393381	405182
Subtotal	24 375 000	25106250	25859437	26635220	27145876
Total	587622252	611166318	660847709	680263685	701303941

11.6 FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del valor inicial de las compras de las mercancías o materiales a distribuir por un valor de 28¹ 280. 990 como Crédito ordinario de libre inversión a 4 años una tasa de utilidad anual del 20,4%44. Los cálculos para el financiamiento del proyecto **ferretería los samanes** se realizo a partir de la siguiente fórmula:

$$A = P \left[\frac{(1(1+ T)^N)}{((1+T))^N - 1} \right]$$

Dónde:

A = Valor de la cuota a calcular (amortización)

P = Préstamo

i = Tasa de interés anual

n = Período (años)

$$A = 28\ 280\ 990 \left[\frac{0.204(1+0.204)^5}{((1+0.204))^5 - 1} \right]$$

$$A = 28\ 280\ 990 \left[\frac{0.204(2.530)}{(2.530 - 1)} \right]$$

$$A = 28\ .240.128 \left[\frac{0.51612}{1.530} \right]$$

$$A = 28.240.128 \times 0.337333333$$

$$A = 9526336.512$$

11.6.1 Programa de amortización del crédito (términos corrientes)

Periodo	Pago Anual \$ (A)	Intereses sobre los saldos	Valor disponible para amortizar	Saldos al final del año
Préstamo Inicia				28 240 128
1	9 526 333.51	5 760 986.11	3 765 347.398	24 474 780.6
2	9 526 633.51	4 992 855.24	4 533 778.268	19 941 002.3
3	9 526 633.51	4 067 964.47	5 458 669.51	14 482 332.8
4	9 526 633.51	2 954 395.89	6 572 236.62	8 270 096
5	9 526 633.51	1 256 327	8 270 096	0

Tabla 18 - Flujo de fondos con financiamiento para el inversionista (termino corriente)

Inversiones	Implementación	AÑOS DE OPERACIÓN				
		1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles	20 421 000					
Activos fijos intangibles	6 360 000					
Capital de trabajo	7 629 304	228879.12	235 745.49	242 817.85	250 102.39	
Incremento de capital de trabajo		425380.00	633 275.00	403 096.00	513 067.00	
Inversión total	34 410 941	654259.12	869020.49	645913.85	763169.39	
Créditos para invertir en los activos fijos	20 246 000					
Inversión neta		654259.12	869 020.49	645 913.85	763169.39	
Amortización de créditos	0	-3 765347	-4 533 778	-5458669	-6572236	- 8 270096
Valor residual						
Activos fijos						20 246 000
Capital de trabajo						8 586 747
Capital de trabajo por incremento en p ⁿ						631 979
Flujo neto de la inversión	13 989 841	- 4419606	5 402 798	6104 582	7 335 405	21 194 630
Operación						
Ingresos operacionales		586 221000	630184992	672634940	74466047	95307047
Ingreso neto		586 221000	630184992	672364940	74466047	95307047
(-) costos						
Costos de ventas		-525 80000	549748432	595292188	613150952	632097316
Gastos de administración		-24 375 000	25 106 250	25 859 437	26635220	27 145 876
Total costos operacionales		-550 155000	574 854682	621151625	639786172	659243192
Utilidad neta		36 066 000	55 330 310	51 213 315	34 679 875	36 063 855
(-) gastos financieros		-3 600 000	3 708 000	3 819 240	3 933 817	4 051 831
Utilidad gravable		32 466 000	51 622 310	55 032 555	30 746 058	32 012 024
(-) impuestos (0.33)		-10 713780	17 035 362	18 160 743	10146199	10 563 967
Utilidad		21 752 220	34 586 948	36 871 812	20 599 859	21 448 057
(+) depreciaciones		+360 000	370 800	381924	393 381	405182
(+) amortización diferidos		+1 502 150	1 502 150	1 502 150	1 502 150	1 502 150
(-)flujo neto de inversión	13 989 841	-5 886 764	-7 168 362	-7 525 097	- 1 161 659	
Flujo neto de operaciones	13 989 841	17 727 606	29 291 536	31 230 789	22 333 731	23 355 389

Tabla 19 - Flujo de fondos del proyecto (termino corriente)

Inversiones	Implementación	AÑOS DE OPERACIÓN				
		1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles	20 421 000					
Activos fijos intangibles	6 360 000					
Capital de trabajo	-7 629 304	228 879.12	235 745.49	242 817.85	250 102.39	
Incremento de capital de trabajo		151 060.21	155 592.02	160 260.00	165 067.00	
Inversión total	34 410 941	379 939.33	391 337.51	403.077.85	415 169.39	
Créditos para invertir en los activos fijos						
Inversión neta	34 410 941	379 939.33	391 337.51	403.077.85	415 169.39	
Amortización de créditos						- 8 270 096
Valor residual						
Activos fijos						20 246 000
Capital de trabajo						8 586 747
Capital de trabajo por incremento en p ⁿ						631 979
Flujo neto de la inversión	34 410 941	631 979	391 337.51	403.077.85	415 169.39	
Operación						
Ingresos operacionales		586 221 000	630 184 992	672 634 940	674 466 047	695 307 047
Ingreso neto	34 410 941	586 221 000	630 184 992	672 634 940	674 466 047	695 307 047
(-) costos						
Costos de ventas		525 780 000	549 748 432	595 292 188	613 150 952	632 097 316
Gastos de administración		-24 375 000	25 106 250	25 859 437	26 635 220	27 145 876
Total costos operacionales		-550 150 000	574 854 682	621 151 625	639 786 172	659 243 192
Utilidad neta		36 066 000	55 330 310	51 213 315	34 679 875	36 063 855
(-) gastos financieros		- 3 600 000	3 708 000	3 819 240	3 933 817	4 051 831
Utilidad gravable		32 466 000	51 622 310	55 032 555	30 746 058	32 012 024
(-) impuestos (0.33)		-107 137 80	17 035 362	18 160 743	10 146 199	10 563 967
Utilidad		21 752 220	34 586 948	36 871 812	20 599 859	21 448 057
(+) depreciaciones		+ 360 000	370 800	381 924	393 381	405 182
(+) amortización diferidos		+1 502 150	1 502 150	1 502 150	1 502 150	1 502 150
(-) flujo neto de inversión	34 410 941	- 5 886 764	-7 168 362	-7 525 097	- 1 161 659	
FLUJO NETO DE OPERACIÓN	34 410 941	17 727 606	29 291 536	31 230 789	22 333 731	23 355 389

Tabla 20 - Análisis de sensibilidad – disminución de ventas 10 %

Inversiones	Implementación	AÑOS DE OPERACIÓN				
		1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles	20 421 000					
Activos fijos intangibles	6 360 000					
Capital de trabajo	7 629 304	228 879.12	235 745.49	242 817.85	250102.39	
Incremento de capital de trabajo		151 060.21	155 592.02	160 260.00	165 067.00	
Inversión total	34 410 941	379 939.33	391 337.51	403.077.85	415 169.39	
Créditos para invertir en los activos fijos	20 421 100					
Inversión neta	13 989 841	379 939.33	391 337.51	403.077.85	415 169.39	
Amortización de créditos		5 232 505.	6 299 342	7122020	-9 122 567	
Valor residual						
Activos fijos					1 065 500	
Capital de trabajo					8 586 747	
Capital de trabajo por incremento en p ⁿ					631 979	
Flujo neto de la inversión	13 989 841	5 612 444	6 690 679	7 525 097	1 161 659	
Operación						
Ingresos operacionales		527598900	567166492	605128446	607019442	625776342
Ingreso neto	13 989 841	527598900	567166492	605371446	607019442	625776342
(-) costos						
Costos de ventas		479202000	494773588	535762969	551835856	568887584
Gastos de administración		24 375 000	25 106 250	25 859 437	26635220	27 145 876
Total costos operacionales		503577000	519879838	561622406	578471076	596033460
Utilidad neta		24 021 900	47 286 454	43 506 040	90 992 675	29742882
(-) gastos financieros		-3 600 000	-3 708 000	-3 819 240	3 933 817	4 051 831
Utilidad gravable		20 421 900	43 578 454	39 686 800	87 058 858	25 691 051
(-) impuestos (0.33)		6 739 227	-14 380 889	-13 096644	-26 117657	8 478 046
Utilidad		13 682 673	29 197 565	26 590 156	60 941 201	17 216 005
(+) depreciaciones		+360 000	+370 800	+381 924	+393 381	+405 182
(+) amortización diferidos		+1 502 150	+1 502 150	+1 502 150	+1 502 150	+1 502 150
(-)flujo neto de inversión	13 989 841	-5 612 444	-6 690 679	-7 525 097	- 161 659	
Flujo neto de operaciones	13 989 841	9932379	24 379 836	38 218 977	28 324 028	17 770 337

11.7 ESTADO FINANCIERO

11.7.1 Balance general

FERRETERIA LOS SAMANES

BALANCE GENERAL

1° DE AGOSTO 2011

ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
caja			
bancos	7 629 341		
Total activos corrientes		\$	7 629 341
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y equipos	\$ 16 706 000		
Muebles y enseres	\$ 3 540 000		
Herramientas y utensilios	\$ 175 000		
Total activos fijos		\$	20 421 000
Activos diferidos			
Adecuación física	\$ 3 550 600		
Gastos pre operativos	\$ 2 810 000		
Total activos diferidos		\$	6 360 600
TOTAL ACTIVOS			34 410 941
Pasivos			
Pasivos a largo plazo			
Prestamos por pagar	\$ 20 421 000		
Total pasivo a largo plazo		\$	20 421 000
PATRIMONIO			
Capital	\$ 13 989 941		
Total patrimonio		\$	13 989 941
TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO		\$	34 410 941

Retorno sobre la Inversión versus el promedio de la empresa

11.7.2 Estado de Resultados

FERRETERIA LOS SAMANES
ESTADO DE RESULTADOS
1° de Agosto 2011
(Términos corrientes)

Ventas		\$	586.221.000
(-) costos de ventas		\$	525.780.000
Utilidad bruta de ventas		\$	60 441 000
(-) gastos de administración	\$ 24 375 000		
Total gastos operacionales		\$	24 375 000
Utilidad operacional		\$	36.066.000
(-) gastos financieros		\$	3.600.000
Utilidad antes del impuesto		\$	32.466.000
(-) provisión para impuesto(0.33)		\$	10.713.700
Utilidad neta		\$	21.753.300

11.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

Se estableció la disposición financiera de la aspiración, obteniéndose instaurar la posibilidad de este estudio para continuar con la apreciación del proyecto.

12. EVALUACIÓN PRIVADA DEL PROYECTO

12.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer que el proyecto es económicamente viable para el capitalista y si genera recuerdo positivo social y ambiental.

12.2 OBJETIVOS ESPECÍFOS

- Determinar el Valor Presente Neto (VPN).
- Determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Conocer el golpe social.
- Conocer el golpe ambiental.

12.3 EVALUACION FINANCIERA

La evaluación se realizó a partir del VPN, la TIR, y Análisis de sensibilidad en el caso de que exista disminución en las ventas del 10%.

12.3.1 Flujo de fondos con financiamiento para el inversionista

TIR: 156%

VPN: \$ 49 461 999

Los datos indican que para una inversión 13 989 841, en cinco años, se obtiene una tasa interna de retorno del 156% anual. Es un indicador que está por encima de la tasa de oportunidad, estimada al 20%, lo que permite que se considere un

proyecto atractivo para el inversionista y es confirmado con el Valor Presente Neto positivo de \$ 49 461 999 como ganancia adicional que genera el proyecto para el inversionista.

12.3.2 Flujo de fondos del proyecto:

TIR: 63%

VPN: \$ 32 444 416

Para una inversión de \$34.410.941 en cinco años, se obtiene una tasa interna de retorno del 63% anual. Se encuentra 43% puntos por encima de la tasa de oportunidad (20%). Se puede invertir porque genera riqueza adicional de \$32.444.416

12.3.3 Análisis de Sensibilidad Disminución de Ventas 10%

TIR: 125%

VPN: \$45.080.100

Para una inversión de \$13.989.841 en cinco años, se obtiene una tasa interna de retorno del 159 % anual al está la TIR por encima de la tasa de oportunidad del 20% muestra una riqueza para el inversionista de 45 080 100.

12.4 EVALUACIÓN SOCIAL

La contribución directa de la Ferretería los samanes a la sociedad es ser una empresa socialmente responsable ya que fomenta el uso de productos de alta calidad sin perjuicio para las personas ni del medio ambiente, además, cuenta con

la participación directa del personal de la región proporcionando empleo a la economía local.

La ferretería los samanes Considera importante la capacitación permanente de su personal, buscando siempre el progreso del negocio y de sus empleados. De esta forma se contribuye directamente con el desarrollo de la comunidad.

Se programaran capacitaciones permanentes a los clientes y empleados con la colaboración de los fabricantes y proveedores de los principales productos para realizar un manejo adecuado de los mismos para que los clientes reciban esta información de primera mano y con ello contribuir al buen uso de estos elementos. Se generaran cuatro (4) empleos que darán solución de ingresos para 4 familias ubicadas en el sector de influencia, seleccionados dentro de la población vulnerable

12.5 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Riesgos ambientales: La empresa **ferretería los samanes** por ser una empresa de compra y ventas de materiales de la construcción usara como materia prima materiales ya terminados, por tanto no realizaremos transformación de los recursos naturales.

Por tal razón el impacto que realizaremos al medio ambiente lo consideramos como un impacto no significativo.

Consumo de energía eléctrica: Este recurso es vital para el funcionamiento general de las instalaciones de la ferretería, esto conduce al agotamiento del recurso natural energía, nos ajustaremos al cumplimiento de la ley 143 de 1994 de minas articulo 66 numeral E, F.

Consumo de agua: Este recurso es necesario para funcionamiento general de las instalaciones hidro-sanitarias del local, esto conduce al agotamiento de los recursos naturales por tal razón nos acogemos a la Resolución 2.400 de 1994 Art. 36 decreto 3075 del 1997 Art 29 numeral c.

Recuperación de residuos: En las Áreas de archivos facturación y procesos administrativo haremos la recuperación de los materiales de oficina tales como la reutilización del papel para la realización de fotocopias, esto nos permitirá la reducción de la compra de estos insumos así como evitar botar estos desechos en rellenos sanitarios, así como también reduciremos la tala de árboles para la fabricación del papel y como en todo lo anterior se realizaran el cumplimiento del decreto 1713 del 2002 Art 67.

Tomaremos medidas establecidas por la legislación ambiental más especificaren relacionadas al manejo de los residuos sólidos (MIR) y prestaremos la mejor atención a los materiales de papelería, utensilios plásticos, materiales contaminados con el producto de venta.

CONCLUSIONES

La planeación de este estudio se realizó de una manera minuciosa, detalle por detalle, para presentar con todos los elementos de juicio la factibilidad de una idea de negocio, como lo es **la ferretería los samanes**.

Este estudio de factibilidad implicó profundizar, desde las unidades básicas de aprendizaje como proceso ideal para la elaboración del presente documento; y lo es efectivamente cuando se trata de medir el alcance de los impactos de cada proyecto así sea para crear empleo y contribuir al desarrollo de la calidad de vida de cada uno de nuestros miembros; además “hacer que la conformidad y satisfacción sean conceptos claves” para nuestro funcionamiento.

Realizar una evaluación completa del proyecto de grado en los términos presentados demuestra el compromiso de los futuros tecnólogos en obras civiles y construcciones con la comunidad, con la universidad y con nuestras propias familias, las cuales ven en nosotros ese anhelo de encontrar el éxito a través de alcanzar ese sueño de crear empresa, pero no cualquier empresa sino un negocio sostenible en lo económico y un negocio que aporte a la buena convivencia de esta sociedad colombiana.

BIBLIOGRAFÍA

Aportes en Seguridad Social. {En Línea} {Consultado en Agosto de 2011}
Disponible en: <http://gerencie.com/aportes-a-seguridad-social-en-el-2011.html>:

Estudio Administrativo y Estrategia de Producción. {En Línea} {Consultado en Agosto de 2011} Disponible en:
http://www.trabajo.com.mx/estudio_administrativo_y_estrategia_de_produccion.htm

HERNANDEZ S., Roberto, *et al.* Metodología de la Investigación. McGraw-Hill.

HERNÁNDEZ. Modulo Gestión De Personal De La UNAD 2005

Módulo de la Legislación Comercial de la UNAD.

Módulo Legislación Laboral de la UNAD.

Módulo de Metodología de la Investigación de la UNAD.

Módulo de Tecnología de la Construcción de la UNAD.


Pasos para crear una empresa. . {En Línea} {Consultado en Julio de 2011}
Disponible en: <http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/044/paso-para-crear-una-empresa>

Reglamentos de Seguridad. {En Línea} {Consultado en Julio de 2011} Disponible en: <http://www.pacanal.com/esplielegal/reglamantos/security/safety/128>

Revista Fierros. Edición No.3. {En Línea} {Consultado en Julio de 2011}
Disponibile en: www.fierros.com.co/revistaedicion3/negocio.

ANEXOS

FORMULARIOS PARA LA APERTURA DE UN NEGOCIO O EMPRESA

 REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL			
IDENTIFICACIÓN			
NIT	<input type="text"/> 01	C.C.	<input type="text"/> 02
	C.E.	<input type="text"/> 03	PASAPORTE
			<input type="text"/> 04
No. <input type="text"/>		D.V. <input type="text"/>	
Pais Pasaporte <input type="text"/>		CÁMARA <input type="text"/>	
		INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA <input type="text"/>	
		RENOVACIÓN <input type="text"/> 02	
REGISTRO MERCANTIL / SIN ÁNIMO DE LUCRO / DE PROponentES			
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES			
1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA			LGGR <input type="text"/>
2. NOMBRE COMERCIAL		3 SIGLA <input type="text"/>	
4. DOMICILIO PRINCIPAL O DIRECCIÓN DE GERENCIA			5. MUNICIPIO <input type="text"/>
6. DEPARTAMENTO <input type="text"/>	7. TELÉFONO <input type="text"/>	8. FAX <input type="text"/>	9. A.A. <input type="text"/>
10. E-MAIL <input type="text"/>	11. PÁGINA WEB <input type="text"/>		
12. DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN		LGPN <input type="text"/>	13. MUNICIPIO <input type="text"/>
14. DEPARTAMENTO <input type="text"/>	15. TELÉFONO <input type="text"/>	16. FAX <input type="text"/>	17. A.A. <input type="text"/>
18. E-MAIL <input type="text"/>	19. PÁGINA WEB <input type="text"/>		
TIPO DE ORGANIZACIÓN			
SOCIEDAD COLECTIVA <input type="text"/> 01		SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="text"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="text"/> 03
SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="text"/> 05		SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="text"/> 06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="text"/> 07
EMPRESA UNIPERSONAL <input type="text"/> 09		SOCIEDAD DE HECHO <input type="text"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="text"/> 11
ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICAMENTE <input type="text"/> 12		COOPERATIVA <input type="text"/> 12.1	PRECOOPERATIVA <input type="text"/> 12.2
		EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ADMON. PÚBLICA COOPERATIVA <input type="text"/> 12.4	FONDO DE EMPLEADOS <input type="text"/> 12.5
		ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="text"/> 12.7	EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="text"/> 12.8
		FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="text"/> 12.10	EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="text"/> 12.11
ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO <input type="text"/> 13		CUAL <input type="text"/>	OTROS <input type="text"/> 99 CUAL <input type="text"/>
12.3 INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA		12.6 COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO	
12.9 EMPRESA COMUNITARIA			
FECHA DE CONSTITUCIÓN			
A A A A		HASTA A A A A	
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL			
1. NACIONAL <input type="text"/>		1.1 PÚBLICO <input type="text"/> %	
		2. EXTRANJERO <input type="text"/> %	
		1.2 PRIVADO <input type="text"/> %	
		2.2 PRIVADO <input type="text"/> %	
ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA			
ACTIVA <input type="text"/> 01		ETAPA PREOPERATIVA <input type="text"/> 02	
INTERVENIDA <input type="text"/> 04		EN LIQUIDACIÓN <input type="text"/> 05	
		EN CONCORDATO <input type="text"/> 03	
		ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN <input type="text"/> 06	
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA. DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN			
1. AGROPECUARIOS		2. MINEROS	
		3. MANUFACTUREROS	
		4. SERVICIOS PÚBLICOS	
5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES		6. COMERCIALES	
		7. RESTAURANTES Y HOTELES	
		8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	
9. COMUNICACIÓN		10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS	
		11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS (Describe por orden de importancia las principales actividades económicas)			CIJU REV. 3 A.C. <input type="text"/>
1. <input type="text"/>			
2. <input type="text"/>			
3. <input type="text"/>			
4. <input type="text"/>			
FECHA DE DILIGENCIAMIENTO			
DÍA	MES	AÑO	
REPRESENTANTE LEGAL O INSCRITO			
NOMBRE <input type="text"/>			
FIRMA <input type="text"/>			
C.C. <input type="text"/>			
PERSONA QUE DILIGENCIA			
NOMBRE <input type="text"/>			
CARGO <input type="text"/>			
TEL. <input type="text"/>			
E-MAIL <input type="text"/>			
PARA USO EXCLUSIVO DE LA ENTIDAD			
FECHA DE RECEPCIÓN			
DÍA	MES	AÑO	
FUNCIONARIO QUE RECIBE EL FORMULARIO			
NOMBRE <input type="text"/>			
FIRMA <input type="text"/>			
PARA CONSULTAS O ACLARACIONES DIRIGIRSE A:			
TELÉFONO <input type="text"/>			
E-MAIL <input type="text"/>			
WEB <input type="text"/>			
REPORTE CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN LOS DATOS PREDILIGENCIADOS			

7485 CONFECAMARAS OFICINA 730 0789681

EL SECRETARIO



REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL
ANEXO MATRÍCULA MERCANTIL O RENOVACIÓN
 PERSONAS NATURALES, SOCIEDADES, EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO,
 ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSALES O AGENCIAS

CONFECAMARAS

CÓDIGO DE LA CÁMARA AÑO

• Diligencie con exactitud, a máquina o letra impresa, los datos que se solicitan en este anexo.
 • La información adicional a la prevista por el artículo 38 del Código de Comercio, se utiliza en los estudios que, de acuerdo con la ley, adelanta la Cámara de Comercio. Autorizo el uso y divulgación de toda la información reportada en el presente anexo.
 • Importante: los datos consignados en este anexo, deben ser absolutamente verificados y en consecuencia corresponder exactamente a la realidad del matriculado. Por lo anterior, se advierte que cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley Penal (artículo 38, Código de Comercio)
 • No diligencie los espacios sombreados, son de uso exclusivo de la Cámara de Comercio.

Registro Único Empresarial No.

SÓLO PARA PERSONAS NATURALES EXTRANJERAS

NACIONALIDAD

ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES

INFORMACIÓN COMERCIAL

NOMBRE DE LA ENTIDAD	OFICINA
NOMBRE DE LA ENTIDAD	OFICINA

REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO

MARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR EXPORTADOR PERSONAL OCUPADO A NIVEL NACIONAL

INFORMACIÓN FINANCIERA

LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER AL BALANCE DE APERTURA O A DICIEMBRE 31 DEL ÚLTIMO AÑO (INCLUYENDO AJUSTES POR INFLACIÓN)

ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO	PÉRDIDAS Y GANANCIAS
Corriente \$	Pasivo Corriente \$	Ingresos Operacionales \$
Fijo Neto \$	Largo Plazo \$	Gtos. Operacionales de Ventas \$
Otros \$	Pasivo Total \$	Gtos. Operacionales de Administración \$
Valorizaciones \$	Patrimonio Total \$	Utilidad / Pérdida Operacional \$
Activo Total \$	Pasivo + Patrimonio \$	Utilidad / Pérdida Neta \$
(Sin ajustes por inflación)		
ACTIVO TOTAL \$		

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA

DATOS BÁSICOS

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO SUCURSAL AGENCIA CÁMARA DE COMERCIO

MATRÍCULA RENOVACIÓN MATRÍCULA MERCANTIL No.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA

DIRECCIÓN	ZONA POSTAL	MUNICIPIO	DEPARTAMENTO	CÓDIGO DANE
-----------	-------------	-----------	--------------	-------------

TELÉFONO(S) FAX BUZÓN ELECTRÓNICO

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL	MUNICIPIO	DEPARTAMENTO	CÓDIGO DANE
--------------------------------------	-----------	--------------	-------------

ACTIVIDAD MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA

Especifique en orden de importancia su actividad mercantil

1.	
2.	
3.	

CLASIFICACIÓN CIU

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

INFORMACIÓN ECONÓMICA

PERSONAL VINCULADO AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA

INFORMACIÓN SOBRE EL ESTABLECIMIENTO

PROPIETARIO ÚNICO SOCIEDAD DE HECHO COPROPIETARIO

EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES: PROPIO AJENO

PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO SUCURSAL O AGENCIA

NOMBRE(S) DE LA(S) PERSONA(S) O SOCIEDAD(ES) PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA
 (Si son más de dos relaciónelos en hoja anexa)

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROPIETARIO	C.C.O. NIT.
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR	FIRMA
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL PROPIETARIO	C.C.O. NIT.
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR	FIRMA
NOMBRE DEL ADMINISTRADOR	C.C. No.

APORTES EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO

APORTES LABORALES \$	%	APORTES ACTIVOS \$	%
APORTES LABORALES ADICIONALES \$	%	APORTES EN DINERO \$	%
TOTAL APORTES \$			

PROPIETARIOS

FIRMA

FIRMA DEL MATRICULADO, REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR	ESPACIO RESERVADO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO FIRMA Y SELLO DE LA CÁMARA DE COMERCIO
--	--

DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN No.



MUNICIPIO DE EL CERRITO - VALLE
ALCALDÍA MUNICIPAL
SECRETARÍA DE SALUD MUNICIPAL
Plan de Atención Básica



ATENCIÓN AL AMBIENTE
ACTA DE VISITA DE CONTROL

Nº 3498

TIPO DE SUJETO _____ COMUNA No. _____ CODIGO _____
RAZÓN SOCIAL _____
DIRECCIÓN _____ TELEFONO _____
REPRESENTANTE LEGAL _____ C.C. No. _____
ÁREA DEL ESTABLECIMIENTO _____ FECHA DE LA VISITA _____
FUNCIONARIO QUE PRACTICA LA VISITA _____
EN PRESENCIA DE _____ CARGO _____
OBSERVACIONES _____

RECOMENDACIONES

Para el cumplimiento de las recomendaciones se concede un plazo de () días calendario contados a partir de la fecha de notificación de la presente acta.

El incumplimiento de lo anterior acarreará la aplicación de las medidas sanitarias de seguridad y sanciones establecidas en la LEY 09 de 1.979 y su decreto reglamentario No.

PERSONAL QUE INTERVINO EN LA VISITA

AUTORIDAD SANITARIA _____

POR LA EMPRESA _____

FIRMA _____

FIRMA _____

CARGO _____

CARGO _____

NOTIFICACIÓN: Hoy ____/____/____ se notifica personalmente al señor(a) _____
identificado con C.C. No. _____ de _____ que se desempeña como _____
del contenido de la presente Acta quien lee y firma como costancia .

MUNICIPIO DE EL CERRITO
SECRETARIA DE HACIENDA - DIVISION RENTAS

**FORMULARIO DE MATRICULA
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

Nº 2001

IDENTIFICACION

1. PROPIETARIO O RAZON SOCIAL		2. NIT	
3. GERENTE O REPRESENTANTE LEGAL		4. C.C. No.	
5. NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO			
6. DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO			
7. FECHA INICIAL DE ACTIVIDADES	8. ESCL. CONSTITUCION No.	NOTARIA	DE
9. CLASE DE ESTABLECIMIENTO <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> COMERCIAL <input type="checkbox"/> SERVICIOS <input type="checkbox"/>			
10. BARRIO	11. CGTO O VEREDA		12. TELEFONO
13. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES			
14. ACTIVOS TOTALES	\$	18. AREA DEL LOCAL	M
15. PASIVOS TOTALES	\$	19. ARRIENDO O ESTIMATIVO SI ES PROPIO	\$
16. CAPITAL LIQUIDO (14-15)	\$	20. No. DE EMPLEADOS	
17. COSTOS DIREC E INDIRECT	\$	21.	

DATOS ESTIMADOS DE INGRESOS BRUTOS O VENTAS MENSUALES

22. CODIGO	23. ACTIVIDADES	24. BASE GRAVABLE	25. TARIFA

PARA USO OFICIAL EXCLUSIVAMENTE

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION MUNICIPAL

Certificado de Uso del Suelo No. _____	Observaciones: _____
--	----------------------

SECRETARIA DE GOBIERNO MUNICIPAL

Observaciones: _____

SECRETARIA DE SALUD



Concepto Sanitario _____
Observaciones: _____

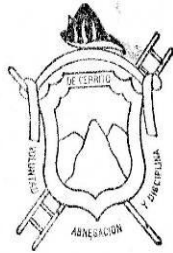
LIQUIDACION PROVISIONAL DEL IMPUESTO No.

1. VALOR DE LA MATRICULA	FECHA RIGE EL IMPUESTO	MES	AÑO
2. IMPUESTO PROVISIONAL	Secretaria de Hacienda		
3. SANCIONES	División Rentas		
4. BOMBEROS	Recipi		
5. FACTURACION			
6. PLACA			
TOTAL A PAGAR			

PARA USO EXCLUSIVO DE LA DIVISION DE RENTAS

MODELO DE CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN

	20090157166					
	MIÉRCOLES 08 ABRIL 2009 04:54:05 PM	/ Pag.1 - 4	*18342789*			
REPUBLICA DE COLOMBIA CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE CALI						
CERTIFICA						
NOMBRE: DIVERSIONES TROPICAL S.A DOMICILIO: CALI VALLE DIRECCION COMERCIAL : AV. 3N 8 N 24 OF. 426 DIRECCION NOTIFICACION JUDICIAL: AV. 3N 8 N 24 OF. 426 CIUDAD: CALI MATRICULA MERCANTIL NRO. 620103-4 FECHA MATRICULA : 22 DE OCTUBRE DE 2003						
CERTIFICA						
NIT : 805028500-3						
CERTIFICA						
QUE POR ESCRITURA NRO. 3024 DEL 17 DE OCTUBRE DE 2003 NOTARIA OCTAVA DE CALI , INSCRITA EN LA CAMARA DE COMERCIO EL 22 DE OCTUBRE DE 2003 BAJO EL NRO. 7443 DEL LIBRO IX , SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD DENOMINADA DIVERSIONES TROPICAL S.A						
CERTIFICA						
REFORMAS	DOCUMENTO	FECHA.DOC	ORIGEN	FECHA.INS	NRO.INS	LIBRO
	E.P. 3044	12/10/2007	NOTARIA SEGUNDA DE CARTAGO	18/10/2007	11048	IX
CERTIFICA						
VIGENCIA: 17 DE OCTUBRE DEL AÑO 2023						
CERTIFICA						
OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRA COMO OBJETO PRINCIPAL LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES: LA EXPLOTACION Y OPERACION DE TODA CLASE DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR. EN DESARROLLO DEI MISMO PODRA LA SOCIEDAD EJECUTAR TODOS LOS ACTOS O CONTRATOS QUE FUEREN CONVENIENTES (NECESARIOS PARA EL CABAL CUMPLIMIENTO DE SU OBJETO SOCIAL Y QUE TENGAN RELACION DIRECTA CON EL OBJETO MENCIONADO, TALES COMO: FORMAR PARTE DE OTRAS SOCIEDADES ANONIMAS O DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, COMPRAR, HIPOTECAR O VENDER INMUEBLES, COMPRAR O VENDER TITULOS VALORES, COMPRAR, VENDER O EXPLOTAR BIENES MUEBLES, CELEBRAR CONTRATOS DE CUENTA CORRIENTE O DE AHORROS, REALIZAR INVERSIONES MOBILIARIAS, ETC.						
CERTIFICA						
ORGANOS DE ADMINISTRACION: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, JUNTA DIRECTIVA, REPRESENTANTE LEGAL.						
FUNCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS ENTRE OTRAS: 1) DISPONER QUE RESERVAS DEBEN HACERSE ADEMÁS DE LAS LEGALES. 4) ELEGIR Y REMOVER LIBREMENTE AL REVISOR FISCAL Y A LOS FUNCIONARIOS CUYA DESIGNACION LE CORRESPONDA. 7) ESTUDIAR Y APROBAR LAS REFORMAS DE LOS ESTATUTOS. 10) CONSIDERAR LOS INFORMES DE LOS ADMINISTRADORES O DEI REPRESENTANTE LEGAL SOBRE EL ESTADO DE LOS NEGOCIOS SOCIALES, Y EL INFORME DEL REVISOR FISCAL. 11) ADOPTAR TODAS LAS MEDIDAS QUE RECLAMEN EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTATUTOS Y EL INTERES COMUN DE LOS ASOCIADOS. 12) LAS DEMAS QUE SENALEN LA LEY Y ESTOS ESTATUTOS.						
JUNTA DIRECTIVA: LA JUNTA DIRECTIVA SE COMPONE DE CINCO (5) MIEMBROS PRINCIPALES QUIENES TENDRAN UN SUPLENTE CADA UNO. EL GERENTE GENERAL DE LA SOCIEDAD TENDRA VOZ PERO NO VOTO EN LAS REUNIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA Y NO DEVENGARA REMUNERACION ESPECIAL POR SU ASISTENCIA A LAS REUNIONES DE ELLA, A MENOS QUE SEA MIEMBRO DE LA JUNTA, CASO EN EL CUAL TENDRA VOZ, VOTO Y REMUNERACION.						
ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA: 2) DESIGNAR EL GERENTE FIJANDOLE SU REMUNERACION. 4) DELEGAR EN EL GERENTE O EN CUALQUIER OTRO EMPLEADO, LAS FUNCIONES QUE ESTIME CONVENIENTES. 10) ABRIR SUCURSALES O AGENCIAS O DEPENDENCIAS, DENTRO O FUERA DEI PAIS. 11) ELABORAR EL REGLAMENTO DE EMISION, OFRECIMIENTO Y COLOCACION DE ACCIONES EN						



Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de El Cerrito - Valle

DEPARTAMENTO TECNICO DE PREVENCION Y SEGURIDAD
Personería Jurídica Resolución No. 3061 de 1956
TELEFONO 5333

CERTIFICADO N° 1800

Hago constar que el Establecimiento _____

Ubicado en la _____ Barrio _____

De propiedad de _____

CUMPLE CON LAS MINIMAS NORMAS DE SEGURIDAD

Dado en El Cerrito a los _____ días del mes de _____ de _____

EL COMANDANTE

EL INSPECTOR

La Secretaria