

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE ARTICULOS Y ACCESORIOS EN GENERAL PARA EL
SECTOR HOTELERO EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA**

EMIR JAVIER SUÁREZ JIMÉNEZ

**UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA FINANCIERA
SANTA MARTA
2009**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE ARTICULOS Y ACCESORIOS EN GENERAL PARA EL
SECTOR HOTELERO EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA**

EMIR JAVIER SUAREZ JIMENEZ

**Trabajo de grado presentado al Profesor: Rodolfo Sosa Gómez, para optar el
título de Gerencia Financiera**

**UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA FINANCIERA
SANTA MARTA
2009**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	15
3. OBJETIVOS	16
3.1 Objetivo General	16
3.2 Objetivos Específicos	16
4. DELIMITACIÓN	17
4.1 ESPACIAL	17
4.2 TEMPORAL	17
5. MARCO DE REFERENCIA	18
5.1 MARCO HISTÓRICO	18
5.2 MARCO TEÓRICO	28
5.3 MARCO LEGAL	39
6. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA	40

6.1 TIPO DE INVESTIGACION	40
6.2 TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION	40
6.2.1 Técnicas de recolección de información primaria	40
6.2.2 Técnicas de recolección de información secundaria	40
6.2.3 Instrumentos de recolección de información primaria	40
6.2.4 Instrumentos de recolección de información secundaria	41
6.4 POBLACIÓN	41
6.5 MUESTRA	41
7. CAPITULO I: PLAN DE NEGOCIOS	44
8. CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO	45
8. CAPITULO III. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO	48
9. CAPITULO IV: ESTUDIO TECNICO	53
10. CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO	56
CONCLUSIONES	76
BIBLIOGRAFIA	77
ANEXOS	79

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Estructura Organizacional	62
Tabla 2: Estados De Ganancias y Pérdidas	81
Tabla 3: Balance General	85
Tabla 4: Flujo de Caja	87

GLOSARIO

ADMINISTRACIÓN: Se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, puedan laborar o trabajar en equipo, y alcancen con eficiencia los objetivos organizacionales o las metas seleccionadas.

EMPRESA: La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

COMERCIALIZACIÓN: es un área de la administración referida a las ventas incluye todos los procesos de estudio de mercado, publicidad, promoción y definición de productos.

ESTUDIO DE MERCADO: El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO: El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales

ESTUDIO FINANCIERO: En el estudio financiero esta integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de

negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos preoperativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son. El Balance General, Estado de Perdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: es el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

EVALUACION DE PROYECTOS: la evaluación de proyectos es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación. Es decir, se intenta conocer qué tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad poseería para cumplirlos

ORGANIZACIÓN: es el acto de dirigir, organizar, sistematizar el proceso productivo que llevan a cabo los administradores, gerentes economistas, contadores que se encuentran en puestos directivos de la unidad productora. La remuneración del capital y la organización es la ganancia

PLANEACIÓN: es decir por adelantado, qué hacer, cómo y cuándo hacerlo, y quién ha de hacerlo. La planeación cubre la brecha que va desde donde estamos

hasta donde queremos ir. Hace posible que ocurran cosas que de otra manera nunca sucederían; aunque el futuro exacto rara vez puede ser predicho, y los factores fuera de control pueden interferir con los planes mejor trazados, a menos que haya planeación, los hechos son abandonados al azar.

PROYECTO DE INVERSIÓN: Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

PYMES: Son Pequeñas y Medianas Empresas, con un número no muy grande de trabajadores, y con una facturación moderada.

VENTA: Es un proceso interactivo por la interrelación constante vendedor-comprador y continuo por su carácter cíclico y su retroalimentación. En este proceso nada sencillo intervienen tres factores fundamentales: el factor humano, (cliente y vendedor), y el factor objeto de intercambio (producto y precio) y el factor forma o procedimiento (técnica de ventas).

INTRODUCCIÓN

El estudio tiene como objetivo fundamental establecer la factibilidad para la creación de una **EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ARTÍCULOS Y ACCESORIOS EN GENERAL PARA EL SECTOR HOTELERO EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA.**

En el desarrollo de la investigación se determina el mercado, la organización, el aspecto legal, el proceso logístico, y la inversión para la creación de una empresa y su proceso de comercialización en la ciudad de Santa Marta.

La importancia del estudio radica en el poder dar una visión mas integradora e innovadora acerca de la conformación de nuevas empresas que comercializan bienes y servicios de manera competitiva en la ciudad de Santa Marta; y que este trabajo a su vez sirva como punto de referencia a posteriores investigaciones referidas al tema objeto de estudio.

En concordancia con la naturaleza de la investigación propuesta, se hace un enfoque de tipo descriptivo y en el desarrollo de su diseño metodológico, se aplican las técnicas de observación, recolección, sistematización, análisis y exposición de la información sobre el tema objeto de estudio.

En el primer capítulo de este proyecto de grado se hace una definición, de qué es un plan de negocios, en que consiste su implementación y cuales son los elementos que lo caracterizan.

En el capítulo segundo hace referencia acerca del estudio de mercado, en la cual se determinan los requerimientos de los clientes, el servicio que se va a ofrecer y a donde va direccionado las estrategias de marketing.

En el tercer capítulo se establecen todos aquellos aspectos administrativos, de recursos humanos y legales que se necesitan para la conformación y buena marcha de la empresa en la ciudad de Santa Marta

En el cuarto capítulo se hace mención de los aspectos técnicos, la ubicación y la logística para la venta y la prestación del servicio. Todo esto, como aspectos claves para el buen desarrollo de la etapa de comercialización del producto.

En el último capítulo se muestran todos aquellos elementos de inversión, de costos, ingresos y de financiación, así como de evaluación del proyecto

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las organizaciones son una fuerza fundamental en la determinación y en el curso de la vida. Sin embargo se demerita su importancia y su funcionamiento para la sociedad en general, se dice que el proceso de creación de una empresa se consigue exitosamente con el trabajo de los individuos que la inician y la desarrollan y con base en la planificación u organización que se ejerza en la misma. Sin embargo, si no existen lineamientos o parámetros básicos bien delimitados y definidos para la realización de los distintos pasos para crear una empresa; se obstaculizara su creación y su desarrollo. Por ende se hace necesario que el equipo emprendedor o socios de la nueva organización tengan bien claro los distintas fases para la puesta en marcha de una empresa, así como una buena coordinación, planeación y supervisión en las actividades a desarrollar, la cual es aplicable a cualquier tipo de empresas en cualquier sector en el país, sin importar su tamaño o naturaleza.

Los negocios requieren de un sistema apropiado para generar una estructura organizacional que ayude a producir con eficacia y eficiencia, es decir, con un marco de trabajo que retiene unida las diversas funciones de acuerdo con un esquema que sugiere orden, arreglo lógico y relaciones armoniosas.

La creación de la empresa **IDEAS & MERCADEO LTDA.**, objeto de la presente investigación, será una **PYME** dedicada a la publicidad, mercadeo y suministro de bienes y servicios en el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

Los tiempos actuales se caracterizan porque las empresas no solo tienen que satisfacer un único perfil de los clientes, sino a varios, donde cada perfil puede determinar unas condiciones distintas de servicios, de tiempos de especificaciones y de precios; por ello se hace cada vez mas exigente el hecho de que se generen empresas que puedan satisfacer esas necesidades múltiples que poseen los clientes en el mercado actual. Los conceptos de agilidad, productividad, justo a tiempo, calidad, buen servicio, buen precio están implícitos en los servicios que se

ofrecen. Sin embargo muchas empresas que se crean en Colombia adolecen de verdaderas estrategias y pocas ofrecen un valor agregado a sus clientes, de allí que muchas fracasen en su consolidación en el mercado. Ya no es suficiente con ofrecer la función utilitaria de los productos, ahora se exige una satisfacción total basada en servicios adicionales que se ofrecen y que les corresponde al cliente por haber efectuado la compra.

También es bueno significar como problemática del presente estudio, la falta de apoyo gubernamental e institucional para que muchos emprendedores puedan desarrollar de mejor manera sus iniciativas empresariales en el país.

En la ciudad de Santa Marta es muy poca la participación de mercado de empresas distribuidoras de artículos para el sector hotelero; lo que se convierte por una parte en una oportunidad para algunos emprendedores que desean incursionar en este mercado con escasos competidores y por otra parte una preocupación en la medida de que este tipo de inversiones puedan ser rentables a los nuevos empresarios.

En Santa Marta se puede observar que los actuales distribuidores de artículos para hoteles no cumplen con todos los requerimientos exigidos en el mercado; que van desde la necesidad de surtido de las distintas secciones o dependencias de un hotel, así como la buena asesoría en materia de servicios hoteleros.

La dificultad de entrada que pueden tener las empresas que desean incursionar en este mercado, es la falta de capital suficiente para poder sostener una oferta de productos y servicios que este a tono con las exigencias del sector hotelero en la ciudad.

También es bueno significar como problema, que es una laboriosa tarea, no solo el hecho de crear una nueva unidad de negocios en la ciudad de Santa Marta, sino el propósito de mantenerla activa, de forma competitiva en el mercado; debido a

la situación económica que vive el país en la actualidad y a la falta de apoyo gubernamental, así como la dificultad de conseguir financiación para la creación de nuevas empresas en Colombia. Sin embargo tales condiciones no deben ser obstáculos, sino retos para los nuevos emprendedores que desean seguir generando nuevas posibilidades de negocios que estén acorde con las necesidades del mercado actual.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Del anterior diagnostico surge la siguiente formulación del problema.

¿De que manera se puede establecer la factibilidad legal, comercial, técnica y financiera para la puesta en marcha de una empresa distribuidora de artículos y accesorios en general para el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta?

2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación permite obtener un conocimiento de cuales son los elementos formales, técnicos, comerciales, financieros para la creación y puesta en marcha de una empresa distribuidora de artículos y accesorios en general para el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

La justificación teórica se deriva del análisis de todos aquellos factores que hay que tener en cuenta la hora de conformar una empresa (localización, tamaño, ubicación estrategias de mercadeo, administración inversión etc.), y como el buen desarrollo de estos factores, junto con un buen equipo gestor de la misma, guardan una relación directa con el éxito empresarial.

Por otro lado será un documento valioso de consulta para estudiantes y emprendedores, en lo relacionado con la conformación de nuevas unidades de negocios que comercializan servicios en la ciudad de Santa Marta y que este sirva a su vez, de estímulo al proceso de investigación en general.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad legal, comercial, técnica y financiera para la puesta en marcha de una empresa distribuidora de artículos y accesorios en general para el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Investigar las necesidades de los clientes potenciales y las oportunidades del sector de suministro hotelero en la ciudad e Santa Marta.

- Establecer las características y elementos para el buen diseño de los productos y servicios que se ofrecen al sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

- Identificar cuales son los requerimientos y las acciones legales, administrativas, comerciales, técnicas y de inversión para la correcta ejecución del negocio propuesto en la investigación.

- Evaluar los resultados obtenidos del estudio para establecer la correcta factibilidad comercial, económica y financiera del proyecto.

4. DELIMITACIÓN

4.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

El estudio se circunscribe en la Empresa **IDEAS & MERCADEO LTDA.**, ubicada en la ciudad de Santa Marta, en el Departamento del Magdalena de la República de Colombia.

4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL

Este proyecto se desarrolla teniendo como marco temporal, el periodo comprendido en el primer semestre del año de 2009.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 MARCO HISTORICO

Se tomo como referencia histórica para la presente investigación el desarrollo administrativo por considerarlo clave para la creación y puesta en marcha de una empresa. A continuación se hace un bosquejo histórico de la ciencia administrativa, hasta nuestros días¹:

En la historia humana, las personas a través de muchos siglos, han ido formando y reformando organizaciones. Al repasar la historia de la humanidad, aparece la huella de pueblos que trabajaron unidos en organizaciones formales, por ejemplo los ejércitos griegos y romanos, la Iglesia Católica Romana, la Compañía de las Indias Orientales, la Compañía de la Bahía de Hudson. Las personas también han escrito sobre cómo lograr que las organizaciones sean eficientes y eficaces, desde mucho antes de que términos como "administración" fueran de uso común.

En Sumeria, se dieron las primeras escrituras, sobre el control administrativo del cobro de los impuestos, que lo sacerdotes llevaban en forma arcaica. En Egipto (4000a.C.): se contaban con dirigentes capaces de planear, organizar y controlar a miles de trabajadores en la ejecución de sus monumentos. Las pirámides de Egipto son evidencias actuales de que se intentaron proyectos de enorme alcance, que emplearon decenas de miles de personas, con bastante anticipación a los tiempos modernos. Las pirámides son un ejemplo en especial interesante. En la

¹.Tomado del texto en Línea. Historia de la administración. Disponible en: <http://www.google.com/organización/historia de la administracion.htm> .Consulta: 2003, Abril.

En China (2000a.C.), se utilizaban una junta de consejo para cada caso en que debía de tomarse una decisión importante.

Las parábolas de Confucio sugieren prácticas para la buena administración pública.

En el Código de **HAMURABI**, de la antigua Babilonia (1800 a.C.), se hizo un control escrito y testimonial, sobre reglamentos de naturaleza organizativa, salarios y responsabilidades.

Los hebreos (1490 a.C.), desarrollaron los conceptos de organización y principio de la excepción. En Grecia y Persia: (400 a.C.), se dieron planteamientos filosóficos sobre la administración. En Grecia Sócrates enuncia la universalidad de la administración.

Platón en su libro "La República" da sus puntos de vista sobre la administración de los negocios públicos y el principio de especialización.

Una de las civilizaciones que más influyó en el pensamiento administrativo fue el pueblo romano, quien marcó las bases más importantes de la sociedad moderna.

El pueblo romano influyó en la sociedad actual haciendo uso de la administración que incluso teniendo administradores que se hacían cargo de ella, que recibían el nombre de gestores o mandatarios.

En la edad media la Iglesia Católica no acepta el lucro y el comercio como una actividad honesta, al no ser aceptado esto, nace una nueva corriente llamada ética protestantista que sí acepta y fomenta la acumulación de la riqueza. Dentro de sus principales exponentes encontramos a Max Weber, Benjamin Franklin y Martin Lutero. La Iglesia Católica Romana representa un ejemplo interesante de la práctica de la administración; la estructura actual de la Iglesia quedó establecida,

en esencia, en el siglo II d.C. En ese tiempo se definieron con mayor rigor sus objetivos y doctrinas. La autoridad final se centralizó en Roma.

Nicolás Maquiavelo (1525), escribió acerca de unos principios básicos de la administración tales como:

1. Una organización es más estable si sus miembros tienen el derecho de manifestar sus diferencias y resolver sus conflictos dentro de ella.
2. Si bien una persona puede iniciar una organización, “ésta será duradera cuando se deja en manos de muchos y cuando muchos desean conservarla.”
3. Un gerente débil puede seguir a uno fuerte, pero no a otro débil, y conservar su autoridad.
4. Un gerente que pretende cambiar una organización establecida "debe conservar, cuando menos, la sombra de las costumbres antiguas."

Adam Smith (1780) se conoce por sus contribuciones a la doctrina de la economía clásica, pero su análisis en *La Riqueza de las Naciones*, que se publicó en 1776, incluía un brillante argumento sobre las ventajas económicas que las organizaciones y la sociedad podrían obtener de la división del trabajo. Él empleó para sus ejemplos la industria de fabricación de alfileres. Smith menciona que diez individuos, cada uno realizando una actividad especializada, podrían producir entre todos alrededor de 48 mil alfileres al día. Sin embargo, si cada uno trabajara en forma separada e independiente, con un poco de suerte esos diez trabajadores podrían fabricar 200 (o incluso diez) alfileres al día. Si cada trabajador tuviera que jalar el alambre, estirarlo, cortarlo, martillar la cabeza a cada alfiler, afilar la punta, y soldarle la cabeza a cada pieza, sería un verdadero reto producir diez alfileres al día.

Smith concluyó que la división del trabajo aumenta la productividad al incrementar la habilidad y destreza de cada trabajador, al ahorrar tiempo que, por lo general, se pierde al cambiar de actividades, y al crear inventos y maquinaria que

ahorran trabajo. La amplia popularidad actual de la especialización del trabajo (tanto en puestos de servicio como la enseñanza y la medicina como en las líneas de ensamble en las plantas de automóviles) se debe sin lugar a duda a las ventajas económicas que citara hace más de 200 años Adam Smith.

Con la revolución industrial (siglo XVIII y principios del siglo XIX), se da un desarrollo teórico de los principios administrativos. Y un cambio de los modelos de producción; Aquella producción hecha a mano y limitada pasa a ser una producción hecha a máquina y en serie. Donde se presenta con mayor fuerza es en Inglaterra, pero también hay cambios fuertes en Francia, Italia, Alemania, EE.UU., etc.

Dentro de los principales cambios y aportaciones de la revolución industrial están:

- 1) Cambios de los sistemas de producción.
- 2) Disminución en los costos de producción.
- 3) Aparecen los grandes inventos.
- 4) Aparece una nueva clase social: el obrero.
- 5) Desaparece el pequeño artesano.
- 6) Aparece la competencia.

Existen reacciones de todo tipo en la revolución industrial, pero dentro de las más importantes está la iglesia católica y la de los economistas liberales. La de los economistas liberales tiene como sus principales exponentes a Carlos Marx Marx, y Federico Engels. Quienes saben que peligran las estructuras por lo que proponen los siguientes cambios:

- Que desaparezca la propiedad privada.
- La creación de un sistema que logre satisfacer las necesidades del proletariado.
- Que el proletariado ocupe el poder.

Otra obra clásica que ofrece sus conocimientos a los administradores modernos es El arte de la guerra, escrita por Sun Tzu, el filósofo chino, hace más de dos mil años. La obra fue modificada y usada por Mao Tse Tung, fundador de la República Popular China en 1949. Entre los postulados de Sun Tzu cabe destacar los siguientes:

1. Cuando el enemigo avanza, ¡hay que retirarse!
2. Cuando el enemigo se detiene, ¡hay que hostigarle!
3. Cuando el enemigo pretende evitar el combate, ¡hay que atacarlo!
4. Cuando el enemigo se retira, ¡hay que perseguirlo!

Aunque estas reglas pretendían ser una guía para la estrategia militar, desde hace mucho se han utilizado en la planeación de una estrategia para enfrentar a empresas competidoras.

La administración y las organizaciones son producto de su momento y su contexto histórico social. Por tanto, la evolución de la teoría de la administración se entiende en términos de cómo han resuelto las personas las cuestiones de sus relaciones en momentos concretos de la historia.

Administración científica es el nombre que recibió debido al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración para lograra una gran eficiencia industrial. Los principales métodos científicos aplicables a los problemas de la administración son la observación y la medición. La teoría de la administración científica surgió en parte por la necesidad de elevar la productividad. A mediados del siglo XX, en Estados Unidos en especial , había poca oferta de mano de obra. La única manera de elevar la productividad era elevando la eficiencia de los trabajadores. Así fue como Frederick W. Taylor, Henry L. Gantt y Frank y William Gilbreth inventaron el conjunto de principios que se conocen como la teoría de la administración científica.

La famosa obra de Taylor titulada *Principles of Scientific Management* se publicó en 1911. Taylor fundamentó su filosofía en cuatro principios básicos. Se observará que estos preceptos no se encuentran muy alejados de las creencias fundamentales del moderno administrador. Es cierto que algunas de las técnicas de Taylor y sus colegas y seguidores se desarrollaron con el fin de poner en práctica su filosofía y principios que tienen ciertos aspectos mecanicistas.

1. **Principio de planeación:** sustituir el criterio individual de obrero, la improvisación y la actuación empírica en el trabajo por métodos basados en procedimientos científicos. Cambiar la improvisación por la ciencia mediante la planeación del método.
2. **Principio de preparación:** seleccionar científicamente los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes; prepararlos y entrenarlos para que produzcan más y mejor, de acuerdo con el método planeado. Además de la preparación de la fuerza laboral. Se debe preparar también las máquinas, los equipos de producción, la distribución física, la disposición racional de las herramientas y los materiales.
3. **Principio de control:** controlar el trabajo para certificar que se ejecute de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto. La gerencia tiene que cooperar con los trabajadores para que la ejecución sea la mejor posible.
4. **Principio de ejecución:** distribuir de manera distinta las funciones y las responsabilidades para que la ejecución del trabajo sea más disciplinada.

Taylor sostenía que el éxito de estos principios requería una “revolución total de la mentalidad” de los obreros y patrones. En lugar de pelearse por las utilidades, las dos partes deberían poner su empeño en elevar la producción, en su opinión, al hacerlo, las utilidades aumentarían a tal grado que los obreros y los patrones ya

no tendrían que pelearse por ellas. En pocas palabras, Taylor pensaba que tanto obreros como patrones tenían el mismo interés en elevar la productividad.

La administración científica se preocupó por elevar la productividad de la fábrica y el trabajador individual. La teoría clásica de la organización surgió de la necesidad de encontrar lineamientos para administrar organizaciones complejas.

Henry Fayol (1841 – 1925) suele ser recordado como el fundador de la escuela clásica de la administración, no porque fuera el primero en estudiar el comportamiento gerencial, sino porque fue el primero en sistematizarlo. Farol pensaba que las prácticas administrativas aceptadas siguen ciertos patrones, los cuales se pueden identificar y analizar. A partir de esta premisa básica, trazó el proyecto de una doctrina congruente de la administración, la cual sigue conservando mucha fuerza hasta la fecha.

Fayol se parece mucho a Taylor, su contemporáneo, por su fe en los métodos científicos. Sin embargo, Taylor se interesaba primordialmente por las funciones de la organización, mientras que Fayol se interesaba por la organización total y se enfocaba hacia la administración, que, en su opinión, era la operación empresarial más descuidada. Antes de Fayol, en general, se pensaba que los “gerentes nacen, pero no se hacen”. No obstante, Farol insistía en que la administración era como cualquier otra habilidad, que se podría enseñar una vez se entendieran sus principios fundamentales.

Los 14 principios de la administración de Fayol:

1. **División del trabajo:** cuanto más se especialicen las personas, tanto mayor será la eficiencia para realizar su trabajo. El epítome de este principio es la línea de montaje moderna.

2. **Autoridad:** los gerentes deben guiar órdenes para que se hagan las cosas. Aunque su autoridad formal les otorgue el derecho de mandar, los gerentes no siempre lograrán la obediencia, a no ser que también tengan autoridad personal (por ejemplo, la experiencia pertinente).

3. **Disciplina:** los miembros de una organización tienen que respetar las reglas y los acuerdos que rigen a la organización. Según Fayol, la disciplina es resultado de líderes buenos en todos los estratos de la organización, acuerdos justos (como las disposiciones para recompensar resultados extraordinarios) y sanciones impuestas, con buen juicio, a las infracciones.

4. **Unidad de mando:** cada empleado debe recibir instrucciones de una sola persona. Fayol pensaba que si un empleado dependía de más de un gerente, habría conflictos en las instrucciones y confusión con la autoridad.

5. **Unidad de dirección:** las operaciones de la organización con el mismo objetivo deben ser dirigidas por un solo gerente y con un solo plan. Por ejemplo, el departamento de personal de una empresa no debe tener dos directores, cada uno con una política diferente de contratación.

6. **Subordinación del interés individual al bien común:** en cualquier empresa, los intereses de los empleados no deben tener más peso que los intereses de la organización entera.

7. **Remuneración:** la retribución del trabajo realizado debe ser justa para empleados y empleadores.

8. **Centralización:** al reducir la participación de los subordinados en la toma de decisiones se centraliza; al aumentar su papel en ella se descentraliza. Fayol pensaba que los gerentes deben cargar con la responsabilidad última, pero que al

mismo tiempo deben otorgar a sus subalternos autoridad suficiente para realizar su trabajo debidamente. El problema radica en encontrar el grado de centralización adecuado para cada caso.

9. **Jerarquía:** la línea de autoridad de una organización, en la actualidad representada por casillas y líneas bien definidas del organigrama, sigue un orden de rangos, de la alta gerencia al nivel más bajo de la empresa.

10. **Orden:** los materiales y las personas deben estar en el lugar adecuado en el momento indicado. Las personas, sobre todo, deben realizar los trabajos u ocupar los puestos más adecuados para ellas.

11. **Equidad:** los administradores deben ser amables y justos con sus subordinados.

12. **Estabilidad del personal:** las tasas elevadas de rotación de empleados socavan el buen funcionamiento de la organización.

13. **Iniciativa:** los subordinados deben tener libertad para concebir y realizar sus planes. Aun cuando se puedan presentar algunos errores.

14. **Espíritu de grupo:** cuando existe el espíritu de grupo la organización tendrá una sensación de unión. Según Farol, incluso los pequeños detalles podrían alentar el espíritu. Por ejemplo, sugería que se usara la comunicación oral, en lugar de la comunicación formal escrita siempre que fuera posible.

Otro teórico importante, que registra la historia para el desarrollo administrativo fue el señor Elton Mayo, este autor se ubica dentro de la escuela conductista. La escuela conductista surgió, en parte, debido a que el enfoque clásico no lograba suficiente eficiencia productiva ni armonía en el centro de trabajo. Para frustración de los gerentes, las personas no siempre seguían los patrones de conducta

pronosticados o esperados. Por lo tanto, aumentó el interés por ayudar a los gerentes a manejar con más eficacia sus organizaciones.

Elton Mayo (1880 – 1949) y algunos compañeros de Harvard, entre ellos Fritz J. Roethlisberger y William J. Dickson iniciaron su participación en la serie de estudios realizados en Western Electric Company entre 1924 y 1933, los cuales con el tiempo se conocieron como “los estudios de Hawthorne, porque muchos de ellos fueron realizados en la fábrica Hawthorne de Western Electric, cerca de Chicago. Los estudios de Hawthorne, en un principio, fueron un intento por investigar la relación entre la cantidad de iluminación en el centro de trabajo y la productividad de los obreros.

En estos experimentos y otros subsiguientes, Mayo y sus colaboradores decidieron que una compleja cadena de actitudes afectaba los aumentos de productividad. Como los grupos pilotos y los de control fueron separados para darles atención especial, éstos desarrollaron un orgullo de grupo que los llevó a mejorar sus resultados laborales. Además, la comprensión de los supervisores reforzó su motivación. Los investigadores llegaron a la conclusión de que los empleados trabajarían con más tesón si la gerencia se preocupaba por su bienestar y si los supervisores les prestaban atención especial. Este fenómeno se conoció, más adelante, como el efecto de Hawthorne. Como el trato del grupo de control no fue especial en cuanto a supervisión y como no se mejoraron sus condiciones laborales y, sin embargo, sus resultados mejoraron, algunos investigadores (incluso el propio Mayo) especularon que aumento de productividad del grupo de control se debía a la atención especial que le habían prestado los propios investigadores.

El señor Mayo era de la opinión que el concepto del hombre social (movido por necesidades sociales, deseosas de relaciones gratificantes en el trabajo y más sensibles a las presiones del grupo de trabajo que al control administrativo) era

complemento necesario del viejo concepto del hombre racional, movido por sus necesidades económicas personales.

El estado actual de la teoría administrativa es bastante complejo, pues permite enfocar su objeto de estudio de varias maneras y agrupar un gran abanico de variable que deben ser tenidas en consideración.

En la actualidad, la teoría administrativa estudia la administración y creación de empresas y demás tipos de organizaciones desde el punto de vista de la interacción e interdependencia de las cinco variables principales, cada una de las cuales es objeto específico de estudio de una o más corrientes de la teoría administrativa. Las cinco variables básicas, (tarea, estructura, personas, tecnología y ambiente) constituyen los principales componentes en el estudio de administración de las empresas. El comportamiento de estas variables es sistémico y complejo: cada una ellas influye y es influenciada por las demás; si se modifica una ellas, las otras también se modifican en mayor o menor grado.

A medida que la administración enfrenta nuevos desafíos y nuevas situaciones, las teorías administrativas requieren adaptar sus enfoques o modificarlos por completo para que sean útiles y aplicables, lo cual explica en parte los pasos graduales de la teoría administrativa en el transcurso de este siglo.

5.2 MARCO TEORICO

Antes de abordar conceptualmente y de forma específica el tema propuesto; es bueno con antelación teorizar de manera sucinta, sobre el concepto de empresa, la naturaleza, los elementos, su aspecto administrativo y su proceso de comercialización. Así mismo, de manera puntual comprender la característica de los pasos que conlleva un plan de negocios para la creación de una empresa.

Según datos de **CONFECAMARAS** en el año 2007, son cerca de 1.900.670 empresas legalmente constituidas en Colombia, de las cuales cerca del 97% se clasifican en **MIPYMES**, son más de 65.000 compañías que anualmente se constituyen, de las cuales el 90% son creadas por jóvenes emprendedores, que eligen el camino de ser empresarios y no de emplearse. Colombia tiene un desempleo promedio del 17% siendo el 90% de estos desempleados personas profesionales, puesto que en la medida que se incentive la construcción, obras civiles y desarrollo de obra, los operarios y obreros pueden tener más opciones laborales. Sin embargo, no es la misma situación de los jóvenes egresados, que deben continuar sus estudios en cursos de postgrados, para aplicar en posiciones directivas y mientras tanto, debe emplearse en posiciones medias y hasta operativas.

De lo anterior se debe comprender que ante el notable desempleo que existe en el país y la falta de oportunidades de ingresos en los jóvenes, el crearse nuevas empresas es una oportunidad laboral en Colombia, debido a que es un modelo alternativo que se ha venido aplicando por el mundo, razón por la cual la estructura de constitución de empresa lleva a una plataforma económica de más de 70% de pequeñas empresas en España, más del 65% en Estados Unidos, cerca de 57% en Alemania, Francia tiene una conformación de 72% de pequeñas empresas y como se menciona, en Colombia representa el 97% de micro, pequeñas y medianas empresas.

Una persona que desea crear una empresa, debe tener en cuenta dos elementos; el factor competitividad y diferenciación, como aspectos relevantes para tener éxito empresarial; ello conlleva a que el elemento empresa lleve consigo la innovación y un alto valor agregado, con tal de lograr posicionamiento en el mercado.

Se hace cada vez más evidente - debido a la situación económica y laboral que vive el país-, de que hay un marcado interés en muchos colombianos de crear nuevas unidades de negocios. Todos los días surgen nuevas empresas en el país.

Se considera que Colombia es un país de muchas oportunidades de negocios y de que puedan desarrollarse nuevas empresas que aprovechen los factores productivos y tecnológicos, tanto en las actividades tradicionales como en los sectores en los cuales se considera hay mayor dinamismo en esta era de la nueva economía como lo es la biotecnología, la informática, las telecomunicaciones, la microelectrónica y el medio ambiente (mercados verdes), como algunos ejemplos.

En la creación de una empresa, teniendo en cuenta los referentes teóricos y empíricos, se debe tener claro que hay varios factores importantes los cuales se deben tener presentes en el momento de realizar una empresa. Factores tales como: la inversión, el costo de oportunidad del capital y su potencial de irreversibilidad, el costo de ajuste entre el nivel efectivo y deseado de este, el flujo de caja, las tasa de interés, la relación de dotación capital que se desea, el capital de trabajo con que se cuenta, las expectativas de los agentes sobre el mercado, la rentabilidad que se espera, la estabilidad crediticia, gubernamental e institucional, por mencionar algunas.

Por otro lado, hablando del entorno institucional en donde cabe cualquier proyecto de inversión, se considera necesario observar que aunque está claro que el proyecto se desarrolla alrededor de una idea, la cual sale como consecuencia de encontrar una oportunidad de negocio y por factores circunstanciales de cada agente, también hay otros elementos esenciales que se deben tener en cuenta y que determinan la creación y ejecución de proyectos de inversión considerados exitosos.

Es bueno considerar que no todo el mundo tiene las capacidades y las mismas posibilidades para crear una empresa, de acceder a los mismos beneficios y que

pueda generar esta. Así como también, no son iguales los entornos sociales y económicos en que se crean los distintos negocios. Es bueno tener en claro que las metodologías, los procedimientos y los modelos de servicios a prestar, deberán adaptarse a las particularidades de los grupos objetivos de cada política

El concepto de integralidad es clave dentro del contexto empresarial, estas unidades de negocios deben ser integrales, ya que su campo de actuación debe tener en cuenta los aspectos multieconómico que brinden la posibilidad de realizar nuevas empresas en Colombia²

La universalidad, dentro del concepto de creación de empresas, no discrimina la actividad económica, el estrato, o condición social del emprendedor, lo que si se debe tener en cuenta, es que desarrollo empresarial en Colombia debe estar orientado hacia negocios que tengan capacidad de innovar e incorporar las nuevas tecnologías, lo cual hará de Colombia un país con una economía más competitiva. Lo anterior no desconoce el accionar válido de que muchas personas generen nuevos negocios en distintos ámbitos de la economía, llámese formal e informal, en la finalidad de que las personas logren un modo de subsistencia más efectivo, ante la deteriorada situación económica actual

La tendencia actual de los negocios - debido a la globalización-, plantea una nueva solidaridad entre los empresarios y emprendedores; de hacer sinergias y alianzas estratégicas para ser más competitivos en el mercado, el individualismo que caracteriza a los empresarios tendrá que cambiar. Por esta razón, la solidaridad debe ser considerada como un principio fundamental para el empresario actual. Se requieren nuevos empresarios comprometidos con

² Fuente: OLAYA DÍAZ, Pedro Enrique. Cómo iniciar su propio negocio. Fomipyme, Cámara de Comercio de Bucaramanga,

Colombia, por esto es necesario cambiar la manera de pensar de cada uno de los actores, orientando todo tipo de políticas pensando siempre en el beneficio común, aumentando de esta manera la competitividad en el conjunto de la economía. Todo esto, se verá reflejado en lo siguiente: una mejor capacitación de la mano de obra, infraestructura mejorada, centros de innovación tecnológica más desarrollados, entre otros.

La masificación es otro aspecto importante dentro el paradigma empresarial. Esto indica la necesidad de que se generen nuevas políticas de apoyo gubernamental y sectorial a los emprendedores y empresarios en Colombia; ya que la competitividad de estos agentes productivos generaría un gran impacto en la economía del país. Lo anterior indica la necesidad de que se fomente una política de apoyo en recursos para crear sistemas de capacitación, asesoría y financiamiento a las iniciativas de tipo empresarial y a la creación de empresas. Al hablar de masividad, la política debe tener en cuenta que debe estar provista de los recursos que se requieren y ser muy innovadora, los cuales lleguen a diversos grupos de nuevos empresarios en Colombia.

Otro aspecto no menos importante dentro del campo empresarial es la innovación; en la cual se necesita romper esquemas rígidos en los actuales empresarios; ello implica darle la libertad a la creatividad empresarial y el apoyo al recurso humano, como el valor agregado más importante en una empresa, para lograr un mayor posicionamiento en el mercado actual

Desde hace mucho tiempo las empresas ocupan un papel relevante para el desempeño en la economía; como factor de trabajo, producción y comercio. Con el tiempo esa importancia ha ido creciendo, especialmente por la creación de grandes empresas que han surgido y se han desarrollado en todos los campos de la actividad económica.

La empresa a través de su quehacer o su accionar contribuye a mejorar las condiciones económicas de sus propietarios o accionistas, a generar más y

mejores fuentes de empleo, así como también al crecimiento de la economía del país.

Existen muy variadas definiciones de lo que es una empresa a continuación se mencionan dos conceptos importantes:

“es el conjunto organizado de personas que con ciertos recursos emprenden y realizan acciones con el propósito de alcanzar ciertos objetivos”³

“la empresa es la unidad económica y social o el ente que produce bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad con o sin fines de lucro comercial, agropecuarias, industrial o de servicios, publica o privada, legalmente constituida o no, de uno a varios propietarios”⁴

Por su finalidad las empresas pueden ser de tipo inmediato, es decir la producción de bienes y servicios para un mercado, o de tipo mediato, que es analizar que se busca con esa producción de bienes y servicios.

Por otra parte estas pueden clasificarse en públicas y privadas; la primera busca la obtención de un beneficio económico mediante la satisfacción de una necesidad de orden social o general. La segunda tiene como fin satisfacer una necesidad de orden social, pudiéndose obtener beneficio o no.

En relación al tamaño las empresas se pueden clasificar en pequeñas, medianas o grandes, dependiendo del recurso humano y del capital que posean. De acuerdo a su naturaleza jurídica estas pueden ser unipersonal, colectivas o de capital.

³ Melgar Callejas: “cursos básico para la estudio y organización de métodos”; pagina 15.

⁴ Reyes Ponce. “Teoría administrativa. primera parte” ; pagina 24

En relación a su actividad económica, estas pueden ser comerciales agropecuarias, industriales o de servicios. Y acorde con el desempeño de sus actividades internas o unidades funcionales, están referidas a las áreas de mercadeo, de producción, administrativas, financieras o tecnológicas

Independiente de la naturaleza que tenga una empresa, todas ellas constan necesariamente de una estructura organizacional o una forma de organización de acuerdo a sus necesidades (teniendo en cuenta sus fortalezas), por medio de la cual se pueden ordenar las actividades, los procesos y en si el funcionamiento de la empresa.

Es importante conocer que clase de estructuras organizacionales o tipo de administración utilizan las diferentes empresas, saber porque y como funcionan, que ventajas y desventajas poseen, que interés persiguen cada una de ellas y si se acomodan a las necesidades de las organizaciones. Por ello a continuación se exponen los elementos administrativos que se consideran importante dentro del contexto de creación de nuevas empresas.

La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio. La administración consiste en darle forma, de manera consistente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de servirle para alcanzar sus metas, llamados Gerente, administradores etc.

La previsión trata de establecer los principales cursos alternativos de acción que permitirían realizar los objetivos de la Empresa. Lo anterior hace indispensable que se conozca la situación real de la empresa, y que se puede hacer para

mejorar la organización. Ello implica un proceso de investigación, a través de los instrumentos metodológicos para la recolección de la información pertinente, para luego con base en esa información obtenida, poder plantear bien los objetivos y las metas de la Empresa. Así como de tener los criterios de previsibilidad, medición y objetividad que requieren las políticas y la obtención de los resultados propuestos

La fase de planeación se plantea con base en los resultados obtenidos en la etapa de previsión.

La planificación incluye elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros.

A diferencia de la previsión, en la etapa de planeación, no solo se determina las metas, sino que se establecen los lineamientos o la operatividad básica para alcanzarlas. Sin planes los gerentes no pueden saber como organizar su personal ni sus recursos debidamente.

La planeación tiene como propósito disminuir el riesgo al fracaso, evitar los errores y asegurar el éxito de la empresa. Así como también, el que se administre eficientemente y con ello asegurar el éxito futuro de la empresa.

La fase de organización trata sobre las diversas actividades que tiene que hacer la Empresa para alcanzar sus objetivos propuestos. Esta etapa sirve de fundamento para el diseño de la estructura organizacional de la Empresa. Cuando se habla de una estructura organizativa se esta haciendo énfasis en una estructura empresarial de tipo formal no informal. La etapa de Control se define como aquella función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos

de las empresas. Implica medir el desempeño contra las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas. El control facilita el logro de los planes, aunque la planeación debe preceder del control. Los planes no se logran por si solos, éstos orientan a los gerentes en el uso de los recursos para cumplir con metas específicas, después se verifican las actividades para determinar si se ajustan a los planes.

En relación con las empresas que comercializan y distribuyen bienes y servicios es bueno considerar varios aspectos:

Hoy en día, las empresas comercializadoras y de servicios dejan de ganar dinero al no contar con una buena administración de la extensa variedad de sus artículos, desde el registro, hasta el control detallado de sus inventarios. Lo anterior hace evidente la necesidad de que se implementen nuevos métodos y programas que sistematicen de mejor manera los procesos en una empresa comercializadora y distribuidora.

A continuación se mencionan algunas de las tareas claves que se pueden desarrollar como formas novedosas para aumentar notablemente las ventas en este tipo de empresas:

- Lista de precios y costos clasificada por artículo.

- Gran capacidad para clasificar artículos de acuerdo con sus características, familias, grupos, proveedores, etc.

- Control y manejo de diseños por clientes específicos.

- Digitalización de diseños o imágenes.

- Administración ágil de facturas.

- Registro automático de operaciones en contabilidad.
- Políticas de precios segmentadas para todas las áreas de operación
- Políticas de descuentos.
- Control de autorizaciones en los procesos de ventas.
- Control para las diferentes formas de pagos.
- Códigos de barras: Soporte para el empleo de dispositivos portátiles.
- Administración de Clientes
- Control en la eficiencia de entrega ya que permite identificar la fecha de entrega, emisión y generación de documentos.
- Consulta del inventario en línea para todas las unidades del negocio.
- Cálculo y pago de comisiones automáticas ligadas a las ventas.

Las anteriores actividades, son algunas de las variadas formas y métodos, que acompañadas de ciertas medidas, pueden generar en conjunto, una mejoría en el proceso de distribución y comercialización, pero ello incluye una decisión y aceptación tanto de la dirección, como de los colaboradores de la empresa, en la finalidad de que estas actividades favorezcan el crecimiento y la rentabilidad de la misma.

Ubicándonos en el objeto del presente proyecto, de que se genere un plan de negocios, este se puede definir como un documento formal que resume toda la

información necesaria para plantear y evaluar el desarrollo de un nuevo proyecto empresarial.

Un emprendedor, a la hora de plantear un nuevo negocio, inicia el proceso de creación del mismo mediante el análisis de varias ideas básicas como aprovechar una oportunidad que se le presenta, analizar el entorno y hacer algunos números sencillos que determinarán la pre factibilidad del proyecto.

Suponiendo que éste análisis de pre factibilidad (que puede realizarse en pocos minutos) tenga un resultado positivo, el emprendedor deberá comenzar el proceso formal de búsqueda de información relativa al nuevo negocio. Así pues, se analizarán las variables del mercado (clientes, proveedores y competidores), se diseñará una estructura de producción y/o servicio, se deberá plantear la estrategia de organización sin olvidar los aspectos financieros y económicos del proyecto.

El objetivo principal del plan de negocios es corroborar si la pre factibilidad mencionada es cierta o no. Suponiendo que la pre factibilidad se confirme, el segundo objetivo del plan de negocios es determinar cual será la rentabilidad esperada del proyecto según el nivel de riesgo asumido por el emprendedor.

Otro objetivo fundamental del plan de negocios consiste en formar una guía básica de los pasos a seguir para concretar el proyecto. En ocasiones la fase de implementación de un nuevo negocio puede tardar mucho tiempo (inclusive más de un año) por lo que contar con un documento escrito es fundamental para conocer el orden de las acciones que deben realizarse.

Es importante concebir, que el plan de negocios debe contar con una carta de presentación del proyecto que permita “vender” la idea a inversionistas, socios, accionistas y bancos para obtener los fondos necesarios para empezar el nuevo negocio.

El desarrollo del plan de negocios implica el desarrollo de los estudios de mercado, administrativo, legal, técnico económico y financieros. Se requiere la implementación de escenarios presentes y futuros (pesimistas, conservadores y optimistas) que permitan realizar el ejercicio de simular la toma de decisiones ante cada caso. Dicho ejercicio le da la posibilidad al emprendedor de reaccionar mejor ante los constantes cambios del entorno.

5.3 MARCO LEGAL

Las **PYMES** en Colombia están reguladas por la siguiente Ley:

Ley No. 590 10 de julio de 2000 “por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas

Ley 905 de 2004 (agosto 2) por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

6. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA

6.1 TIPO DE INVESTIGACION

El estudio es de un enfoque de tipo descriptivo, ya que consiste en la caracterización de un plan de negocios, enmarcando la definición y desarrollo de los estudios de mercado, administrativo, económicos y financieros a la correspondiente evaluación del mismo. En el estudio específicamente se tratan de describir los aspectos esenciales para la creación y puesta en marcha de una empresa distribuidora en el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

6.2 TECNICAS DE RECOLECCION DE INFORMACION

6.2.1 Técnicas de recolección de fuente primaria

Se aplicara la observación no participante y la entrevista para la obtención de información de fuente de tipo primaria.

6.2.2 Técnicas de recolección de fuente secundaria

Se acudió a la información de tipo secundaria a través de bibliografías relacionada con el tema propuesto

6.2.3 Instrumentos de de recolección de fuente primaria

Como instrumento para la recolección de información de fuente primaria se utilizo un formato de entrevista abierta dirigida al sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

6.2.4 Instrumentos de recolección de fuente secundaria

Como instrumentos de recolección de información de fuentes secundaria, se acudió a libros, revistas, Internet y demás documentos que guardan relación con el tema objeto de estudio

6.4 POBLACIÓN

La población que se toma como referencia son las Empresas del sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

6.5 MUESTRA

La muestra representativa de la población serán los ejecutivos y directivos de la Empresas, objeto de estudio.

A continuación se muestran los resultados de la entrevista realizada a los directivos de los hoteles en la ciudad de Santa Marta.

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

Entrevista dirigida a los directivos del sector hotelero de la ciudad de Santa Marta.

1. Que opina del servicio que ofrecen las empresas que suministran artículos a los hoteles en la ciudad de Santa Marta.
2. Cual es su opinión con relación a la calidad de los productos que ofrecen los distribuidores actuales de los hoteles.
3. Considera usted que se hace necesario mayor competitividad en el sector de suministro de hoteles, con nuevas empresas que ofrezcan mayor valor agregado a los clientes
4. Que opinión le merecen los precios de los artículos que adquieren actualmente y si cumplen con los requerimientos solicitados por ustedes.

5. Según su opinión existen muy pocos proveedores de suministro hoteleros en la ciudad de Santa Marta

6. Se siente satisfecho con el servicio ofrecido por las actuales empresas de suministros de hoteles en la ciudad de Santa Marta

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Respuestas:

1. La mayoría de los entrevistados opinan que el servicio que ofrecen las empresas de suministro es muy regular, debido a que no están claras las condiciones de garantía al ofrecer los respectivos servicios y además no cumplen con todas las especificaciones requeridas por los hoteles en la ciudad De Santa Marta

2. En relación a la calidad, la mayoría de los entrevistados considera que puede mejorarse estos productos, siendo más prácticos, más novedosos y que estén más a tono con las tendencias actuales; específicamente con los accesorios de alcobas. También los directivos de los hoteles consideran que deben ofrecerse una gama de productos más amplia para poder llenar las expectativas de los clientes que se hospedan en estos hoteles.

3. Muchos de los entrevistados consideran la necesidad de que haya mayor competencia en el suministro de artículos de hoteles en la ciudad de Santa Marta, ya que ello permitirá una mejor y mayor oferta de los productos y un mejor precio en los mismos.

4. La mayoría considera, que los precios no están en correspondencia con lo ofrecido por estos proveedores y estos no cumplen cabalmente con los requerimientos del sector hotelero, ya que están limitados por el capital y de obtener productos mas variados y de mayor calidad.

5. Según la opinión de los entrevistados son pocos los proveedores que ofrezcan un variado portafolio de productos y servicios, que logre satisfacer los pedidos y las expectativas del sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

6. Los directivos opinan que existe mucha insatisfacción en el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta, en relación con el suministro de artículos de hotelería, accesorios y utensilios de restaurante, así mismo en el servicio de posventa y de garantía.

CAPITULO 1: PLAN DE NEGOCIOS

Definición

Un plan de negocio es la definición de las áreas funcionales claves de una empresa que proyecten las acciones a seguir de manera organizada con el fin de establecer, asignar presupuestos y proyecciones de ventas asegurando permanencia en el mercado, disminuyendo el riesgo de fracasos o quiebras. Generalmente este documento se utiliza para creación de empresa, para consecución de recursos financieros e inclusive para justificar la venta de la empresa.

Etapas del Plan de negocios

Las etapas de un plan de negocios son:

- Estudio de Mercado
- Estudio Legal y Administrativo
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero

Estas etapas se han tenido en cuenta en **IDEAS & MERCADEO**, para direccionar una estructura sólida y canalizar acciones paso a paso que permitan hacer o construir una empresa con lineamientos y direccionamiento puntual.

CAPITULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

PLAN DE MARKETING Y VENTAS

Servicio a ofrecer:

La Empresa **IDEAS & MERCADEO**, se dedicara a la publicidad, el mercadeo y la venta de artículos Plus para el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

A continuación se menciona algunos del variado portafolio de artículos que se van a ofrecer en el mercado hotelero:

- Mantelería - Textil; compuesto por manteles, servilletas, toallas, cubre camas y otros suministros de uso común relacionado al equipamiento textil para hoteles.
- Porcelana - Vajilla; compuesto por vajillas, platos, tazas y otros utensilios de mesas relacionado a la porcelana.
- Cristalería; compuesto por vasos, copas para vino, licores, cocteles y otras bebidas relacionada a la cristalería.
- Cuchillos - Cubiertos; compuesto por utensilios de mesa y cocina.
- Uniformes, manteles, lámparas, cubrelechos, almohadas, y demás artículos de alcoba

También se tiene proyectado ofrecer a los hoteles todo lo relacionado con accesorios, mobiliario, equipamiento y equipos especializados.

El plan de ventas y marketing para **IDEAS & MERCADEO** se fundamenta en definición de estrategias puntuales basadas en los elementos del marketing.

En esta fase, de constitución de una empresa que preste servicios de suministro de artículos, lo esencial es ofrecer lo que el mercado está necesitando, contribuyendo a que lo ofertado sea lo demandado. Con base en la entrevista realizada en el presente estudio para la creación de **IDEAS & MERCADEO**, se puede afirmar con validez que el mercado hotelero adolece de buenos proveedores de artículos y accesorios, ya que los actuales competidores no logran satisfacer en gran medida la demanda actual del mercado.

El tipo de cliente a quien llega **IDEAS & MERCADEO** son los hoteles lujosos de la ciudad y los decisores de compra serán los gerentes, y los altos ejecutivos de los mismos.

Sistema de Comercialización. La forma como **IDEAS & MERCADEO** venderá sus productos será a través del departamento de marketing y ventas que tendrá estructurado, y en el cual contratará dos vendedores denominados asesores comerciales. Es por esta razón que se está hablando de un sistema de venta directa, controlada por la propia administración de **IDEAS & MERCADEO**, fijando cuotas de ventas y haciendo los controles de rigor para este cumplimiento.

Imagen Corporativa: **IDEAS & MERCADEO**, contará con un logo símbolo que identifique a la empresa, el cual se empleará en todas las piezas corporativas como son: papelería, sobres, tarjetas de presentación, hojas de membrete, carpeta de la empresa, agenda de la empresa, aviso de la empresa, página web, broshure, carnet del personal, entre otros

Plan de Medios: **IDEAS & MERCADEO** informará a su mercado objetivo el cual será los hoteles ubicados en la ciudad de Santa Marta, clasificados como hoteles de lujo.

Página Web: **IDEAS Y MERCADEO** tendrá su propio dominio en la red, lo cual aprovechará para subir un diseño propio de página que proyecte la innovación de

sus productos y servicios, y que permita que los visitantes interactúen y soliciten servicios por la red.

Oficina y Personal: Cuidando la imagen de la compañía se diseñarán oficinas modernas como se mencionó anteriormente y el personal estará uniformado asegurando una presentación adecuada.

Estrategias de Marketing: Las estrategias en se apoyara la empresa son generar un sistema de promociones, ofertas, rebajas, fuertes campañas publicitarias, calidad y variedad en los productos y la atención al cliente, entre otros.

Por ser los hoteles un cliente empresarial, se requiere de presentaciones formales, ofertas bien elaboradas, broshure de la compañía y representantes de ventas capaces de sostener una comunicación técnica con relación al manejo del total de comunicaciones de la empresa (publicidad, promoción, venta y relaciones públicas).

En la parte logística del área de marketing y ventas, se contará con un equipo para el procesamiento de datos conectado en red y que emita información inmediata al departamento administrativo y contable. En el área de administrativo y contable también se dispondrá de un equipo con software que integre los movimientos contables y financieros, bases de datos de los clientes, presupuestos, así como un sistema inteligente de información para mantener actualizados todos los datos de la compañía.

En cuanto al mobiliario, se ubicarán cuatro oficinas, en donde se sitúan el gerente y sus dos directivos; los demás puestos de trabajo serán oficina abierta, conexión en red, Internet wirefiles, conmutador telefónico y mobiliario que cumpla con las exigencia ergonómicas de los empleados.

CAPITULO 3: ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

ASPECTO LEGAL

Se escoge como razón jurídica de la empresa, la denominación de **IDEAS & MERCADEO**, se considera que la Sociedad de Responsabilidad Limitada es la más conveniente para salvaguardar el patrimonio de los socios de la empresa, limitando de esta manera su responsabilidad al capital aportado, sin necesidad de responder con sus bienes particulares ante un eventual del cese de la actividad comercial, según lo estipula en el Código Civil colombiano

La Empresa **IDEAS & MERCADEO** contará con capital social de. 45.000.000. - Integrado por dos socios, será de naturaleza jurídica limitada. La Empresa se dedicara a comercializar servicios para el sector hotelero en la ciudad de Santa Marta.

ASPECTO ADMINISTRATIVO

El plan administrativo que se ha desarrollado para **IDEAS & MERCADEO** tiene como propósito definir el esquema organizativo, canalizar el recurso humano, establecer los gastos que competen, y a contar con mano de obra calificada para cumplir con el objeto de la organización.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional definida para **IDEAS & MERCADEO**, incorpora las aéreas funcionales básicas que se requieren en una empresa, con el propósito de que encadenadas, permitan la alineación de procesos y procedimientos, con el fin de articular la estructura de los servicios, la definición de las ventas, la administración de recurso, la dirección de las finanzas y la aplicación de los correspondientes indicadores de gestión que se desarrollarán

Dentro de las actividades organizacionales, esta la idea es encontrar mercados objetivos, generar ventas, asegurar la permanencia de los clientes y analizar permanentemente la competencia para que la compañía pueda anticiparse a la situación del entorno.

La Estructura Organizacional de **IDEAS & MERCADEO**, entendiéndose por esta la administración de los puestos de trabajo, los cuales son dirigidos por individuos con conocimientos específicos, para lograr el cumplimiento de las metas de una compañía y generar una unidad de mando que mantenga el orden en el trabajo, el cumplimiento de procesos y la división de las tareas.

Basados en la anterior definición de lo que es el organigrama de una empresa, en **IDEAS & MERCADEO**, se determinó como fundamento de estructura las siguientes áreas claves:

Una junta de socios conformada por dos personas que estarán a cargo del control y direccionamiento de las empresas, que no tendrán salario sino participación igualitaria de las utilidades netas de la empresa.

1- Director Administrativo: Se crea esta posición que reportará a los socios de la empresa y cuya labor está encaminada a la dirección, organización y coordinación de las actividades relacionadas con contratación de personal, coordinación de funciones contables, emisión de estados de resultados y balance de la compañía.

Este ejecutivo desarrollará estrategias empresariales que aseguren la productividad y la competitividad en la industria de los servicios de suministro de artículos Plus del sector hotelero para la ciudad de Santa Marta. Es un puesto de trabajo que para **IDEAS & MERCADEO** tendrá una vital importancia, dado que a través de este se sostendrá el enfoque organizacional que se espera lograr en esta compañía.

2. Dpto. de suministro y logística: entendiéndose como el departamento en donde se definirán los productos y la creación de los servicios que **IDEAS & MERCADEO** prestará de acuerdo con las tendencias que impacten a los potenciales clientes, relacionados con la publicidad, promoción, suministro de artículos y accesorios en general para el sector hotelero. En esta área se contará con un ejecutivo que se anticipe a estas necesidades del mercado y que propongan soluciones, a través de productos que se puedan comercializar por el departamento de marketing y ventas.

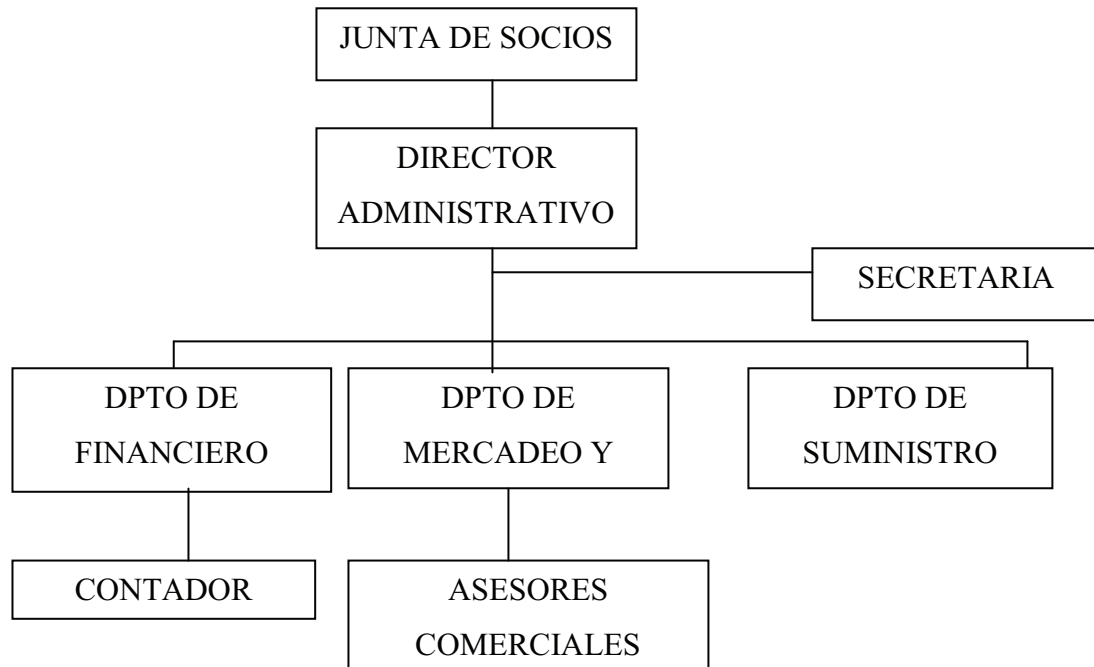
3- Director del Dpto. de Mercadeo: Puesto de trabajo que representa la ejecución de las estrategias comerciales dictadas por la empresa. Es un área fundamental para **IDEAS & MERCADEO** dada que tendrá la tarea de dar a conocer la compañía, divulgar los servicios

También la empresa contará con una secretaria que se encargue de las labores de redacción, sistematización, archivo, entrega de información, escrita y verbal dentro de la empresa. También será la encargada de atender las visitas, estar al tanto de que se lleve en buena forma la comunicación escrita, telefónica, digital dentro de la organización.

Por otra parte en el aspecto contable y financiero se contratará a un contador de tiempo completo encargado de las labores contables, de impuestos y de finanzas en la organización.

A continuación se presenta la estructura organizacional propuesta para la empresa **IDEAS & MERCADEO**

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE IDEAS Y MERCADEO



A partir de este organigrama, cada uno de los puestos de trabajo, tendrá el manual de descripción y funciones del cargo, así como también se establecerán los indicadores de gestión que se deben aplicar a cada cargo, para medir y retroalimentar el trabajo realizado. Para efectos de proceder a aportar a la Planeación Financiera, es relevante definir los salarios para cada cargo y el tipo de contratación. El director administrativo, recibirá un salario de dos millones de pesos mensuales (\$ 2.000.000), los cuales se pagarán por la empresa a manera de salarios con sus respectivas prestaciones legales. Así mismo el ejecutivo de suministro percibirá un salario de un millón de pesos (\$1.000.000), el director de mercadeo, se le estima un salario básico de un millón doscientos mil pesos (\$1.200.000), se les dará un salario variable del 1% sobre las utilidades percibidas mensualmente. Estos puestos se formalizarán con un contrato a término definido de un año, prorrogable al aplicar los indicadores de gestión. Para las posiciones de secretariado, será un salario de seiscientos mil pesos (\$ 600.000) mensuales. Estas personas tendrán un contrato a término definido de 6 meses prorrogables.

Los encargados de las ventas, recibirán un básico de un salario mínimo legal y se les dará un salario básico de trescientos mil pesos \$ 300.000 y comisiones por ventas efectivas del 2% sobre las utilidades netas de cada mes. El contador recibirá un sueldo de un millón de pesos (\$ 1.0000.000) mensual con sus respectivas prestaciones sociales.

El director de mercadeo recibirá adicional a su sueldo, una participación del 0.5% sobre las utilidades netas de la empresa

CAPITULO 4: ESTUDIO TÉCNICO

UBICACIÓN DEL NEGOCIO

La ubicación de una empresa, está directamente relacionada con el tipo de servicios que se van a prestar, así como también por el segmento de mercado que se va a tener. **IDEAS & MERCADEO** está direccionada a empresas en la ciudad de Santa Marta, su oficina central estará ubicada en una zona céntrica de la ciudad, ya que esta dirigida al sector hotelero y concretamente el contacto directo serán gerentes generales de publicidad y marketing de las compañías. Por esta razón, se asume que es importante contar con un espacio formal de oficina en donde se pueda atender al tipo de clientes que se tiene previsto.

La ubicación definida es en la carrera. 12 No. 26B - 43, oficinas de 110 mts cuadrados a un canon de arrendamiento mensual de un millón y medio de pesos (1.500.000).

INFRAESTRUCTURA

La oficina presentará dos niveles de mesa que dividen la composición espacial para funciones diferenciadas. La superficie alta es una mesa informativa de diálogos cortos y entrega de material promocional. Esta cara da de frente a la puerta de entrada. La superficie corta que tiene adición una silla de atención, en donde se podrá generar una conversación que conlleve al conocimiento de la empresa y/o disposición para generar nuevos negocios. Espacios internos funcionales como: archivadores, gavetas de papelería, superficie de computador de escritorio; estos son algunos de los elementos que en un diseño tan sólido y compacto existen, ya que tienen un espacio pensado para cumplir sus funciones prácticas de la mejor manera.

Su concepto minimalista abarca las sensaciones que el espacio quiere transmitir: claridad, tranquilidad y elegancia. Dándole al director de mercadeo, un espacio para desarrollar sus ideas. Especialmente está compuesta por una mesa de trabajo, una silla de trabajo, dos sillas de atención para clientes y un proyector de pared (allí aparece ubicado el logo de la empresa). Componentes necesarios para ser utilizados como área de ideas para cualquier tipo de trabajo o propuesta. Su composición integra piezas de diseño funcionales con elementos volumétricos que con un porcentaje bajo de color (color institucional) enmarca la composición y genera un ambiente moderno y funcional.

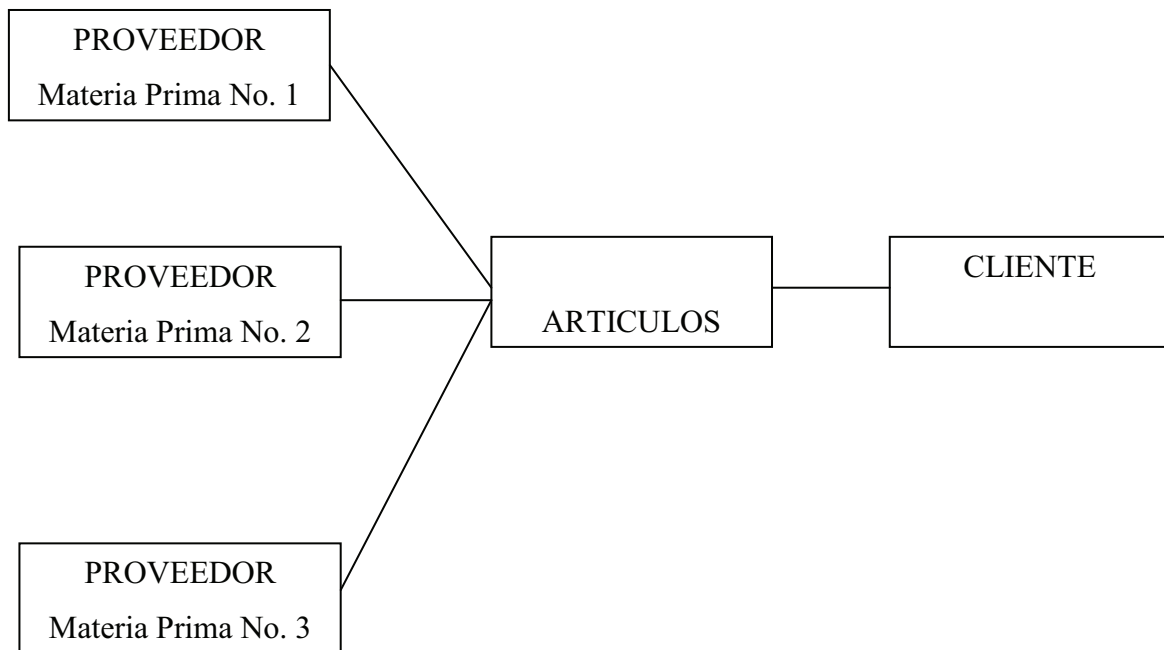
RECURSOS FÍSICOS Y EQUIPO

De acuerdo a la teoría de Michel Porter, “Los recursos de una empresa deben ser administrados eficientemente para asegurar la optimización de los costos”. Fundamentados en esta teoría, los recursos físicos de **IDEAS & MERCADEO**, serán equipos de tecnología moderna los cuales se requieren para la oficina de desarrollo y comercialización de productos, en donde se dispondrá de tres equipos con capacidad de memoria de 160 gigas y que integre los programas del campo publicitario, como son: Corel x3, Photo Shop, Adobe Reader, Paint

SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN

El sistema de distribución se hará a través de proveedores nacionales, los clientes encontrarán todo lo necesario para personalizar sus productos y realizar al experiencia de compra que le brinda **IDEAS & MERCADEO**, se debe cumplir con los requerimientos de los clientes con el fin de brindar un alto nivel de servicio y satisfacción

ESQUEMA DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS



LA LOGISTICA

Los vendedores visitan periódicamente a los clientes: .y se encargan de hacer la preventa, orientar al cliente y cursar los pedidos para el día siguiente.

Los clientes también pueden hacer sus pedidos por teléfono o fax, o si no han comprado nunca se les envía un asesor comercial a su negocio.

CAPITULO 5: ESTUDIO FINANCIERO

Dentro de la estructuración de empresas, se requiere el desarrollo y preparación de un Plan Financiero, que parte de la inversión inicial. Dicha inversión, corresponde al monto de capital necesario para la organización y puesta en marcha de la empresa.

A continuación se muestran todos los cuadros del plan de inversiones, de los gastos, ingresos y su respectiva evaluación financiera.

ACTIVOS	ACTIVOS QUE SE POSEEN	ACTIVOS QUE SE NECESITAN	TOTAL VALOR DE LOS ACTIVOS
Equipos	1.500.000	11.000.000	12.500.000
Muebles, Enseres y Maquinaria	150.000	2.900.000	3.050.000
TOTAL	1.650.000	13.900.000	15.550.000

ACTIVOS	CANT	UNID MED.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
muebles para los equipos	4	mts	500.000	2.000.000
computadores oficina	3	und.	1.600.000	4.800.000
computador Para Servidor	1	und.	2.345.000	2.345.000
Impresora Láser	1	und.	405.000	405.000
Línea Telefónica	1	und.	450.000	450.000
tablero acrílico y de Corcho	1	und.	250.000	250.000
Aire Acondicionado	1	und.	900.000	900.000
video Beam	1	und.	2.000.000	2.000.000
Sillas	10	und.	15.000	150.000
Retroproyector	2	und.	150.000	300.000
Mesa Administradora	2	und.	150.000	300.000
TOTAL				13.900.000

ADECUACIONES	
DESCRIPCION	VALOR
Adecuación del Local	500.000
TOTAL	500.000

INSUMOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Costo de artículos Alcobas (costos globales por mes)	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000
Costo de artículos de Salas (costos globales por mes)	950.000	950.000	950.000	950.000
Costo de artículos de Restaurantes(costos globales por mes)	2.450.000	2.450.000	2.450.000	2.450.000
TOTAL	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000
	MAY	JUN	JUL	AGOS
Costo de artículos Alcobas (costos globales por mes)	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000
Costo de artículos de Salas (costos globales por mes)	950.000	950.000	950.000	950.000
Costo de artículos de Restaurantes(costos globales por mes)	2.450.000	2.450.000	2.450.000	2.450.000
TOTAL	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000
	SEP	OCT	NOV	DIC
Costo de artículos Alcobas (costos globales por mes)	1.520.000	1.520.000	1.520.000	1.520.000
Costo de artículos de Salas (costos globales por mes)	950.000	950.000	950.000	950.000
Costo de artículos de Restaurantes(costos globales por mes)	2.450.000	2.450.000	2.450.000	2.450.000
TOTAL	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000

COSTOS FIJOS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
18.240.000	19.152.000	20.109.600	21.115.080	22.170.834
11.400.000	11.970.000	12.568.500	13.196.925	13.856.771
29.400.000	30.870.000	32.413.500	34.034.175	35.735.884
59.040.000	61.992.000	65.091.600	68.346.180	71.763.489

COSTO FIJO DE ENERGÍA	hora/mes	Total Kwh/mes	Vr. Kwh/m	Valor total Mes
PLANTA, MAQUINARIA Y EQUIPOS	30	0,2	206,76	
Computador	1.080	22	4.466	4.913
Lámparas	1.680	20	4.168	4.585
Aire Acondicionado	360	72	14.887	16.375
TOTAL	3150	114,2	23727,76	\$ 25.873

COSTO FIJO TELEFONICO (INTERNET)					
		Consumo horas día			
SERVICIO		Nocturno	Nocturno/m	Diurno	Nocturno
				24,3	12,09
INTERNET		4	240	24.000	26.000
Acceso al Servicio de Internet					
Otros	10 %				
Total A pagar					

COSTO FIJO AGUA			
USO	Prom M3 Dia	OTROS	Vr. Total
Para Baño	15	25%	18.791
COSTO FIJO ARRIENDO			
Local			Vr. Total
Bavaria			1.500.000

PRESUPUESTO DE GASTOS

SALARIO ADMINISTRATIVOS				
SALARIOS	SALARIO	Aux rans	Total	Total
NOMBRE	MENSUAL		Salario	Anual
Gerente administrativo	2.000.000		2.000.000	24.000.000
Director de mercadeo	1.200.000		1.200.000	14.400.000
Ejecutivo de suministro	1.000.000		1.000.000	12.000.000
Secretaria	800.000		600.000	7.200.000
Contador	1.000.000		1.000.000	12.000.000
Vendedores	600.000		600.000	7.200.000
TOTAL SALARIOS	6.400.000	0	6.400.000	76.800.000

Nomina mensual

DETALLE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Salarios	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Subtotal salarios	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Sena	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000
ICBF	192.000	192.000	192.000	192.000	192.000	192.000
Subsidio familiar	256.000	256.000	256.000	256.000	256.000	256.000
Salud	512.000	512.000	512.000	512.000	512.000	512.000
Pensión	648.000	648.000	648.000	648.000	648.000	648.000
ARP	177.600	177.600	177.600	177.600	177.600	177.600
Subtotal aportes parafiscales	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
Cesantías	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333
Interés sobre	64.000	64.000	64.000	64.000	64.000	64.000
Prima	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333
Vacaciones	268.800	268.800	268.800	268.800	268.800	268.800
Subtotal aportes Sociales	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
TOTAL NOMINA MENSUAL	9.713.067	9.713.067	9.713.067	9.713.067	9.713.067	9.713.067
DETALLE	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Salarios	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Subtotal salarios	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Sena	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000
ICBF	192.000	192.000	192.000	192.000	192.000	192.000
Subsidio familiar	256.000	256.000	256.000	256.000	256.000	256.000
Salud	512.000	512.000	512.000	512.000	512.000	512.000
Pensión	648.000	648.000	648.000	648.000	648.000	648.000
ARP	177.600	177.600	177.600	177.600	177.600	177.600
Subtotal aportes parafiscales	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
Cesantías	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333
Interés sobre	64.000	64.000	64.000	64.000	64.000	64.000
Prima	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333	533.333
Vacaciones	268.800	268.800	268.800	268.800	268.800	268.800
Subtotal aportes Sociales	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
TOTAL NOMINA MENSUAL	9.713.067	9.713.067	9.713.067	9.713.067	9.713.067	9.713.067

TOTAL GASTO DE NOMINA ANUAL				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
76.800.000	81.408.000	86.292.480	91.470.029	96.958.231
76.800.000	81.408.000	86.292.480	91.470.029	96.958.231
1.536.000	1.628.160	1.725.850	1.829.401	1.939.165
2.304.000	2.442.240	2.588.774	2.744.101	2.908.747
3.072.000	3.256.320	3.451.699	3.658.801	3.878.329
6.144.000	6.512.640	6.903.398	7.317.602	7.756.658
7.776.000	8.242.560	8.737.114	9.261.340	9.817.021
2.131.200	2.259.072	2.394.616	2.538.293	2.690.591
22.963.200	24.340.992	25.801.452	27.349.539	28.990.511
6.400.000	6.784.000	7.191.040	7.622.502	8.079.853
768.000	814.080	862.925	914.700	969.582
6.400.000	6.784.000	7.191.040	7.622.502	8.079.853
3.225.600	3.419.136	3.624.284	3.841.741	4.072.246
16.793.600	17.801.216	18.869.289	20.001.446	21.201.533
116.556.800	123.550.208	130.963.220	138.821.014	147.150.275

GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES						
Concepto	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Sueldo	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Aportes parafiscales	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
Prestaciones sociales	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
Arriendo Local	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Servicios Públicos	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194
Papelería	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Mantenimiento	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Publicidad	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Honorarios contables	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Seguro	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Gastos Legales de Constitución	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667
total gastos de administración	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927
Concepto	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Sueldo	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Aportes parafiscales	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
Prestaciones sociales	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
Arriendo Local	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Servicios Públicos	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194
Papelería	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Mantenimiento	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Publicidad	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Honorarios contables	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Seguro	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Gastos Legales de Constitución	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667
total gastos de administración	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927

GASTOS DE ADMINISTRACION ANUAL				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
76.800.000	80.640.000	84.672.000	88.905.600	93.350.880
22.963.200	24.111.360	25.316.928	26.582.774	27.911.913
16.793.600	17.633.280	18.514.944	19.440.691	20.412.726
18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
1.790.326	1.879.842	1.973.834	2.072.526	2.176.152
2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
1.800.000	1.890.000	1.984.500	2.083.725	2.187.911
480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
500.000	525.000	551.250	578.813	607.753
142.727.126	149.863.482	157.356.656	165.224.489	173.485.713

DEDUCCIONES TRIBUTARIAS							
CONCEPTO	Monto	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Adecuación	500.000	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667
Depreciación	6.555.000	546.250	546.250	546.250	546.250	546.250	546.250
TOTAL	7.055.000	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917
CONCEPTO	Monto	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Adecuación	500.000	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667
Depreciación	6.555.000	546.250	546.250	546.250	546.250	546.250	546.250
TOTAL	7.055.000	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917

PROYECCION DE VENTAS EN PESOS						
Productos	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Jun
Venta de artículos para Alcoba	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000
Venta de artículos para Salas	4.550.000	4.550.000	4.550.000	4.550.000	4.550.000	4.550.000
Venta de artículos para Restaurantes	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000
Total	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000
Productos	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Venta de artículos para Alcoba	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000	5.600.000
Venta de artículos para Salas	4.550.000	4.550.000	4.550.000	4.550.000	4.550.000	4.550.000
Venta de artículos para Restaurantes	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000	8.200.000
Total	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000

TOTAL DE VENTAS PROYECTADAS ANUALES				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
67.200.000	70.560.000	74.088.000	77.792.400	81.682.020
54.600.000	57.330.000	60.196.500	63.206.325	66.366.641
98.400.000	103.320.000	108.486.000	113.910.300	119.605.815
220.200.000	231.210.000	242.770.500	254.909.025	267.654.476

ESTUDIO ECONOMICO

LOS PARAMETROS A UTILIZAR EN EL ESTUDIO ECONOMICO SERAN LOS SIGUIENTES:

INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC): 5 % anual

TASA DE INTERES PARA EL CREDITO: 11 % anual

HORIZONTE DEL PROYECTO: 5 años

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR): 27 % anual

PROYECCION DE COSTOS DE MATERIA PRIMA (EN UNIDADES Y EN PESOS

RESUMEN DE LA INVERSION

RESUMEN DE LA INVERSION	
CLASE DE ACTIVOS	VALOR
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	\$15.550.000,00
ADECUACIONES	\$500.000,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$500.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$2.000.000,00
INVERSION TOTAL	\$18.550.000,00
RECURSOS PROPIOS	\$1.650.000,00
PRESTAMOS	\$16.900.000,00
TOTAL FINANCIACIÓN	\$18.550.000,00
CONDICIONES DEL CREDITO	
MONTO	\$16.900.000,00
PLAZO	60
TASA DE INTERES	0,92%
CUOTA MENSUAL DE AMORTIZACION	436.789,33

AMORTIZACION				
CUOTA	CUOTA	INTERESES	ABONO	SALDO
NUMERO				
0				16.900.000,00
1	0	0	0	16.900.000,00
2	0	0	0	16.900.000,00
3	0	0	0	16.900.000,00
4	0	0	0	16.900.000,00
5	0	0	0	16.900.000,00
6	0	0	0	16.900.000,00
7	154.916,67	154.916,67	0	16.900.000,00
8	154.916,67	154.916,67	0	16.900.000,00
9	154.916,67	154.916,67	0	16.900.000,00
10	154.916,67	154.916,67	0	16.900.000,00
11	154.916,67	154.916,67	0	16.900.000,00
12	154.916,67	154.916,67	0	16.900.000,00
13	436.789,33	154.916,67	281.872,67	16.618.127,33
14	436.789,33	152.332,83	284.456,50	16.333.670,84
15	436.789,33	149.725,32	287.064,02	16.046.606,82
16	436.789,33	147.093,90	289.695,44	15.756.911,38
17	436.789,33	144.438,35	292.350,98	15.464.560,41
18	436.789,33	141.758,47	295.030,86	15.169.529,54
19	436.789,33	139.054,02	297.735,31	14.871.794,23
20	436.789,33	136.324,78	300.464,55	14.571.329,68
21	436.789,33	133.570,52	303.218,81	14.268.110,87
22	436.789,33	130.791,02	305.998,32	13.962.112,56
23	436.789,33	127.986,03	308.803,30	13.653.309,26
24	436.789,33	125.155,33	311.634,00	13.341.675,26
25	436.789,33	122.298,69	314.490,64	13.027.184,62
26	436.789,33	119.415,86	317.373,47	12.709.811,14
27	436.789,33	116.506,60	320.282,73	12.389.528,41
28	436.789,33	113.570,68	323.218,66	12.066.309,76
29	436.789,33	110.607,84	326.181,49	11.740.128,26
30	436.789,33	107.617,84	329.171,49	11.410.956,78
31	436.789,33	104.600,44	332.188,90	11.078.767,88
32	436.789,33	101.555,37	335.233,96	10.743.533,92
33	436.789,33	98.482,39	338.306,94	10.405.226,98
34	436.789,33	95.381,25	341.408,08	10.063.818,90
35	436.789,33	92.251,67	344.537,66	9.719.281,24
36	436.789,33	89.093,41	347.695,92	9.371.585,32

37	436.789,33	85.906,20	350.883,13	9.020.702,18
38	436.789,33	82.689,77	354.099,56	8.666.602,62
39	436.789,33	79.443,86	357.345,47	8.309.257,15
40	436.789,33	76.168,19	360.621,14	7.948.636,01
41	436.789,33	72.862,50	363.926,84	7.584.709,17
42	436.789,33	69.526,50	367.262,83	7.217.446,34
43	436.789,33	66.159,92	370.629,41	6.846.816,93
44	436.789,33	62.762,49	374.026,84	6.472.790,09
45	436.789,33	59.333,91	377.455,42	6.095.334,67
46	436.789,33	55.873,90	380.915,43	5.714.419,23
47	436.789,33	52.382,18	384.407,16	5.330.012,08
48	436.789,33	48.858,44	387.930,89	4.942.081,19
49	436.789,33	45.302,41	391.486,92	4.550.594,27
50	436.789,33	41.713,78	395.075,55	4.155.518,72
51	436.789,33	38.092,25	398.697,08	3.756.821,64
52	436.789,33	34.437,53	402.351,80	3.354.469,84
53	436.789,33	30.749,31	406.040,03	2.948.429,81
54	436.789,33	27.027,27	409.762,06	2.538.667,76
55	436.789,33	23.271,12	413.518,21	2.125.149,54
56	436.789,33	19.480,54	417.308,79	1.707.840,75
57	436.789,33	15.655,21	421.134,13	1.286.706,62
58	436.789,33	11.794,81	424.994,52	861.712,10
59	436.789,33	7.899,03	428.890,30	432.821,80
60	436.789,33	3.967,53	432.821,80	0
TOTAL	21.895.387,94	2.382.740,70	13.341.675,26	246.593.673,72

GASTOS FINANCIEROS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$929.500,00	\$1683147,24	\$1271382,05	\$811967,86	\$299390,8
AMORTIZACION A CAPITAL				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-	\$3558324,74	\$3970089,94	\$4429504,13	\$4942081,19

P.E. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

C.F. COSTOS FIJOS

P.V. PRECIO PONDERADO DE VENTA

C.V. COSTO VARIABLE PONDERADO

8.15.2

$$P.E. = \frac{CF}{PV-CV}$$

$$P.E. = \frac{12.636.760}{18.150.000}$$

$$P.E. = 70\%$$

8.15.3 PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS

$$PEV = PE * PV$$

$$PEV = 70\% * 18.350.000$$

$$PEV = 12.776.009 \text{ Mensual}$$

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000
Sueldo	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Aportes parafiscales	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
Prestaciones sociales	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
Arriendo Local	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Servicios Públicos	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194
Papelería	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Mantenimiento	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Publicidad	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Honorarios contables	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Seguro	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Gastos Legales de Constitución	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667
Total gastos de administración	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927
Deducciones tributarias	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	12.481.844	12.481.844	12.481.844	12.481.844	12.481.844	12.481.844
UTILIDAD DE OPERACIÓN	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156
Menos: Impuesto de Renta	2.053.855	2.053.855	2.053.855	2.053.855	2.053.855	2.053.855
UTILIDAD NETA	3.814.302	3.814.302	3.814.302	3.814.302	3.814.302	3.814.302

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS						
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000
Sueldo	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
Aportes parafiscales	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
Prestaciones sociales	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
Arriendo Local	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Servicios Públicos	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194
Papelería	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Mantenimiento	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Publicidad	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Honorarios contables	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Seguro	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Gastos Legales de Constitución	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667	41.667
Total gastos de administración	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927	11.893.927
Deducciones tributarias	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917	587.917
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	12.481.844	12.481.844	12.481.844	12.481.844	12.481.844	12.481.844
UTILIDAD DE OPERACIÓN	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156	5.868.156
Menos: Impuesto de Renta	2.053.855	2.053.855	2.053.855	2.053.855	2.053.855	2.053.855
UTILIDAD NETA	3.814.302	3.814.302	3.814.302	3.814.302	3.814.302	3.814.302

ESTADOS DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS - ANUAL

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
220.200.000	231.210.000	242.770.500	254.909.025	267.654.476
76.800.000	80.640.000	84.672.000	88.905.600	93.350.880
22.963.200	24.111.360	25.316.928	26.582.774	27.911.913
16.793.600	17.633.280	18.514.944	19.440.691	20.412.726
18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
1.790.326	1.879.842	1.973.834	2.072.526	2.176.152
2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
1.800.000	1.890.000	1.984.500	2.083.725	2.187.911
480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
500.000	525.000	551.250	578.813	607.753
142.727.126	149.863.482	157.356.656	165.224.489	173.485.713
7.055.000	6.755.000	505.000	505.000	505.000
149.782.126	156.618.482	157.861.656	165.729.489	173.990.713
70.417.874	74.591.518	84.908.844	89.179.536	93.663.763
929.500	1.683.147	1.271.382	811.968	299.391
69.488.374	72.908.371	83.637.462	88.367.568	93.364.372
24.320.931	25.517.930	29.273.112	30.928.649	32.677.530
45.167.443	47.390.441	54.364.350	57.438.919	60.686.842

BALANCE GENERAL						
	Balance inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
DISPONIBLE						
Caja y Banco		54.722.443	140.798.371	182.322.903	241.722.362	304.463.089
Inventario de Mercancia	1.650.000	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1.650.000	54.722.443	140.798.371	182.322.903	241.722.362	304.463.089
Muebles y Enseres	0	3.050.000	3.050.000	3.050.000	3.050.000	3.050.000
Equipos de Computación	0	12.500.000	12.500.000	0	0	0
Menos Depreciación Acumulada	0	6.555.000	13.110.000	915.000	1.220.000	1.525.000
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	0	8.995.000	2.440.000	2.135.000	1.830.000	1.525.000
TOTAL ACTIVOS	1.650.000	63.717.443	143.238.371	184.457.903	243.552.362	305.988.089
IMPUESTO DE RENTA POR PAGAR	0	0	25.517.930	29.273.112	30.928.649	32.677.530
OBLIGACION FINANCIERA PTE CTE	0	0	16.900.000	0	0	2
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	0	42.417.930	29.273.112	30.928.649	32.677.532
OBLIGACION FINANCIERA A LARGO PLAZO	0	16.900.000	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	16.900.000	42.417.930	29.273.112	30.928.649	32.677.532
CAPITAL	1.650.000	1.650.000	53.430.000	53.430.000	53.430.001	53.430.002
UTILIDAD ACUMULADA		0	47.390.441	47.390.441	101.754.791	159.193.711
UTILIDAD DEL EJERCICIO		45.167.443		54.364.350	57.438.919	60.686.842
RESERVA		0	0	0	1	2
TOTAL PATRIMONIO	1.650.000	46.817.443	100.820.441	155.184.791	212.623.713	273.310.556
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.650.000	63.717.443	143.238.371	184.457.903	243.552.362	305.988.089

FLUJO DE CAJA ANUAL						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES						
Caja inicial	-	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Aportes de socios	1.650.000	-				
Préstamos	16.900.000	-				
Utilidad antes de impuestos	-	69.488.374	72.908.371	83.637.462	88.367.568	93.364.372
Depreciación	-	6.555.000	6.555.000	305.000	305.000	305.000
Amortización de diferidos	-	500.000				
TOTAL DISPONIBLE	18.550.000	78.543.374	81.463.371	85.942.462	90.672.568	95.669.372
USOS						
Compra de activos fijos	15.550.000	-				
Adecuaciones	500.000	-				
Gastos de constitución	500.000	-				
Amortización de préstamos	-	-	3.558.325	3.970.090	4.429.504	4.942.081
Pago de impuestos	-	24.320.931	25.517.930	29.273.112	30.928.649	32.677.530
Capital de trabajo	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	
Disponible para reparto a socios	-	52.222.443	50.387.116	50.699.260	53.314.415	58.049.761
TOTAL USOS	18.550.000	78.543.374	81.463.371	85.942.462	90.672.568	95.669.372
FLUJO NETO DE CAJA	-18.550.000	52.222.443	50.387.116	50.699.260	53.314.415	58.049.761
T.I.O.	30%					
VPN	108.813.905					
TIR	279,01%					

Se puede observar que el VPN del proyecto es mayor que 0 lo que significa la factibilidad del proyecto

FLUJO DE CAJA MENSUAL

	MES O	1° MES	2° MES	3° MES	4° MES	5° MES
CAJA INICIAL	0	17.550.000	10.147.740	16.645.479	18.223.219	19.800.958
INGRESOS	0					
VENTAS DE CONTADO	0	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000
RECUPERACION CARTERA	0		0	0	0	0
PRESTAMOS	16.900.000	0				
TOTAL DISPONIBLE	16.900.000	35.900.000	28.497.740	34.995.479	36.573.219	38.150.958
EGRESOS						
INVERSION ACTIVOS FIJOS		13.900.000				
ADECUACIONES	500.000	0				
GASTOS DE CONSTITUCION	500.000	0				
COMPRA DE MATERIALES	0	0	0	4.920.000	4.920.000	4.920.000
SALARIOS	0	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
PRESTACIONES SOCIALES	0	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
APORTES PARAFISCALES	0	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
ARRIENDO	0	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
SERVICIOS	0	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194
SEGURO	0	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
PAPELERIA	0	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
PUBLICIDAD	0	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
MANTENIMIENTO	0	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
HONORARIOS	0	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
TOTAL EGRESOS	1.000.000	25.752.260	11.852.260	16.772.260	16.772.260	16.772.260
NETO DISPONIBLE	15.900.000	10.147.740	16.645.479	18.223.219	19.800.958	21.378.698
MAS APORTE DE SOCIOS	1.650.000					
FLUJO DE CAJA LIBRE	17.550.000	10.147.740	16.645.479	18.223.219	19.800.958	21.378.698

FLUJO DE CAJA MENSUAL						
CAJA INICIAL	7° MES	8° MES	9° MES	10° MES	11° MES	12° MES
INGRESOS	22.956.437	24.379.260	25.802.083	27.224.906	28.647.729	30.070.551
VENTAS DE CONTADO						
RECUPERACION CARTERA	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000	18.350.000
TOTAL DISPONIBLE						
	41.306.437	42.729.260	44.152.083	45.574.906	46.997.729	48.420.551
EGRESOS						
SALARIOS	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000
PRESTACIONES SOCIALES	0	0	0	0	0	0
APORTES PARAFISCALES	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000	6.400.000
ARRIENDO	0	0	0	0	0	0
SERVICIOS	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467	1.399.467
SEGURO	0	0	0	0	0	0
PAPELERIA	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600	1.913.600
PUBLICIDAD	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
MANTENIMIENTO	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194	149.194
HONORARIOS	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
TOTAL EGRESOS	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
NETO DISPONIBLE	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
MAS APOORTE DE SOCIOS	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
FLUJO DE CAJA LIBRE	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
	0	0	0	0	0	0
	154.917	154.917	154.917	154.917	154.917	154.917
	16.927.177	16.927.177	16.927.177	16.927.177	16.927.177	16.927.177
	24.379.260	25.802.083	27.224.906	28.647.729	30.070.551	31.493.374
	24.379.260	25.802.083	27.224.906	28.647.729	30.070.551	31.493.374

CONCLUSIONES

El estudio nos indica la necesidad de creación de una Empresa de suministro de artículos Plus en el sector hotelero en al ciudad de Santa Marta. En su desarrollo están contenidas todas las etapas necesarias para la creación de un plan de negocios que permita la constitución y la puesta en marcha de esta iniciativa empresarial

En el estudio se tuvieron en cuenta los aspectos administrativos, mercadotécnicos, comerciales y financieros. Actividades que van desde un sondeo de mercadeo que se realizo a través de la observancia del mercado y de la realización de una entrevista dirigida a los directivos de los hoteles en el ciudad de Santa Marta., hasta el estudio económico y financiero, que demuestran en conjunto la factibilidad para la creación del negocio propuesto en la investigación..

Es bueno concluir que no solo basta la iniciativa empresarial de crear una nueva unidad de negocios, sino que hay que tener en cuenta los elementos necesarios para su buena marcha, como son: el desarrollo de los procesos administrativos tales como la previsión, la planeación, el control, la dirección y la organización; en la finalidad de lograr un mejoramiento continuo en procura del posicionamiento y crecimiento de la nueva Empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- CHIAVENATO, Idalberto. (2001. Administración, proceso administrativo. Tercera edición. México: McGraw - Hill Interamericana de México, S.A.
- KOONZ, H.; O'Donell, C., Administración, Octava Edición, México Editorial Mc Graw Hill.
- KAST, Fremont E. 1988. Administración en las organizaciones, Enfoque de sistemas y de contingencias. cuarta edición. México: McGraw - Hill Interamericana de México, S.A. 1988
- KOONTZ, Harold. Administración una perspectiva global. Decima Edición. México: McGraw - Hill Interamericana de México, S.A. 1994.
- OLAYA DÍAZ, Pedro Enrique. Cómo iniciar su propio negocio. Fomipyme, Cámara de Comercio de Bucaramanga, Gobernación de Santander
- MELGAR Callejas: "cursos básico para la estudio y organización de métodos"; pagina 15.
- REYES Ponce. "Teoría administrativa. primera parte" ; pagina 24
- REYES Ponce, Administración Moderna, Tercera Edición, México, Editorial Limusa
- ROBBINS, Stephen P. Administración teoría y practica. Cuarta Edición México: Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A. 1994
- STONER, James A.F. (1996. Administración sexta edicion. México: Prentice

- Hall Hispanoamericana, S.A.

- WERTHER, William B. 1995. Administración de personal y recursos humanos. Cuarte Edición. México: McGraw - Hill Interamericana de México, S.A. 1995.
- Historia de la administración. Disponible: en [http://www.geoogle.com/organización/historia de la administracion.htm](http://www.geoogle.com/organización/historia%20de%20la%20administracion.htm)
Consulta: 2003, Abril.
- <http://www.geoogle.com/elprisma.com.htm>
- <http://www.monografia.com>

ANEXOS

ACCESORIOS DE MESA



CAFETERAS Y DISPENSADORES



ACCESORIOS DE COCINA



ACCESORIOS DE COCCIÓN

