PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA PROVEEDURIA DE TENDEROS EN LA CIUDAD DE PASTO

FRANCO ALBERTO LUNA RIASCOS

FRANCO ELIAS MARTINEZ RODRIGUEZ

SAN JUAN DE PASTO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ECONOMIA

1991

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA PROVEEDURIA DE TENDEROS EN LA CIUDAD DE PASTO

FRANCO ALBERTO LUNA RIASCOS

FRANCO ELIAS MARTINEZ RODRIGUEZ

Trabajo presentado como requisito parcial para optar el Titulo de Economista.

FRANCISCO JAVIER CORDOBA ZAMBRANO
Presidente de Tesis

SAN JUAN DE PASTO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ECONOMIA

1991

Nota de aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

_____
Presidente del Jurado

_____
Jurado

_____
Jurado

Pasto, Noviembre de 1991.

AN
T
658.11
L961p
Ej. 1.

DEDICO

A Mis Padres

A Mis Hermanos

A Mis Amigos

A Gloria Ch.

FRANCO ALBERTO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION
No. #40455 Ej 1
Valor $ 12.500= Vol.
Fecha Abril-27-94 Don. X
Fac. Economía Canje
Librería Unariño Comp.

DEDICO

A Mis Padres

A Mis Hermanos

A Mis Amigos

FRANCO ELIAS

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos:

A **FRANCISCO CORDOBA** Economísta Presidente de Tesis.

A **JAIRO GOMEZ B.**. Economísta. Jurado Evaluador, Profesor UDENAR.

A **EFRAIN CABRERA Z.** Ingeniero Industrial. Jurado Evaluador, Profesor UDENAR

A **LUIS ALBERTO ARCOS.** Economísta, Decano Facultad de Economía.

A **EDGAR MEZA B.** Economísta, Secretario Académico Facultad de Economía.

A **LA FUNDACION PORVENIR**

A todas aquellas personas que de una u otra manera se vincularon a la realización de este trabajo.

Las opiniones expreadas en el presente trabajo son de responsabilidad exclusiva de sus autores.

TABLA DE CONTENIDO

		Pag.
	INTRODUCCION	
1.	RESUMEN	1
1.1.	DESCRIPCION DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO	2
1.2.	ESTUDIO DE MERCADO	4
1.3.	ESTUDIO TECNICO	7
1.3.1.	Tamaño	7
1.3.2.	Localización	8
1.3.3.	Ingenería del Proyecto	8
1.3.4.	Organización	9
1.4.	Estudio Financiero	9
1.4.1.	Presupuesto de Ingresos y Egresos	9
1.4.2.	Punto de Equilibrio	10
1.4.3.	Financiamiento	10
1.4.4.	Estados Financieros Proyectados	11
1.5.	Evaluación	11
1.5.1.	Indicadores Financieros	11
1.5.2.	Evaluación Privada	11
1.5.3.	Evaluación Económica y Social	12

		Pag.
2.	EL PROYECTO	13
2.1	PLANTEAMIENTOS DEL PROYECTO	13
2.2.	OBJETIVOS	16
2.1.1	Objetivo General	16
2.2.2	Objetivos Específicos	16
2.3	JUSTIFICACION	17
2.4	ANTECEDENTES	21
2.5	HIPOTESIS	29
2.5.1	Hipótesis General	29
2.5.2	Hipótesis Específicas	29
2.6.	METODOLOGIA	30
2.6.1	Determinación de la Población	32
2.6.2	Selección de la Muestra	33
3	DESCRIPCION DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO	34
3.1	LOCALIZACION GENERAL	34
3.2	HIDROCLIMATOLOGIA	35
3.2.1	Rios y Lagunas	35
3.2.2	Clima	35
3.3	Administración Municipal	36
3.3.1	División Política Administrativa	36
3.3.2	División Urbana del Municipio	36
3.4	ASPECTOS DEMOGRAFICOS, SOCIALES Y ECONOMICOS	39
3.4.1	Población	39

3.4.2	Empleo	40
3.4.3	Actividades Económicas	41
3.4.3.1	Industria	41
3.4.3.2	Comercio	42
3.5	SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL	43
3.6	EDUCACION	45
3.7	SERVICIOS PUBLICOS	46
3.7.1	Energía	46
3.7.2	Acueducto y Alcantarillado	47
3.7.3	Teléfonos	48
4.	ESTUDIO DE MERCADO	49
4.1	ANALISIS DE LA DEMANDA	51
4.1.1	Análisis de la Demanda según Nivel de Compras	51
4.1.2	Frecuencia de Compra	53
4.1.2.1	Frecuencia de Compra General	54
4.1.2.2	Frecuencia de Compra por Grupo de Artículos y Niveles de Compra	56
4.1.3	Lugar de Aprovisionamiento	65
4.1.3.1	Lugar de Aprovisionamiento General	67
4.1.3.2	Lugar de Aprovisionamiento por Grupo de Artículos y Niveles de Compra	70
4.1.4	Proyección de la Demanda	81
4.2	ANALISIS DE LA OFERTA	84
4.2.1	La Competencia	84

Pag.

4.3.	ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION	88
4.3.1	Forma de Pago General	92
5.	ESTUDIO TECNICO	97
5.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	97
5.1.1	Personal requerido	99
5.1.2	Espacio Físico Requerido	94
5.2	LOCALIZACION	102
5.2.1	Ubicación	102
5.2.2	Identificación del Lugar	102
5.2.3	Emplazamiento	105
5.2.3.1	Microlocalización en Barrio Miraflores	105
5.2.3.2	Microlocalización Optima	107
5.3	INGENERIA DEL PROYECTO	108
5.3.1	Selección y Descripción del Proceso de Distribución	108
5.3.2	Selección y Especificación de la Maquinaria y Equipo	110
5.3.3	Distribución en Planta	112
5.4	ORGANIZACION	115
5.4.1	Funciones y Perfil del Personal de la Proveeduria de Tenderos	117
5.4.1.1	Funciones del Administrador	117
5.4.1.2	Perfil del Administrador	120
5.4.1.3	Funciones de la Cajera	120
5.4.1.3	Perfil de la Cajera	122

		Pag.
5.4.1.5	Funciones de la Secretaria	122
5.4.1.6	Perfil de la Secretaria	123
5.4.1.7	Funciones del Mensajero	123
5.4.1.8.	Perfil del Mensajero	123
5.4.1.9	Funciones de la Aseadora	124
5.4.1.10	Perfil de la Aseadora	124
5.4.1.11	Funciones del Mercaderista	124
5.4.1.12	Perfil del Mercaderista	128
6.	ESTUDIO FINANCIERO	129
6.1	INVERSIONES	129
6.2	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	129
6.2.1	Ingresos	129
6.2.2	Egresos	133
6.2.2.1	Gastos de Administración	133
6.2.2.2	Gastos Generales de Administración	133
6.2.2.3	Depreciación de Activos Fijos	137
6.2.2.4	Gastos Financieros	137
6.3	PUNTO DE EQUILIBRIO	137
6.4.	FINANCIAMIENTO	142
6.4.1	Recursos Propios	142
6.4.2	Crédito	146
6.5.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	146
6.5.1	Estado de Ganancias o Pérdidas	147
6.5.2	Presupuesto de Caja	147
6.5.3	Balance General	150

		Pag.
7.	EVALUACION	152
7.1	INDICADORES FINANCIEROS	152
7.1.1	Razón Corriente	152
7.1.2	Razón de Autonomía	153
7.1.3	Razón de Endeudamiento	154
7.1.4	Razón del Activo	155
7.1.5	Número de veces que se gana el Interés	156
7.1.6	Razón de Ieverage o Aplazamiento	157
7.1.7	Razón de Ieverage Financiero	158
7.1.8	Razón de MArgen Neto de Utilidad	159
7.1.9	Razón de Rendimiento sobre Patrimonio	159
7.1.10	Rendimiento del Activo Total	160
7.1.11	Rotación de los Activos Totales	161
7.2	Evaluación Privada	163
7.2.1	Tasa Interna de Retorno (TIR)	165
7.2.2	Análisis de Sensibilidad	169
7.3.	EVALUACION ECONOMICA Y SOCIAL	172
	CONCLUSIONES	
	BIBLIOGRAFIA	
	ANEXOS	

INTRODUCCION

La Proveeduria de Tenderos es una gran bodega central mayorista, la cual ofrece un servicio de comercialización por el sistema de concesiones en el que productores, fabricantes y distribuidores mayoristas eficientes disponen de un punto de venta al cual tiene acceso el tendero, donde puede efectuar las compras para abastecer su establecimiento a precios más competitivos.

El montaje de una Proveéduria de Tenderos en la ciudad de Pasto, implica realizar un estudio de factibilidad económica y social, apoyado en las normas técnicas y científicas de investigación, para medir las consecuencias económicas, financieras y comerciales que ameriten la inversión de cierta cantidad de recursos para el establecimiento de una proveeduria.

La construcción de la Proveeduria de Tenderos será llevada a cabo por la Fundación Porvenir con Personeria Juridica No. 970 de Agosto 18 de 1989 otorgada por la Gobernación de Nariño. La Fundación Porvenir facilitará

la bodega para la proveeduría y asumirá los gastos de administración general, vigilancia, seguros, recaudación y manejo de dinero, papelería, servicios públicos, aseo, comunicaciones y mantenimiento. Mediante un contrato suscrito con cada proveedor, se le adjudicará el espacio que requiere para establecer su punto de venta y se le cobrará una comisión sobre las ventas, comisión calculada para cubrir los costos de operación de la proveeduría.

La Fundación Porvenir ha celebrado un convenio con la Fundación Carvajal, mediante el cual a partir de 1989 se está desarrollando el "Programa de Apoyo a Tenderos", que consta básicamente de cuatro componentes:

CAPACITACION. Se capacita al tendero en tres áreas a saber: Contabilidad y Costos, Mercadeo y Ventas y Proyectos de Inversión. La capacitación la realiza un instructor debidamente preparado, el cual mediante la ayuda de unos módulos muy didácticos le enseña al tendero a administrar su negocio como una pequeña empresa eficiente.

ASESORIA. Está se imparte al tendero cuando éste termina su capacitación.

La asesoría fundamentalmente, busca aclarar y afianzar los conocimientos impartidos durante la capacitación.

CREDITO. El tendero capacitado que por lo menos haya tenido su tienda durante un año y se encuentre vinculado al programa por un período mayor de seis meses podrá elaborar un proyecto de inversión conjuntamente con su asesor para presentarlo a una entidad financiera que previamente haya celebrado un convenio con la Fundación Porvenir. La destinación del crédito será para capital de trabajo y compra de activos fijos.

PROVEEDURIA. La cual ofrecerá al tendero afiliado productos de excelente calidad a precios más competitivos.

En el transcurso de la elaboración del proyecto se realizó un estudio de factibilidad con sus componentes principales: de mercado, técnico, financiero y una evaluación económica y social.

Dentro del estudio de mercado se analizarón las variables económicas: producto, demanda, oferta, precio, comercialización y distribución. En el estudio técnico se determinó: el tamaño, localización y la

ingeniería del proyecto. En el estudio financiero se realizará: el cálculo de las inversiones y el presupuesto de ingresos y gastos anuales. En la evaluación económica y social se midierón los impactos que generará el proyecto; particularmente aquellos relacionados con el comportamiento de los ingresos de la Proveeduría y de los articulos de primera necesidad que distribuyen las tiendas, los beneficios que recibirán los tenderos al comprar estos productos a precios de mayorista y los beneficios que a su vez recibirán los clientes de las tiendas al adquirir bienes a menores precios, con los concernientes efectos sobre el costo de vida.

1. RESUMEN

Las tiendas en la actualidad se surten de distribuidores, graneros, supermercados y de otros proveedores. Lo anterior denota que existe gran dispersión entre los proveedores, lo cual incide en la utilización de mayor cantidad de tiempo al efectuar el tendero sus compras, elevando así los costos de transporte.

Por otro lado, el tendero se abastece de gran cantidad de los productos de distribuidores intermediarios, los cuales no presentan unos precios favorables para el tendero.

La Proveeduría de Tenderos al concentrar un gran número de productos y distribuidores mayoristas eficientes logrará que el tendero pase del último lugar de la cadena de comercialización al primer lugar, evitando así una serie de intermediarios, logrando la disminución de sus costos.

Además al encontrar la gran mayoría de los productos que se abastece en un solo lugar, traerá consigo la economía en cuanto al tiempo y dinero. Lo anterior porque evitará el desplazamiento de un lugar a otro en busca de los productos para el surtido de la tienda.

1.1 DESCRIPCION DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

La zona de influencia para el proyecto la constituye el casco urbano de la ciudad de Pasto, por encontrarse ahí un número representativo de tiendas (2.189).

El municipio de Pasto se encuentra a 2.490 mts. sobre el nivel del mar y limita al norte con el municipio de Taminango y San Lorenzo, al oriente con el Valle de Sibundoy, al sur con los municipios del Tambo y la Florida, al sur con los municipios de Córdoba, Puerres y Fúnes.

El área urbana del municipio está conformado por 12 comunas, agrupando en cada una a los diferentes barrios de la ciudad.

La población económica activa se estima en 111.416 personas, la población ocupada es de 94.969 personas, existiendo un total de 16.447 desocupados que

representan una tasa de desempleo del 14.76%.

Las actividades económicas más sobresalientes en la capital de Nariño son: el comercio, la pequeña industria manufacturera y el sector servicios. La industria presenta un nivel incipiente, destacándose la producción de alimentos, bebidas, confecciones, la industria del cuero y la metalmecánica. La actividad comercial ha tenido un decrecimiento con respecto a años anteriores, lo cual se demuestra en la disminución de matrículas y renovación del registro mercantil, además de la disminución en las ventas.

La ciudad cuenta con cinco hospitales, dos clínicas, once puestos de salud y tres centros de salud que se hacen insuficientes para atender la demanda por servicios de salud de la población.

El número de establecimientos educativos existentes en el municipio asciende a 288, 208 instituciones oficiales y 80 privadas.

El cubrimiento de los servicios públicos es significativo para la mayor parte de las viviendas de la ciudad, en lo que se refiere a energía, agua,

alcantarillado y en menor proporción el servicio telefónico.

1.2 ESTUDIO DE MERCADO

El nivel estimado de demanda promedio por cada tendero es de $ 310.880 mensuales lo cual permite observar que los tenderos en su totalidad movilizan recursos del orden de $ 680.516.320 por mes.

La demanda potencial para el proyecto la constituyen 2.189 tiendas ubicadas en el perimetro urbano de la ciudad. El Proyecto absorberá el 17.36% de los demandantes inicialmente, pero al cabo de los affos aumentará el número de tenderos comprando en la Proveeduria.

El grupo de articulos denominado azúcar, granos y cereales lo surten principalmente los graneros (45.26%), distribuidores mayoristas (43.43%), supermercados (8.26%), galerias (2.45%) y otros proveedores (0.80%).

Los distribuidores mayoristas son los principales proveedores de enlatados y procesados en general

(35.17%), siguiéndole en orden graneros (30.28%), otros proveedores (22.02%), galerías (7.65%) y supermercados (4.88%).

Los aceites y grasas son suministrados por: otros proveedores (29.97%), distribuidores mayoristas (29.66%), galerías (10.70%) y supermercados (2.76%).

Los artículos de aseo personal son abastecidos por: distribuidores mayoristas (38.53%), graneros (25.69%), otros proveedores (21.71%), galerías (7.95%) y supermercados (6.12%).

Los artículos de aseo del hogar son surtidos por: distribuidores mayoristas (45.57%), graneros (24.77%), otros proveedores (16.21%), galerías (8.56%) y supermercados (4.89%).

El grupo de artículos denominados otros es suministrado por: distribuidores mayoristas (61.15%), graneros (32.42%), galerías (2.45%), supermercados (2.45%) y otros proveedores (1.53%).

Se ha calculado que al iniciar operaciones la Proveeduría abastecerá a 380 tenderos, incrementándose

el número mensualmente debido a que se afiliaran al "Programa de Apoyo a Tenderos" 15 tenderos cada mes, según el Plan de Trabajo de la Fundación Porvenir. Se ha estimado que el 70% de la necesidades de compra de los tenderos serán abastecidos por la Proveeduría. Al finalizar el décimo año de funcionamiento se contará con 2.165 tenderos afiliados al programa y los cuales efectuarán sus compras en la Proveeduría.

Para el primer año de funcionamiento del proyecto se estima que la demanda ascenderá a $ 1.207.767.400, hasta llegar al décimo año unas ventas de $ 5.438.223.840.

El sistema de comercialización implementándo en la Proveeduría será el de concesiones, para el cual se construirá una gran bodega central mayorista a la cual tendrán acceso productores y distribuidores eficientes, los que se encargarán de abastecer los artículos al tendero afiliado al "Programa de Apoyo a Tenderos" a precios de mayorista.

El productor o distribuidor al que se le adjudique un local en la Proveeduría no pagará arrendamiento, sino que este se sustituirá mediante el pago de una comisión

del 2.5% sobre sus ventas brutas totales.

1.3 ESTUDIO TECNICO

1.3.1 Tamaño

La Proveeduría de Tenderos se construirá para abastecer a la totalidad de la demanda generada por los tenderos de la ciudad, la cual será abastecida por 40 a 50 productores y distribuidores mayoristas.

Al iniciar operaciones, el número de tenderos abastecidos por la Proveeduría será de 380, incrementándose cada mes hasta alcanzar un total de 2.165 tiendas al finalizar el décimo año.

El personal requerido para el normal funcionamiento de la Proveeduría es de cinco personas, que dependerán directamente de la Fundación Porvenir y 15 mercaderistas que dependerán de cada productor o distribuidor que se establezca en la Proveeduría.

El espacio físico requrido para la construcción de la Proveeduría es de 1.536 mts 2.

1.3.2 Localización

La Proveeduría de Tenderos estará localizada en la ciudad de Pasto, en el sector suroriental en un lote ubicado entre los barrios Lorenzo de Aldana y Miraflores, limitando con el supermercado de Comfamiliar y el parqueadero que administra la Junta de Acción Comunal del barrio Miraflores, exactamente en la calle 16 entre carreras 2a y 3a.

1.3.3 Ingeniería del Proyecto

La comercialización al interior de la Proveeduría se hará por parte de los mercaderistas que se responsabilizarán ante los productores o distribuidores mayoristas por los inventarios de mercancías y por mantener las existencias en un nivel adecuado.

La facturación de las mercancías y su posterior embalaje lo efectuarán los mercaderistas y la cancelación de dichas facturas se efectuará en la caja de la Proveeduría la cual será atendida por una empleada

directa de la Proveeduría.

El traslado de las compras efectuadas por los tenderos a su lugar de residencia se efectuará en zorras de tracción animal, la Fundación Porvenir subsistirá parte del costo del transporte de mercancías.

1.3.4 Organización

La Fundación Porvenir será la encargada de la construcción, administración y supervisión de la Proveeduría de Tenderos.

La Junta Directiva de la Fundación Porvenir será el máximo nivel jerárquico de la Proveeduría, luego estará el Director de la Fundación, el Administrador de la Proveeduría, la secretaria, la cajera, el mensajero y la aseadora.

1.4 ESTUDIO FINANCIERO

1.4.1 Presupuesto de Ingresos y Egresos

Los ingresos que obtenga la Proveeduría en el primer año de funcionamiento se estiman, sean del orden de

$ 30.194.185. En los años posteriores los ingresos crecerán hasta llegar al décimo año de funcionamiento a $ 135.955.540.

Los egresos totales para el normal funcionamiento de la Proveeduría en el primer año se estiman en $ 29.052.88

1.4.2 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio calculado para el año de 1992 es del 95.67% de la capacidad en donde el valor de las ventas para ese año es de $ 28.885.350.

1.4.3 Financiamiento

Las fuentes de financiamiento serán:

RECURSOS PROPIOS. Provenientes de donaciones de la Fundación Carvajal, Alcaldía Municipal de Pasto y la K F W de Alemania. El valor de estos recursos asciende a $ 35.000.000 representando el 61.4% de la inversión total.

CREDITO BANCARIO. Las necesidades de crédito son de $ 23.000.000, que será cancelada en un plazo de 5 años.

con un periodo de gracia de 6 meses, a una tasa de interés del 40% nominal (46.41% efectivo), en pagos trimestrales vencidos.

1.4.4 Estados Financieros Proyectados

El proyecto genera utilidades desde el primer affo de funcionamiento. En 1992 se obtiene una utilidad neta de $ 913.050 y aumenta paulatinamente sus utilidades hasta llegar a una utilidad neta de $ 92.287.000.

1.5 EVALUACION

1.5.1 Indicadores Financieros

Las razones financieras muestran la solidez económica de la Proveeduria de Tenderos en los dos primeros affos de funcionamiento ya que todos los indicadores son superiores a los niveles aceptadables para las empresas comerciales.

1.5.2 Evaluación Privada

La tasa Interna de Retorno Financiera para el presente proyecto es del 50.29% tomada a precios de 1991.

Asumiendo una tasa de inflación del 30% anual la TIR se ubica en el 95.38%.

Ante posibles disminuciones en las ventas y por consiguiente una disminución en los ingresos en un 30%, la TIRF se sitúa en el 31.65% a precios de 1991. Al incorporar una inflación del 30% anual la TIR sería del 75.15%.

1.5.3 Evalución Económica y Social

El establecimiento de un nuevo sistema de comercialización como el implementado en la Proveeduría de Tenderos beneficiará a los tenderos que compren en ella y permitirá fomentar un ambiente más competitivo al interior de este sector. Lo anterior puede implicar que los precios de los productos que se venden en las tiendas disminuyan, con el beneficio directo para el consumidor final.

La Proveeduría de Tenderos generará 5 empleos directos y por lo menos 20 empleos indirectos.

2. EL PROYECTO

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A partir de 1983 se viene presentándo en Colombia un proceso inflacionario creciente, denotándose que el Indice de Precios al Consumidor "IPC", se va incrementando sostenidamente hasta el presente año. El crecimiento de los precios de los alimentos de la canasta familiar para obreros es el que prestan un proceso más acelerado de crecimiento. Mientras que el Indice de inflación promedio entre 1983 y 1990 fué del 23.62% anual, el precio de los alimentos indicó un aumento anual promedio del 25.22% y el de los articulos misceláneas del 26.60% durante el mismo período analizado. Entre tanto el aumento de los otros componentes de la canasta familiar creció en menor proporción así: vivienda 19.16% y vestuario 20.05%. Las familias de menores ingresos destinan la mayor parte de su salario a la compra de alimentos y misceláneas, siendo esta clase social la más afectada por el incremento de los precios.

En la ciudad de Pasto el IPC en el período de 1983 -

1990 registró un incremento promedio del 25.12% anual, presentándose la misma tendencia nacional.1

En Pasto el incremento promedio de precios de los alimentos en este período fué del 28.20% anual, los miscelaneos 25.96%, la vivienda 18.61% y el vestuario 20.50%. (Ver anexo 1).

El alto precio de los alimentos y de los artículos de primera necesidad es un fenómeno que afecta a los consumidores que destinan la mayor parte de su ingreso para su consumo familiar, sobre todo en los sectores de menores recursos. Este fenómeno, en gran parte, es producido porque el consumidor de menores ingresos efectúa la mayoría de sus compras en forma fraccionada en las tiendas de barrio, los cuales venden a unos precios más altos que en los supermercados.

Los pequeños establecimientos minoristas, tiendas, venden sus productos a precios más altos debido a que se abastecen de los intermediarios.

---

1 DANE. Colombia Estadística. 1987,1988,1989,1990.

Esto no permite que el pequeño tendero pueda competir con los supermercados, las cuales saltan la escala de distribución (intermediarios) que es la que hace que los precios de los alimentos y artículos de primera necesidad sean más altos, en detrimento del consumidor final.

Lo anterior permite observar que el pequeño tendero no percibe un ingreso significativo por su labor diaria, que le impidie la modernización, expansión y crecimiento de su tienda.

Se observa así que las "prácticas monopólicas" que enfrentan los tenderos en su proceso de abastecimiento y su debilidad en el mercado, son la causa para que este subsector del comercio se vea seriamente mermado en su nivel de ingreso y capacidad competitiva. Si a lo expuesto anteriormente, se agrega la mínima gestión empresarial existente en la tienda, el tendero no está en capacidad de racionalizar la utilización de sus recursos, a fin de maximizar ventas y minimizar costos.

La carencia que tienen los tenderos de un centro de distribución mayorista (proveeduría) que otorgue precios

competitivos y favorables y que a su vez sirva como regulador de precios de algunos de los articulos de la canasta familiar de los habitantes de la ciudad de Pasto, esto determina que el tendero no pueda desenvolverse en un ambiente más competitivo.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad del montaje de una Proveeduria de Tenderos en la ciudad de Pasto.

2.2.2 Objetivos Especificos

Estimar la demanda potencial para el proyecto, mediante la realización de un estudio de mercado.

Determinar la viabilidad técnica para la puesta en marcha del proyecto.

Cuantificar las inversiones, los ingresos y gastos que genera el proyecto.

Analizar los indicadores financieros a efectos de

determinar la rentabilidad del proyecto.

Medir el impacto socioeconómico que el proyecto genera sobre el sector terciario de la economía y más exactamente en el subsector comercio al cual están adscritas las tiendas.

2.3 JUSTIFICACION

Los pequeños negocios familiares, tiendas, especializadas en la distribución al por menor de alimentos y artículos de primera necesidad, desempeñan un papel importante como generadores de empleo e ingreso de los grupos sociales de bajos ingresos. En la ciudad de Pasto se estima que el número de tiendas es de 2.189.[2]

La mayor parte de estos negocios se encuentran localizadas en los barrios populares de la ciudad. Teniendo en cuenta el significativo número de tiendas existentes en la ciudad, que asegura una demanda potencial alta que se debe tener en cuenta para el montaje de una proveeduría de tenderos.

---

2 Censo de Tenderos. Fundación Porvenir

El centro de distribución mayorista, proveeduría, beneficiará a un gran número de los 2.189 tenderos, los cuales podrán comprar los productos que se ofrezcan en la proveeduría solo si se encuentran afiliados al "Programa de Apoyo a Tenderos" de la Fundación Porvenir. Para abastecerse en la proveeduría es absolutamente indispensable hacer el curso de capacitación y afiliarse al programa, por eso para efectuar sus compras, los tenderos deberán presentar siempre su carnét de identificación. Los tenderos no afiliados y las amas de casa no podrían comprar en ella, aunque todo tendero podrá capacitarse y vincularse al programa en el momento que quiera hacerlo.

Los precios de los productos que se ofrecerán en la proveeduría serán más bajos que los ofrecidos por los intermediarios. Esto debido a que la proveeduría funcionará como un servicio de comercialización por el sistema de concesiones en el que productores, fabricantes y distribuidores eficientes dispondrán de un punto de venta al cual tendrán acceso directo los tenderos afiliados al programa. Gracias a este sistema que concentrará un gran número de pequeños compradores en un mismo sitio, los proveedores tendrán la oportunidad de vender en gran volúmen y podrán ofrecer

sus productos a precios de mayorista. Así el tendero pasará del último al primer lugar de la cadena de intermediarios y tanto el tendero como sus clientes obtendrán grandes beneficios: mayores utilidades para la tienda y productos más baratos para las familias.

La proveeduría es en efecto una gran bodega central mayorista, que se localizará en un sitio estratégico, al cual podrán acudir fácilmente los tenderos de la ciudad de Pasto.

Fuera de las ventajas que les representará a los tenderos y sus clientes, el montaje de la proveeduría representará una serie de ventajas para el productor, fabricante o gran mayorista que se instale en uno de los locales de la proveeduría. Las ventajas para el productor, fabricante o gran mayorista son las siguientes:

Costos de distribución y venta comparativamente más bajos, lo que le permitirá a la empresa desplazar fuerzas de ventas con su infraestructura a otras zonas.

Minimización de riesgos en la distribución y venta.

Mercado inducido con volúmenes de compra de alta escala.

Presencia del producto en un mercado de demanda potencial alta.

Introducción de sus productos a mercados a los cuales normalmente no llegan.

Presencia social de la empresa en un sector de características socioeconómicas deprimidas.

El montaje de la proveeduría de tenderos se hará en un área mayor a 500 metros cuadrados. El área cubierta se dividirá en dos zonas, una que permita el almacenamiento de productos perecederos y otra para productos procesados. La construcción de la proveeduría se realizará en un sitio estratégico que cuente con un fácil acceso peatonal y vehicular.

La movilización de los productos que vendan en la proveeduría requerirá de el servicio de transporte, el cual será prestado por zorras de tracción animal.

2.4 ANTECEDENTES

En Colombia, al igual que en la mayoría de los países en desarrollo, los sistemas de distribución y comercialización de los alimentos básicos presentan serias deficiencias. Sin duda, estas deficiencias contribuyen al encarecimiento relativo de estos bienes, lo que atenta contra el grado de seguridad alimentaria de los grupos sociales más pobres, además de obstaculizar el proceso de mejoramiento de los niveles de ingreso real de estos grupos.

En los grandes centros urbanos estas deficiencias son mucho más notorias, especialmente en los sistemas de distribución que operan en los mercados en donde participan los grupos más pobres de la población. Frente a un sistema cuyo eje de organización se construye alrededor del aprovechamiento de las economías de escala y de aglomeración, como resultado de la misma dimensión de los centros urbanos, la debilidad de la demanda de los grupos más pobres y su propia dispersión espacial limitan el acceso de estos grupos y las formas modernas de distribución y comercialización. Por ello, es lo informal o la pequeña escala, el encargado de satisfacer su demanda mediante un intrincado sistema de

relaciones entre los centros mayoristas y minoristas de distribución de alimentos, cuyo costo culmina siendo asumido por los consumidores de bajos ingresos.

El carácter de pequeños negocios familiares, señala que esta actividad se constituye más en un medio para complementar los ingresos familiares. Es decir, las tiendas aparecen como unidades que colaboran en la subsistencia de los hogares a través de la obtención de algún ingreso adicional y en donde tiende a predominar una gestión tradicional.

A pesar de su eficiencia frente a los hábitos de consumo y condiciones de demanda de los estratos de bajos ingresos, las tiendas enfrentan serias restricciones derivadas de su débil posición en el mercado. Esta situación se traduce en precios al por mayor relativamente más elevados para el tendero. Por la anterior razón las tiendas buscan fijar márgenes de utilidad bruta relativamente altos y elevados precios al consumidor.

En la ciudad de Pasto la distribución minorista de alimentos y en general de productos con gran frecuencia de compra por parte de los hogares, está constituida por

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION

cuatro formas o medios de comercialización:

SUPERMERCADOS: Que incluyen las grandes cadenas de almacenes y la Caja de Compensación Familiar. Estos constituyen la forma moderna de comercialización, la cual ha venido observando un creciente desarrollo asociado a la expansión de los centros de actividad urbanas, al mejoramiento de los medios de transporte y al mayor nivel de ingreso de la población.

Plazas de Mercado

Mercados Moviles

Tiendas

En cuanto a los anteriores puntos, estos se han constituido en las formas tradicionales de comercialización. Así, las plazas de mercado, limitadas en su expansión por factores económicos, fisico-espaciales y legales, han logrado desarrollarse a través de formas como los mercados móviles, los cuales surgen como un medio de acercamiento espacial entre las tradicionales plazas de mercado y el gran volúmen de demanda de los consumidores ubicados en sectores dispersos de la ciudad. Las formas tradicionales de comercialización minorista en la ciudad de Pasto

presentan una importancia relevante como fuentes de abastecimiento para la población. Es así como la gran parte de los hogares efectuan sus compras en el comercio tradicional, siendo las tiendas las de mayor importancia en cuanto a los lugares de compra. Se advierte así la importancia que estos establecimientos presentan para las capas populares, toda vez que las tiendas se localizan prerefencialmente en los sectores de más bajos ingresos.

Teniendo en cuenta que la actividad económica más importante al interior del municipio de Pasto es el sector comercio, debido al número de establecimientos existentes, los volúmenes de carga movilizados y por ser la generadora del mayor número de empleos, lo que determina la dinámica del mercado regional por la vía del consumo.

Ante la Cámara de Comercio se hizo la renovación del Registro Mercantil a 5.879 establecimientos en 1988. 3

El subsector más importante dentro del sector comercio es el de víveres y abarrotes, con 850 establecimientos

---

3 ANUARIO ESTADISTICO. San Juan de Pasto, Planeación Municipal. 1988

registrados (16,80%), en el cual laboran 878 personas, representando el 6,10% del total de personas que laboran dentro del sector. Pero de acuerdo al Censo de Tenderos realizados por la Fundación Porvenir, el número de establecimiento dedicados a la venta de víveres, abarrotes y laterales se estima en 2.189. 4

Esto indica que el porcentaje de participación de este subsector es mucho más amplio y la generación de empleo es aún mayor, debido al grado de informalidad que presentan los pequeños establecimientos que se dedican a este proceso de distribución, y que por su baja gestión empresarial y escacez de recursos económicos no cumplen con las normas establecidas para los diferentes establecimientos comerciales. Pero el principal motivo por el cual las tiendas en su gran mayoría no obtienen su Registro Mercantil se debe a que la Cámara de Comercio no les representa ningún beneficio.

En los últimos años tanto el Estado colombiano como un conjunto de organizaciones no gubernamentales han emprendido una serie de programas tendientes a crear nuevas condiciones de abastecimiento de alimentos de los

---

4 FUNDACION PORVENIR. Op. Cit.

grupos sociales más pobres de los grandes centros urbanos. Dentro de este conjunto de programas sobresale en la ciudad de Cali el que actualmente desarrolla la Fundación Carvajal.

La Fundación Carvajal, comenzó su programa de Apoyo a Microempresario alrededor del affo de 1977, y aunque nunca se ha tenido la intención de favorecer especialmente a un determinado sector de la economía, una revisión de los casos atendidos mostró que la mayoría de los asistentes (aproximadamente el 70%) provenían del sector industrial, el resto dividiendose en partes iguales entre el sector comercio y el sector servicios.

En 1985, ante una petición y con la ayuda de la Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO, La Fundación Carvajal decidió explorar las necesidades de los pequeffos comerciantes de alimentos que existían en gran número en un sector de bajos ingresos de la ciudad de Cali, llamado Distrito de Aguablanca y que podían ejemplificar los problemas enfrentados por los microempresarios comerciales en otras actividades.

Una investigación preliminar realizada por la Fundación

Carvajal en asocio con FENALCO, además de confirmar la hipótesis de carancia de herramientas gerenciales básicas entre los tenderos, indicó que el precio de los alimentos en el sector de Aguablanca era más alto que en otras parte de la ciudad de Cali. Esto permitió determinar que los precios eran más altos debido no a la especulación sino al encarecimiento causado por el limitado capital de trabajo, que obliga al tendero a comprar a los intermediarios, y el alejado sitio de compra donde este se abastece, que affade al valor de los alimentos el costo del transporte.

Los programas de atención de la Fundación Carvajal se han concentrado en el Distrito de Aguablanca de la ciudad de Cali. En esta zona operan dos Proveedurías de tenderos localizadas en los barrios el Poblado y el Vallado. El Distrito de Aguablanca se encuentra localizado en la zona suroriental de la ciudad de Cali y empezó a ser poblada a partir del affo de 1980 a través de un proceso de urbanización ilegal en el que participaron en su gran mayoría pobladores de la misma ciudad pertenecientes a los estratos de más bajos ingresos. Se estima que en el Distrito de Aguablanca existen alrededor de 1.500 tiendas y se supone que cada tienda tiene una clientela de 22 hogares en promedio.

Esto muestra la importancia de desarrollo un "Programa de Apoyo a Tenderos". A Enero de 1989 la Fundación Carvajal tenía inscritos en el Programa a 742 tenderos, lo cual indica la alta cobertura del Programa, 49.50% del número de tiendas estimadas. De todas formas con este número la cobertura resulta ser bastante amplia, especialmente en los barrios cercanos a la Proveeduría en donde se localiza el mayor número de tiendas afiliadas.

En la ciudad de Bogotá también se viene desarrollando el "Programa de Apoyo a Tenderos", el cual es adelantado por la Fundación Santa Elena, quien en el momento tiene montada su Proveeduría de tenderos en el barrio Egipto de la ciudad de Bogotá.

La Fundación Porvenir celebró un convenio con la Fundación Carvajal, mediante el cual a partir de Octubre de 1989 se está desarrollando en Pasto el "Programa de Apoyo a Tenderos". Hasta la fecha se encuentran capacitados 320 tenderos. 5

El proyecto de Factibilidad para el Montaje de una

---

5 FUNDACION PORVENIR. Plan de Trabajo. Agosto de 1991

Proveeduría de Tenderos en la ciudad de Pasto será la base para la implementación de esta.

A través de este estudio la Facultad de Economía de la Universidad de Nariño hará un aporte importante a la comunidad de Pasto en su desarrollo económico y social.

2.5 HIPOTESIS

2.5.1 Hipótesis General

Es factible el montaje de una Proveeduría de Tenderos en la ciudad de Pasto.

2.5.2 Hipótesis Especificas

En Pasto existe un número importante de tiendas que aseguran una demanda efectiva para los productos que se distribuyan en la Proveeduría de Tenderos.

En la ciudad de Pasto existen las condiciones físicas y técnicas que hacen posible la construcción de una Proveeduría de Tenderos y su puesta en operación.

El Proyecto es rentable financieramente, ya que asegura

el retorno de la inversión a corto plazo y generará excedentes para ser reinvertidos en otros programas sociales.

Con el funcionamiento de la Proveeduría de Tenderos se fomentará un ambiente más competitivo en el proceso de comercialización de alimentos y artículos de primera necesidad, que se traducirá en condiciones más favorables para el tendero al igual que para el consumidor final. Además de servir de instrumento de control de precios.

2.6 METODOLOGIA

Para la consecución y análisis de la información aportadas por las fuentes primarias y secundarias se sigue el método de recolección y análisis de la información, que apoyadas en la teoría económica permite el desarrollo más objetivo del proceso investigativo.

La investigación requerió la utilización de fuentes primarias y secundarias. La información primaria se basa en encuestas aplicadas a los tenderos y sondeos de precios a los proveedores. (Ver anexos 2 y 3).

Lo anterior permite establecer las diferencias promedio entre los precios de los productos que ofrecen los proveedores actuales de las tiendas (intermediarios, graneros, supermercados, etc.) y los precios de los productos que se ofrecen en las tiendas.

La información secundaria se toma de los documentos elaborados por la Fundación Porvenir, Fundación Carvajal, El Departamento Nacional de Planeación "DNP", Planeación Municipal de Pasto, Corporación Autónoma para el Desarrollo de Nariño CORPONARINO, Departamento Administrativo Nacional de Estadística "DANE", Camára de Comerrcio de Pasto y la Federación Nacional de Comerciantes "FENALCO", entre otros.

La población se toma del Censo de Tenderos elaborado por la Fundación Porvenir, el cual abarca el total de tiendas existentes en le perímetro urbano de la ciudad de Pasto.

En el desarrollo del estudio se incluyen los siguientes capítulos:

ESTUDIO DE MERCADO: En este capítulo se hace referencia a aspectos como: análisis de demanda, análisis de

oferta y análisis de comercialización.

ESTUDIO TECNICO. En este capitulo se hace referencia a: tamaño del proyecto, localización, emplazamiento, distribución en planta y organización.

ESTUDIO FINANCIERO. En este capitulo se mencionan aspectos como: inversiones, presupuesto de ingresos y egresos, punto de equilibrio, financiamiento y estados los estados financieros proyectados.

EVALUACION. Aquí se realiza una evaluación desde el punto de vista privado y una evaluación económica y social en la cual se analizan los efectos del proyecto sobre variables del sistema económico.

2.6.1 Determinación de la Población

La población se toma del Censo de Tenderos de la Fundación Porvenir, el cual abarca el total de tiendas existentes en el perímetro urbano de la ciudad de Pasto, discriminado por comunas apoyos en el mapa elaborado por Planeación Municipal y que comprende 12 comunas. (Ver anexo 4).

2.6.2 Selección de Muestra

Para la selección de la muestra se adopta el muestreo aleatorio simple, basado en técnicas estadísticas que aseguran una mayor confiabilidad y consistencia de la información. (Ver anexo 5)

La formula que se emplea para la toma de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} \frac{\sigma^2}{E^2}}{1 + \frac{1}{N} Z^2_{\alpha/2} \frac{\sigma^2}{E^2}}$$

Donde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Universo Poblacional

Z = Nivel de Confianza

E = Error Permisible

σ^2 = Varianza Poblacional

3. DESCRIPCION DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

En el presente capitulo se hace una descripción de la infraestructura general de la zona de influencia para el proyecto intitulado "Proyecto de Factibilidad para el Montaje de una Proveeduria de Tenderos en la ciudad de Pasto".

3.1 LOCALIZACION GENERAL

El municipio de Pasto, está situado al oriente del Departamento de Nariño a 795 kilómetros de la ciudad de Santa Fe de Bogotá Distrito Capital; y a 90 kilómetros del puente fronterizo de Rumichaca. La capital de Nariño se halla a 1^{o} 13' 16" de latitud norte y a 77^{o} 17' 02" de longitud oeste, se sitúa a una altura de 2.490 metros sobre el nivel del mar. Pasto tiene una extensión de 1.194 Km^{2}, que representan el 3.8% de la extensión del Departamento de Nariño.

EL Municipio de Pasto limita al norte con Taminango y

San Lorenzo, al oriente con el Valle de Sibundoy (Putumayo), al occidente con los municipios del Tambo y la Florida, al sur con los municipio de Córdoba, Puerres y Fúnes.

El área total del Municipio de Pasto es de 91.308 hectáreas con 5.655 hectáreas urbanas y 85.653 hectáreas rurales.[6]

3.2 HIDROCLIMATOLOGIA

3.2.1 Rios y Lagunas

Los rios que bañan al Municipio de Pasto son: Alisales, Bobo o Jurado, Juanambú, Opongoy, Guamuez, Pasto, Patascoy y Estero.

Las lagunas que se encuentran al interior del Municipio son: La Cocha, Laguna Negra y la represa del Rio Bobo.

3.2.2 Clima

La temperatura varia de acuerdo a la altitud siendo en las partes más bajas del orden de 25° centigrados, la

---

[6] PLANEACION MUNICIPAL. Anuario Estadistica. 1989 Pasto. Pág. 12

cual disminuye paulatinamente a medida que asciende hasta registrar valores cercanos a 0 centigrados. La temperatura media de la ciudad es de 14 centigrados con una precipitación anual de 857 milimetros. La presión barométrica es de 458 milimetros.[7]

3.3 ADMINISTRACION MUNICIPAL

3.3.1 División Politica Administrativa

Al interior del Municipio de Pasto se hallan los siguientes corregimientos: Chachagui, Nariño, Jenoy, Obonuco, La Laguna, El Encano, Catambuco y Santa Bárbara.

3.3.2 División Urbana del Muncipio

El área urbana de Pasto se halla dividida en 12 comunas así:

COMUNA I: El Olivo, Bolivar, Fátima, Avenida Colombia, Normandía, Centenario, Navarrete, Javeriano, Prado,

---

7 Ibid. Pág. 13

Portalito, Alhombra, El Recuerdo, San José, Santander y el Churo.

COMUNA II: Marcos de la Rosa, Saffudo, Champagnat, Titán, Las Cuadras, Rivera, Castillo, San Jose I, Zarama, El Morasurco, Pandiaco II, Versalles, El Cerámico, Palermo, Maridias, Luis Brand, Tequendama y San Andres.

COMUNA III: Los Sauces, Aljibe, Santa Rita, Recreo, Villa Maria, Villa del Parque, Mirador, Colpatria, Universitario, El Dorado, Camino Real, La Colina, Santa Ana, Monacó, Terranova, Prados del Oeste, Villa San Rafael, Figueroa, San Pedro y Juan XXIII.

COMUNA IV: Los Exágonos, San Ignacio, Bombona, San Felipe, Villa Aurora, La Aurora, Las Acacias, Achalay, Rincón de la Aurora, Castillos del Norte, Villa Campanela, Los Andes, Los Rosales I y II, Villa Vergel, Primavera, El Eden, Villa Sofia y El Bosque.

COMUNA V: Jorge Giraldo, Salazar Mejia, San Vicente, Gualcaloma, Sindamanoy, Panamericano I y II, San Diego y Colón.

COMUNA VI: Obrero, Caracha, Capusigra, Santiago, Barrios del Sur, Los Alamos, Los Balcones, Villa Lucia, Atahualpa, San Miguel, Las Violetas, Julián Buchelly, Las Américas, Avenida Champagnat, Bachue y Niza I y II.

COMUNA VII: Altamira, Santa Isabel, Tamasagra, Mijitayo, Sumatambo, Agualongo, Caicedo, Granda y Nueva Colombia.

COMUNA VIII: La Floresta, Los Destechados, Corazón de Jesús, Libertad, Los Alcázares, La Lomita, El Corralito, Belarcazar, El Calvario, La Esperanza, Cementerio, Bellavista, Rio Blanco, Loma del Cármen, Santa Matilde, Villa Nueva y Urbanización del Gran Poder.

COMUNA IX: Monserrate, Villa Recreo, La Carolina, Gualcalá, La Florida, Bavaria, Esmeralda, Casaloma, Pucalpa, I, II y III, Villa Adriana Maria, Mercedario, Guamuez, Villaflor I, Santa Mónica, Los Ejidos, Popular, La Estrella y Rosal del Monte.

COMUNA X: Lorenzo, Villa Docente, El Porvenir, Taindala, Miraflores I y II, Doce de Octubre, La Victoria, Belén, Puertas del Sol, Cantarana, Madrigal,

Venecia, Emilio Botero, Villa Olimpica, Altos de Campo, Praga, El Triunfo, Guerrero y Navarrete.

COMUNA XI: Santa Bárbara, Betania, Santa Fé, La Plaza, Sendoya, San Juan de los Pastos, Las Mercedes, Alejandría, Los Pinos, Bernal, Villaflor II, Las Lajas, Chile, Arnulfo Guerrero, Camilo Torres, Caicedonia y Nueva Villaflor.

COMUNA XII: Chambú, La Rosa, El Pilar, Las Lunas I y II, Potrerillo, Remanso, Chapal, Villa del Río, La Vega, San Martín, Santa Clara, El Progreso, Las Ferias, Antonio Nariño y Salomón.[8]

3.4 ASPECTOS DEMOGRAFICOS, SOCIALES Y ECONOMICOS

3.4.1 Población

Según el Censo de Población de 1985, en Pasto habían 252.119 habitantes, 119.238 hombres y 132.381 mujeres.

Para 1991 se calcula que la población esta alrededor de 329.187 habitantes. Esta proyección está sustentada en

---

8 Idem. Págs. 14-16

base a la diferencia entre los Censos de 1973 y 1985, cuyo resultado es de 3.99% como tasa de crecimiento urbano y 4.01% de tasa de crecimiento rural.[9]

3.4.2 Empleo

Según la Encuesta Nacional de Hogares realizada por el DANE, en la ciudad de Pasto en el año de 1990, había una población Económicamente Activa de 111.416 personas, de las cuales 94.964 estaban ocupadas (85.24%).

Las actividades económicas que generan ocupación en el ciudad son:

Servicios Sociales y Personales	35.538	37.42%
Comercio, restaurantes y hoteles	24.925	26.25%
Industria manufacturera	15.335	16.15%
Transporte y comunicaciones	7.625	8.03%
Construcción	6.033	6.35%
Establecimientos financieros	2.381	2.51%
Agropecuaria	2.183	2.30%
Electricidad gas y agua	727	0.77%
Minas y canteras	111	0.12%
No específica	111	0.12%

---

[9] Idem. Págs 18-19

3.4.3 Actividades Económicas

3.4.3.1 Industria

En la ciudad de Pasto la industria presenta un nivel incipiente, destacándose la producción de alimentos, bebidas y en menor proporción las confecciones, la industria del cuero y la metalmecánica.

Las industrias que sobresalen en la ciudad por su tamaño y por la generación de de empleo directo e indirecto son: Metálicas Modernas, Bavaria, La Industria Licorera de Nariño, Gaseosas Nariño y Embotelladora Nariñense. Le siguen en su orden con menor inversión de capital los molinos y su industria harinera, las fábricas de muebles y articulos metálicos, la industria productora de máquinaria agricola e industrial. Con un menor grado de organización empresarial y capital de trabajo reducido están las microempresas de confecciones textiles y de lana, como también las dedicadas a la elaboración de productos en cuero. Vale la pena destacar que estos últimos sectores han sido los de mayor crecimiento, participando en la absorción de una gran cantidad de población económicamente activa.

3.4.3.2 Comercio

El sector comercio en la ciudad de Pasto, se desarrolla bajo dos factores importantes: primero una demanda de bienes interna restringida debido al bajo poder adquisitivo de la población, acompañada de un alto índice de desempleo; segundo la ubicación en zona fronteriza que hace que el comercio este constamente sometido a las variables que suponen las políticas económicas desde el punto de vista bilateral. La participación en el PIB regional del subsector comercio para 1990 fué del 10.5%.[10]

Según información del Departamento de Planeación y Desarrollo de la Cámara de Comercio capítulo de Pasto la recesión económica regional ha repercutido en una baja sustancial de nuevas matrículas lo cual se prueba en la disminución del 28.5% de ellas para 1990. También han disminuido las renovaciones de Registro Mercantil en un 18% para 1990, fenómeno que según el Departamento de Planeación y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Pasto no se había presentado anteriormente.

---

10 Idem. Pág. 55

En general las matriculas de 1989 a 1990 disminuyeron en un 29.1% y las renovaciones en un 26.3%. El otro fenómeno que se observa es el cambio de razón social y actividad económica de los establecimientos.

Las ventas de 1990 bajaron en promedio de 34% en relación con el affo de 1989,lo cual es muy grave para Pasto ya que el comercio es la actividad económica predominante.

El 32% de los establecimientos que aún permanecen abiertos han cambiado de propietario, o han sido dados en arrendamiento, el 26% de los mismos con un tamaffo inferior al inicialmente organizado. Actualmente existe un total de 6.086 establecimientos comerciales registrados y funcionando normalmente.

3.5 SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL

Existen tres sectores dedicados a atender las necesidades de la población en materia de salud. La proporción del impacto de cada sector se comporta de la siguiente manera:

Sector Público 74.1%

Sector Social 15.9%

Sector Privado 10.0%

Los recursos institucionales con los que cuenta son: cinco hospitales, dos clínicas, once puestos de salud y tres centros de salud. En total se dispone de 1.346 camas.

La oferta de servicios está muy por debajo de las necesidades y demandas de la comunidad. Los servicios de medicina preventiva y cirugía están ocupados al 100%, circunstancia esta, que demanda la ampliación de la capacidad del número de camas hospitalarias.

Los centros y puestos de salud son organismos de atención primaria, sus principales problemas se refieren a dotación, suministros y transporte.

El recurso humano está superditado al financiero; por lo tanto también a sufrido los rigores de la restricción económica. [11]

---

11 Idem. Pág. 22

3.6 EDUCACION

En el Municipio de Pasto existen 288 establecimientos educativos, 208 instituciones oficiales y 80 de carácter privado, discriminados en la siguiente forma:

PRE-ESCOLAR: Existen en la sector oficial 38 establecimientos y en el sector privado 36.

PRIMARIA: Existen 135 establecimientos con carácter estatal y 23 establecimientos de enseñanza privada. El potencial de la población en edad escolar es de 84.002 niños; de estos, 32.872 niños están matriculados resultando una cobertura del 39.13%.

SECUNDARIA: existen 30 colegios oficiales y 18 colegios privados. El potencial de la población en edad de educación secundaria es de 76.980 personas; el número total de alumnos matriculados es de 24.871 personas, con una cobertura del 32.31%.

SUPERIOR UNIVERSITARIA: La Universidad de Nariño con carácter gubernamental y la Universidad Mariana con carácter privado.

EDUCACION TECNOLOGICA: Dos establecimientos oficiales Escuela Superior de Administración Pública "ESAP", Servicio Nacional de Aprendizaje "SENA", y dos privadas, Centro de Estudios Superiores Maria Goretti "CESMAG" y Corporación Educativa de Administración y Finanzas de Nariño "CEAFNAR".

EDUCACION ESPECIAL : El Centro de Habilitación del niño inhabilitado "CEHANI" y el INCI.

A parte de todos los establecimientos anteriores existen en la ciudad de Pasto un gran número de centros de educación no formal.

El indice de analfabetismo en el municipio es del 8.25%.[12]

3.7 SERVICIOS PUBLICOS

3.7.1 Energia

La entidad encargada del suministro de energia a la

---

12 Idem. Págs. 26, 27, 28, 29 y 30

ciudad es Centrales Eléctricas de Nariño "CEDENAR". La energía que consume actualmente el departamento de Nariño, en un 70% es obtenida mediante la compra al Sistema Nacional Interconectado y el 30% corresponde a generación propia.

Se dispone de 52.344 kms. de longitud de red primaria, 311 kms. de longitud de red secundaria, 1.050 transformadores de distribución y una capacidad de transformación de 85.515 MVA.

El número total de suscriptores de CEDENAR en Pasto es de 41.239, los cuales consumen aproximadamente 10'606.822 kilovatios.

3.7.2 Acueducto y Alcantarillado

Este servicio público lo presta la Empresa de Obras Sanitarias de Pasto EMPOPASTO. Existen 36.517 suscriptores de acueducto en el municipio de Pasto, discriminados así: 133 instalaciones de uso industrial, 166 de uso oficial, 2.531 de uso comercial y 33.687 de uso residencial.

El consumo aproximado es de 33 mts.^{3} por usuario, para

un total mensual de 1'257.253 mts.

El municipio de Pasto tiene una cobertura del 96.8% de acueducto y 96.6% de alcantarillado.

3.7.3 Teléfonos

Para 1990 existían en el municipio 6.858 líneas telefónicas en el sector residencial; 2.463 en el sector comercial e industrial; 478 en el sector oficial y 121 teléfonos públicos. A partir del año de 1991 se tiene proyectado el ensanche telefónico de 11.000 nuevas líneas.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION

4. ESTUDIO DE MERCADO

La finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos que dadas las condiciones presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de una unidad económica.

Para el logro de esta finalidad el estudio de mercado abarca una serie de aspectos relacionados con la existencia de una necesidad que se busca satisfacer, entre ellos podemos mencionar el estudio de la demanda, el estudio de la oferta, la comercialización de los productos a distribuir, el nivel de precios, la calidad, etc.

Para la elaboración del estudio de mercado se acude a las fuentes primarias y secundarias. La información primaria se obtuvo mediante encuestas aplicadas a los tenderos ubicados en el casco urbano de la ciudad de Pasto, que luego de un proceso estadístico se constituyen en la base para el análisis de las variables económicas a manejar en el proyecto.

La información secundaria se obtiene a través de la consecución de libros, revistas y folletos que contienen la información necesaria para darle mayor consistencia a la información, especialmente de estadísticas de movilización y venta de productos.

En el estudio de mercado del proyecto de factibilidad para el montaje de una Proveeduría de Tenderos abarca en principio un análisis de la demanda que estará conformada por las compras de bienes de primera necesidad que componen la canasta familiar y que es adquirida por las tenderos establecidos en la ciudad de Pasto. Así mismo se analiza el lugar de aprovisionamiento, la frecuencia de las compras, la forma de pago, para lo cual la muestra se dividió en seis rangos de acuerdo al nivel de compras efectuadas.

Por otro lado, para el análisis de oferta se ha tenido en cuenta el número de establecimientos encargados de la comercialización de los productos básicos demandados por los tenderos, entre ellos los distribuidores mayoristas, graneros, supermercados, galerías y otros proveedores, entre los cuales sobresalen comerciantes particulares y "contrabandistas".

El análisis de la comercialización hace énfasis en el nuevo sistema de comercialización al que tendrán acceso los tenderos.

4.1 ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda potencial para el presente proyecto la constituyen 2.189 tiendas ubicadas en el casco urbano de la ciudad de Pasto, de acuerdo al censo de tenderos elaborado por la Fundación Porvenir.

De acuerdo al trabajo de campo realizado se obtuvo que el promedio mensual de ventas de las tiendas asciende a $ 352.672. El márgen de contribución promedio para estos establecimientos es del 11.85%. Lo cual permite deducir que el promedio mensual de compras de las tiendas es de $ 310.880 mensuales. Este valor está representado en la compra de productos de diferente naturaleza.

4.1.1 Análisis de la Demanda según el Nivel de Compras

De acuerdo al nivel de compras de cada tienda, se ha efectuado una clasificación en niveles así:

En el primer intérvalo con un nivel de compras comprendido entre $ 11.908.5 y $ 316.908.5 se encuentran ubicadas 216 tiendas representando el 66.06% de la muestra. En este intérvalo se encuentran la mayor cantidad de tiendas, con un nivel de compras promedio de $ 156.924.

En el segundo intérvalo con un nivel de compras comprendido entre $ 316.908.5 y $ 621.908.5 se ubican 72 tiendas que representan el 22.02% de la muestra, siendo el promedio de compras de $ 449.081.

En el tercer intérvalo con un nivel de compras comprendido entre $ 621.908.5 y $ 926.908.5 se hallan 23 tiendas que representan el 7.03% de la muestra, con unas compras promedio de $ 775.528.

En el cuarto intérvalo con un nivel de compras comprendido entre $ 926.908.5 y $ 1.231.908.5 se ubican 11 tiendas que representan el 3.36% de la muestra y su promedio mensual de compras es de $ 1.070.456.

En el quinto intérvalo con un nivel de compras comprendido entre $ 1.231.908.5 y $ 1.536.908.5 está tiendas que representan el 0.92% de la muestra, con un

nivel de compras promedio de $ 1.373.578.

En el último intérvalo con un nivel de compras comprendido entre $ 1.536.908.5 y $ 1.841.908.5 se hallan 2 tiendas representando el 0.61% de las 327 tiendas que representan la muestra y su promedio de compras mensual es de $ 1.831.874 (Ver cuadro 1).

4.1.2 Frecuencia de Compra

Para llevar a cabo este análisis se ha dividido los artículos en seis grupos así:

Primer Grupo : Azúcar, granos y cereales
Segundo Grupo: Enlatados y procesados en general
Tercer Grupo : Aceites y Grasas
Cuarto Grupo : Artículos de aseo personal
Quinto Grupo : Artículos de aseo del hogar
Sexto Grupo : Otros

4.1.2.1 Frecuencia de Compra General

Tomando como base el trabajo de campo realizado observa que la frecuencia de compra para el primer grupo de artículos denominado azúcar, granos y cereales es la

CUADRO 1

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

NIVELES DE COMPRA DE LOS TENDEROS

INTERVALOS	NIVEL DE COMPRAS I 11.908.5 - 316.908.5	NIVEL DE COMPRAS II 316.908.5 - 621.908.5	NIVEL DE COMPRAS III 621.908.5 - 926.908.	NIVEL DE COMPRAS IV 926.908.5 - 1.231.908.5	NIVEL DE COMPRAS V 1.231.908.5 - 1.536.908.5	NIVEL DE COMPRAS VI 1.536.908.5 - 1.841.408.5	TOTAL
Número de Tenderos	216	72	23	11	3	2	327
Porcentaje de la muestra	66.06	22.02	7.03	3.36	0.92	0.61	100
Promedio Mensual de Compras	156.924	449.081	775.528	1.070.456	1.373.5	1.831.874	

FUENTE: Esta Investigación

siguiente: el 46.18% de los tenderos realizan sus compras semanalmente, el 30.89% efectúan sus compras quincenalmente, el 22.01% prefieren comprar mensualmente y el 0.92% de los tenderos realizan sus compras bimensualmente.

Para el segundo grupo de articulos denominado enlatados y procesados en general, las encuestas muestran que el 58.10% de los tenderos realizan sus compras mensualmente, el 25.99% prefieren comprar quincenalmente, el 12.23% efectuá sus compras semanalmente y el 3.68% de los tenderos realizan sus compras bimensualmente.

El tercer grupo de articulos denominado aceites y grasas presenta la siguiente frecuencia de compra: el 48.93% de los tenderos compra sus articulos mensualmente, el 31.19% realiza sus compras quincenalmente, el 17.74% prefiere comprar semanalmente y el 2.14% de los tenderos efectúan sus compras bimensualmentemente.

El cuarto grupo denominado articulos de aseo personal presenta una frecuencia de compra como sigue a continuación: el 57.80% de los tenderos compran mensualmente, el 30.95% compra quincenalmente, el 8.56%

realiza sus compras semanalmente y el 2.69% de los tenderos prefiere comprar bimensualmente.

El quinto grupo denominado artículos de aseo del hogar presenta la siguiente tendencia de compra: el 58.41% de los tenderos efectúa sus compras mensualmente, el 31.19% prefiere comprar quincenalmente, el 7.65% hace sus compras semanalmente y el 2.75% de los tenderos efectúa sus compras bimensualmente.

La frecuencia de compra para el sexto grupo denominado otros presenta la siguiente frecuencia de compra: el 55.04% de los tenderos prefiere comprar mensualmente, el 25.08% realiza sus compras quincenalmente, el 17.74% efectúa sus compras semanalmente y el 2.14% de los tenderos lleva a cabo sus compras bimensualmente (Ver cuadro 2).

4.1.2.2 Frecuencia de Compra por Grupo de Artículos y Niveles de Compra

Para un análisis más detallado y con el fin de obtener una información más suscinta, se procedió a determinar la frecuencia de compra por grupos de artículos y niveles de compra, ya que ambos presentan

CUADRO 2

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FRECUENCIA DE COMPRA GENERAL

GRUPO DE ARTICULOS	FRECUENCIA			
	SEMANAL %	QUINCENAL %	MENSUAL %	BIMENSUAL %
Azúcar, granos y cereales	46.18	30.89	22.01	0.92
Enlatados y Procesados en General	12.23	25.99	58.10	3.68
Aceites y Grasa	17.74	31.19	48.93	2.14
Artículos de Aseo Personal	8.56	30.95	57.80	2.69
Artículos de Aseo del Hogar	7.65	31.19	58.41	2.75
Otros	17.74	25.08	55.04	2.14

FUENTE: Esta Investigación.

particularidades que son importantes conocer.

Para el grupo de artículos denominado azúcar, granos y cereales, en el nivel I se destaca que la presencia de compra más alta es la semanal con un 41.67%, ésto mismo sucede con los niveles II, III y V con 58.43%, 43.48% y 100% respectivamente, en los niveles IV y VI se encuentran equilibradas las frecuencias de compra entre semanal y quincenal con porcentajes de 45.45% y 50% respectivamente. (Ver cuadro 3)

La frecuencia de compra más sobresaliente del grupo de artículos denominado enlatados y procesados en general es la mensual pues, se destaca como la más importante en los niveles de compras I, II, III y IV, con porcentajes de 59.26% para el primero, 61.11% para el segundo, 52.17% para el tercero y 54.55% para el cuarto. En el nivel V la frecuencia de compra que más se presenta es la semanal cubriendo el 100% del grupo de niveles. Igual frecuencia de compra del 50% poseen el nivel VI entre semanal y quincenal. (Ver cuadro 4)

En el grupo de artículos denominado aceites y grasas la frecuencia de compra para los diferentes niveles de compra es heterogénea. Se observa en el nivel I que la

CUADRO 3

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FRECUENCIA DE COMPRA DE AZUCAR, GRANOS Y CEREALES

NIVEL DE COMPRA	FRECUENCIA			
	SEMANAL %	QUINCENAL %	MENSUAL %	BIMENSUAL %
I	41.67	31.01	25.93	1.39
II	58.43	27.68	13.89	----
III	43.48	34.78	21.74	----
IV	45.45	45.45	9.10	----
V	100.00	----	----	----
VI	50.00	50.00	----	----

FUENTE: Esta Investigación.

CUADRO 4

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FRECUENCIA DE COMPRA DE ENLATADOS Y PROCESADOS EN GENERAL

NIVEL DE COMPRA	FRECUENCIA			
	SEMANAL %	QUINCENAL %	MENSUAL %	BIMENSUAL %
I	11.11	25.00	59.26	4.63
II	11.11	27.78	61.11	----
III	8.70	30.43	52.17	8.70
IV	18.18	27.27	54.55	----
V	100.00	----	----	----
VI	50.00	50.00	----	----

FUENTE: Esta Investigación.

frecuencia de compra mensual es la alta con un 56.94%, seguida de la quincenal con 30.09%, en el nivel II se observa que las frecuencias de compra quincenal y mensual son las que más participación tienen representando cada una el 36.11%, en el nivel III el 43.48% de las tiendas se abastecen semanalmente, el 34.78% lo hacen mensualmente y el 21.74% lo hacen en forma quincenal, en el nivel IV la frecuencia de compra quincenal es la más usual representando el 45.46%, le siguen la semanal y la mensual, las cuales se encuentran equivalentes con un 27.27%, en el nivel VI se encuentran por igual la frecuencia de compra semanal y quincenal. (Ver cuadro 5)

En el grupo de articulos denominado articulos de aseo personal se observa que en los niveles de compra I y IV efectúan sus compras cada mes en un 66.67% y 45.46% respectivamente; en los niveles de compra II y VI existe una equivalencia la frecuencia de compra quincenal y mensual con el 43.06% y el 50% respectivamente. En el nivel de compra III se presenta que la frecuencia de adquisición de los articulos quincenalmente es del 52.17%, le siguen en su orden la mensual y semanal con 34.78% y 13.05%. En el nivel de compra V la preferencia de compra que únicamente se presenta es la

CUADRO 5

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FRECUENCIA DE COMPRA DE ACEITES Y GRASAS

NIVEL DE COMPRA	FRECUENCIA			
	SEMANAL %	QUINCENAL %	MENSUAL %	BIMENSUAL %
I	9.72	30.09	56.94	3.25
II	27.78	36.11	36.11	----
III	43.48	21.74	34.78	----
IV	27.27	45.46	27.27	----
V	100.00	----	----	----
VI	50.00	50.00	----	----

FUENTE: Esta Investigación.

semanal. (Ver cuadro 6)

En la mayoría de los niveles de compra de los artículos denominados artículos de aseo del hogar se presenta una frecuencia de compra mensual a excepción del nivel de compra III en el cual se destaca la frecuencia de compra quincenal y en el nivel de compra V en donde únicamente la frecuencia de compra que se presenta es la semanal. En el nivel de compra I el 66.67% de los tenderos, en el nivel de compra II el 47.22% y en el nivel de compra IV el 54.55% efectúan sus compras mensualmente. En el nivel de compra VI se distribuyen proporcionalmente entre quincenal y mensual las frecuencias de compras de los artículos de este grupo. (Ver cuadro 7)

En el grupo de artículos denominado otros la preferencia para efectuar las compras que se destaca es la mensual. Se presentan tres niveles de compras en los cuales el 59.26%, 54.16% y el 54.55% correspondientes a los niveles de compras I, II y IV efectúan sus compras mensualmente. En el nivel de compra III están aproximadamente por igual las frecuencias de compras semanal, quincenal y mensual. En el nivel de compra V la preferencia de compra es semanal en un 100%. En el nivel de compra IV se distribuyen por igual la

CUADRO 6

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FRECUENCIA DE COMPRA DE ARTICULOS DE ASEO PERSONAL

NIVEL DE COMPRA	FRECUENCIA			
	SEMANAL %	QUINCENAL %	MENSUAL %	BIMENSUAL %
I	5.09	25.00	66.67	3.24
II	11.10	43.06	43.06	2.78
III	13.05	52.17	34.78	----
IV	27.27	27.27	45.46	----
V	100.00	----	----	----
VI	----	50.00	50.00	----

FUENTE: Esta Investigación.

CUADRO 7

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FRECUENCIA DE COMPRA DE ARTICULOS DE ASEO DEL HOGAR

NIVEL DE COMPRA	FRECUENCIA			
	SEMANAL %	QUINCENAL %	MENSUAL %	BIMENSUAL %
I	3.70	27.31	66.67	2.32
II	9.72	40.28	47.22	2.78
III	21.73	43.48	26.09	8.70
IV	18.18	27.27	54.55	----
V	100.00	----	----	----
VI	----	50.00	50.00	----

FUENTE: Esta Investigación.

frecuencia de compra, entre semanal y quincenal. (Ver cuadro 8)

Otra clase de productos que se venden en las tiendas son las denominados pedecederos. Pero se puede afirmar que no todas las tiendas comercian con este tipo de artículos, es así como algunas tiendas por no poseer el lugar adecuado para el almacenamiento de estos productos y por la tendencia que estas presentan al deterioro por descomposición.

En cuanto a las tiendas que distribuyen productos perecederos, tienen una inclinación a afectuar las compras de estos en las plazas de mercado tres veces a la semana. Lo anterior también varía de acuerdo al volumen de ventas que de estos productos tenga en su tienda.

Los días de la semana en los cuales los tenderos acuden a las plazas de mercado son los lunes, jueves y sábado, días en los cuales confluyen a estos sitios los productores o comerciantes mayoristas. Se observa que son estos los días escogidos por los tenderos para realizar las compras de estos productos debido a que obtienen precios más competitivos y que se reflejarán en un mayor margen de ganancia y/o menores precios al consumidor final.

4.1.3 Lugar de Aprovisionamiento

Los sitios preferidos para efectuar la reposición de mercancías que se han vendido son: graneros con alto capital de trabajo, distribuidores directos, intermediarios mayoristas, galerías, supermercados y otros proveedores ("contrabandistas" y comerciantes particulares).

4.1.3.1 Lugar de Aprovisionamiento General

La información obtenida en el trabajo de campo muestra que los lugares preferidos por los tenderos encuestados para efectuar la compra de artículos para surtir sus respectivas tiendas son por lo general los establecimientos comerciales denominados distribuidores mayoristas y graneros.

El grupo de artículos denominado azúcar, granos y cereales los surten principalmente los graneros con un 45.26%, seguidos por los distribuidores mayoristas, con un 43.43%, los supermercados con un 8.26%, galerías con

CUADRO 8

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FRECUENCIA DE COMPRA DE OTROS ARTICULOS

NIVEL DE COMPRA	FRECUENCIA			
	SEMANAL %	QUINCENAL %	MENSUAL %	BIMENSUAL %
I	15.74	23.61	59.26	1.39
II	13.89	27.78	54.16	4.17
III	34.78	30.43	30.43	4.36
IV	18.18	27.27	54.55	----
V	100.00	----	----	----
VI	50.00	50.50	----	----

FUENTE: Esta investigación.

un 2.45% y otros proveedores con 0.80%.

Los distribuidores mayoristas son los principales proveedores de enlatados y procesados en general representando el 35.17%, en su orden le siguen los graneros con el 30.28%, otros proveedores 22.02%, galerías 7.65% y en últimas instancias se hallan los supermercados con 4.88%.

Los aceites y grasas son suministrados principalmente por comerciantes particulares y "contrabandistas" que para la investigación se los ha denominado otros proveedores en una cuantía de 29.97%, seguidos por los distribuidores mayoristas con el 29.66%, graneros 26.91%, galerías 10.70% y supermercados con un 2.76%.

Por su parte los artículos de aseo personal son surtidos en su gran mayoría por los distribuidores mayoristas en un 38.53%, le siguen los graneros con el 25.69%, otros proveedores con el 21.71%, galerías con el 7.95% y los supermercados con el 6.12%.

Así mismo los artículos de aseo del hogar al igual que los anteriores son abastecidos por los distribuidores mayoristas en mayor cuantía representando el 45.57%, le

siguen en su orden los graneros con el 24.77%, otros proveedores 16.21%, galerías 8.56% y los supermercados con el 4.89%.

El grupo de artículos denomindados otros es surtido por los distribuidores mayoristas en mayor cuantía con el 61.15%, le siguen los graneros con 32.42%, galerías y supermercados con el 2.45% cada uno y otros proveedores con el 1.53%. (Ver cuadro 9)

Los proveedores denominados "otros proveedores" surten en gran cuantía los grupos de artículos denominados enlatados y procesados en general, aceites y grasas y y los artículos de aseo personal, ésto por cuanto artículos tales como: atún, sardinas, vinos, jabones, cremas dentales, papel higiénico, manteca, aceite, etc., provienen del comercio ilícito entre Colombia y Ecuador.

4.1.3.2 Lugar de Aprovisionamiento por Grupo de Artículos y Niveles de Compra

Al igual que en la frecuencia de compra se procede a realizar un análisis discriminado por grupo de artículos y niveles de compra, por presentarse diferencias que es

CUADRO 9

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

LUGAR DE APROVISIONAMIENTO

GRUPO DE ARTICULOS	ESTABLECIMIENTO				
	GRANERO %	DISTRIBUIDOR %	GALERIA %	SUPERMERCADO %	OTROS PROVEEDORES %
Azúcar. granos y cereales	45.26	43.23	2.45	8.26	0.80
Enlatados y Procesados en General	30.28	35.17	7.65	4.88	22.02
Aceites y Grasas	26.91	29.66	10.70	2.76	29.97
Artículos de Aseo Personal	25.69	38.53	7.95	6.12	21.71
Artículos de Aseo del Hogar	24.77	45.57	8.56	4.89	16.21
Otros	32.42	61.15	2.45	2.45	1.53

FUENTE: Esta Investigación.

importante tener en cuenta a efecto de conocer más detalladamente el comportamiento de cada uno de ellos.

El lugar de compra preferido del grupo de articulos denominados azúcar, granos y cereales en la mayoria de los niveles de compra es el establecimiento comercial denominado distribuidor mayorista a excepción del nivel de compras I, que prefiere con un 52.77% realizar sus compras en los graneros. Los demás niveles de compra presentan unos porcentajes asi: nivel de compra II 54.17%, nivel de compra III 60.87%, nivel de compra IV 81.82%, nivel de compra V 66.67% y nivel de compra VI con el 100%, para distribuidores mayoristas. (Ver cuadro 10)

Los establecimientos comerciales denominados distribuidores mayoristas son el lugar preferido por los tenderos para abastecerse del grupo de articulos denominado enlatados y procesados en general por presentar un mayor porcentaje en los diferentes niveles de compra. Los porcentajes observados son: 51.39% en el nivel de compra II, 43.48% en el nivel de compra III, 45.45% en el nivel de compra IV, 66.67% en el nivel de compra V y 100% en el nivel de compra VI. Por su parte el nivel de compra I presenta una preferencia

CUADRO 10

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

LUGAR DE COMPRA DE AZUCAR, GRANOS Y CEREALES

NIVEL DE COMPRA	ESTABLECIMIENTO				
	GRANERO %	DISTRIBUIDOR %	GALERIA %	SUPERMERCADO %	OTROS PROVEEDORES %
I	52.77	35.18	2.32	9.73	-----
II	30.56	54.17	4.17	8.32	2.78
III	39.13	60.87	----	----	-----
IV	18.18	81.82	----	----	-----
V	33.33	66.67	----	----	-----
VI	---	100.00	----	----	-----

FUENTE: Esta Investigación.

similar por los graneros, distribuidores y otros proveedores, en este orden. (Ver cuadro 11)

Para el grupo denominado aceites y grasas el lugar de compra preferido en el nivel de compra I es el de otros proveedores con un 29.17%, le siguen los graneros y los distribuidores mayoristas con 27.78% y 26.85% respectivamente. El nivel de compra II prefiere hacer sus compras en otros proveedores con 30.56% y graneros 27.78%. Los tenderos ubicados en el nivel de compra III hacen sus compras por lo general en los distribuidores mayoristas con el 39.13%, le siguen los graneros con el 26.09% y otros proveedores con el 21.74%. En el nivel de compra IV se presentan iguales porcentajes de preferencia por las compras entre distribuidores mayoristas y otros proveedores de 36.36% cada uno. Para los niveles de compra V y VI se denota un mayor porcentaje de tenderos que efectúan sus compras en los establecimientos comerciales denominados distribuidores mayoristas con 66.67% y 100% respectivamente. (Ver cuadro 12)

El grupo de artículos denominado artículos de aseo personal son adquiridos en mayor cuantía en los establecimientos comerciales denominados distribuidores

CUADRO 11

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

LUGAR DE COMPRA DE ENLATADOS Y PROCESADOS EN GENERAL

NIVEL DE COMPRA	ESTABLECIMIENTO				
	GRANERO %	DISTRIBUIDOR %	GALERIA %	SUPERMERCADO %	OTROS PROVEEDORES %
I	32.41	27.31	8.33	6.95	25.00
II	26.39	51.39	6.94	1.39	13.89
III	34.78	43.48	---	---	21.74
IV	9.10	45.45	18.18	---	27.27
V	33.33	66.67	---	---	---
VI	----	100.00	---	---	---

FUENTE: Esta Investigación.

CUADRO 12

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

LUGAR DE COMPRA DE ACEITES Y GRASAS

NIVEL DE COMPRA	ESTABLECIMIENTO				
	GRANERO %	DISTRIBUIDOR %	GALERIA %	SUPERMERCADO %	OTROS PROVEEDORES %
I	27.78	26.85	12.96	3.24	29.17
II	27.78	30.56	2.78	2.78	36.10
III	26.09	39.13	13.04	---	21.74
IV	9.10	36.36	18.18	---	36.36
V	33.33	66.67	---	---	---
VI	---	100.00	---	---	---

FUENTE: Esta Investigación.

mayoristas en todos los niveles de compra. En el nivel de compra I el 33.33% de los tenderos efectúan sus compras en los distribuidores mayoristas, el 25.93% en graneros y el 23.15% en otros proveedores. En el nivel de compra II el 38.89% de los tenderos realizan sus compras en los distribuidores mayoristas, el 27.78% en graneros y el 22.22% en otros proveedores. Por su lado en el nivel de compra III el 56.52% efectúan las compras en los distribuidores mayoristas, el 30.43% en los graneros y el 13.05% en otros proveedores. En el nivel de compra IV la preferencia para efectuar las compras en los distribuidores mayoristas es aún mayor 72.73%, el 18.18% en otros proveedores y el 9.09% en graneros. En los dos últimos niveles de compra la preferencia total para efectuar las compras es en los establecimientos comerciales de los distribuidores mayoristas. (Ver cuadro 13)

Los distribuidores mayoristas son los sitios de compra predilectos por parte de los tenderos para adquirir los artículos de aseo del hogar. Es así como en todos los niveles de compra ocupa el primer lugar aumentando casi progresivamente con cada nivel, pasando de ser el suministrador principal en el nivel de compra I con el 35.65% hasta llegar a un 100% en los niveles de compra

CUADRO 13

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

LUGAR DE COMPRA DE ARTICULOS DE ASEO PERSONAL

NIVEL DE COMPRA	ESTABLECIMIENTO				
	GRANERO %	DISTRIBUIDOR %	GALERIA %	SUPERMERCADO %	OTROS PROVEEDORES %
I	25.93	33.33	10.65	6.94	23.15
II	27.78	38.89	4.17	6.94	22.22
III	30.43	56.52	---	---	13.05
IV	9.09	72.73	---	---	18.18
V	---	100.00	---	---	---
VI	---	100.00	---	---	---

FUENTE: Esta Investigación.

V y VI. En cambio los graneros aportan el 28.70% de estos articulos a las tiendas en el nivel de compra I, el 15.28% en el nivel de compra II, el 26.09% en el nivel de compra III, 18.18% en el nivel de compra IV y perdiéndose en los niveles de compra V y VI. La participación de los demás sitios de aprovisionamiento es más baja, denotándose una participación significativa de los denominados otros proveedores en los niveles de compra I y IV. La participación de los demás proveedores como lugares de compra de los tenderos es muy baja en casi todos los niveles de compra. (Ver cuadro 14)

En el grupo de articulos denominado otros la mayor participación en la preferencia de compra son los estableciminetos comerciales denominados distribuidores mayoristas en todos los niveles de compra. El 54.63% de los tenderos del nivel de compra I efectúa sus compras en estos lugares, el 68.05% del nivel de compra, el 78.26% del nivel de compra III, el 90.91% del nivel de compra IV y el 100% de los niveles de compra V y VI compra en los distribuidores mayoristas. En una proporción más reducida, el 37.96% de los tenderos del nivel de compra I realiza sus compras en los graneros asi como el 25.00% del nivel de compra II, el 21.74% del nivel de compra

CUADRO 14

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

LUGAR DE COMPRA DE ARTICULOS DE ASEO DEL HOGAR

NIVEL DE COMPRA	ESTABLECIMIENTO				
	GRANERO %	DISTRIBUIDOR %	GALERIA %	SUPERMERCADO %	OTROS PROVEEDORES %
I	28.70	35.65	11.57	4.64	19.44
II	15.28	62.50	4.17	8.33	9.72
III	26.09	65.21	---	---	8.70
IV	18.18	63.64	---	---	18.18
V	---	100.00	---	---	---
VI	---	100.00	---	---	---

FUENTE: Esta Investigación.

III y el 9.09% del nivel de compra IV. Los sitios de aprovisionamiento como galerías, supermercados y otros proveedores tienen una participación muy baja como suministradores de estos artículos a los tenderos en todos los niveles de compra. (Ver cuadro 15)

4.1.4 Proyección de la Demanda

La Fundación Porvenir viene adelantando el Programa de Apoyo a Tenderos, una de cuyas componentes es la capacitación en las áreas de: Contabilidad, Costos, Mercadeo, Ventas y Proyectos de Inversión.

Para que cualquier tendero pueda realizar sus compras en la Proveeduría de Tenderos, es requisito indispensable hacer el curso de capacitación, lo cual le permitirá una mayor gestión empresarial al interior de su tienda. Además la Proveeduría le ofrecerá precios competitivos en los artículos con los que surte su tienda.

A fecha Junio 31 de 1991 se hallan capacitados 290 tenderos y de acuerdo a l número de tenderos que se vinculan al Programa de Apoyo a Tenderos se espera que a Diciembre 31 de 1991 estén capacitados 380 tenderos, que constituirán la demanda para el proyecto en su fase

#40455

CUADRO 15

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

LUGAR DE COMPRA DE OTROS ARTICULOS

NIVEL DE COMPRA	ESTABLECIMIENTO				
	GRANERO %	DISTRIBUIDOR %	GALERIA %	SUPERMERCADO %	OTROS PROVEEDORES %
I	37.96	54.63	3.70	2.31	1.40
II	25.00	68.05	---	4.17	2.78
III	21.74	78.26	---	---	---
IV	9.09	90.91	---	---	---
V	---	100.00	---	---	---
VI	---	100.00	---	---	---

FUENTE: Esta Investigación.

#40455

inicial.

Según el plan de trabajo de la Fundación Porvenir el número de tenderos capacitados por mes es de quince los cuales irán incrementando paulatinamente el número de compradores efectivos de la Proveeduría.

Por otro lado, según el trabajo de campo realizado se ha estimado que el monto de compras promedio mensual asciende a $ 310.880.

Lo anterior permite efectuar una proyección de la demanda a partir del mes de Enero de 1992 hasta 31 de Diciembre del año 2001. Se hace la proyección de la demanda a 10 años a precios de 1991. (Ver anexo 6)

La proyección de la demanda que tendrá la Proveeduría se estima en 70% de la demanda total. Lo anterior hace referencia a que dentro de las existencias de mercancías que se encuentran en algunas entiendas de la ciudad hay varios productos que proceden del contrabando y dichas mercancías no serán distribuidas en la Proveeduría. Por otro lado los productos perecederos que se venderán en la Proveeduría no tienen el volúmen suficientemente grande para abastecer en su totalidad a los tenderos,

además de que existen varias plazas de mercado que cuentan con una gran infraestructura física y a la cual acuden los productores y donde confluyen la mayoría de los tenderos a efectuar sus compras de dichos productos. (Ver cuadro 16)

4.2 ANALISIS DE LA OFERTA

4.2.1 La Competencia

La Proveeduría de Tenderos a ser implementada en la ciudad de Pasto por la Fundación Porvenir, pretende ofrecer un sistema de comercialización eficaz, a través de la construcción de una gran bodega central mayoristas, en donde confluyan un gran número de productores y distribuidores mayoristas eficientes, cuya finalidad será la distribución directa de sus productos a los tenderos.

Dadas las características de la existencia de una oferta competitiva que abastece actualmente a las tiendas, la Proveeduría de Tenderos busca desplazar a los proveedores que existen en el intermedio de la cadena de distribución, buscando con ello situar al tendero en el primer lugar de la cadena, en base a una oferta de

CUADRO 16

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

PROYECCION DE LA DEMANDA 1992 - 2001

(Precios Constantes 1991 en Miles de Pesos)

AÑO	DEMANDA TOTAL	DEMANDA ESTIMADA
1992	1.725.382,00	1.207.767,40
1993	2.396.704,80	1.677.693,36
1994	3.068.385,60	2.147.869,92
1995	3.739.886,40	2.617.920,48
1996	4.413.387,20	3.089.371,04
1997	5.082.888,00	3.558.021,60
1998	5.754.388,80	4.028.072,16
1999	6.425.889,60	4.498.122,72
2000	7.097.390,40	4.968.173,28
2001	7.768.891,20	5.438.223,84

FUENTE: Esta Investigación

bienes a menores precios.

Para el análisis de la oferta se ha recurrido a la información suministrada por la Cámara de Comercio Capítulo de Pasto, en cuyo Registro Mercantil de 1991 aparecen los datos requeridos.

En el Registro Mercantil se hallan inscritos los siguientes establecimientos dedicados a la comercialización de los artículos necesarios con los que abastecen las tiendas: 23 distribuidores mayoristas de víveres y abarrotes, 12 distribuidores mayoristas de licores, 15 supermercados, 2 distribuidores de huevos por mayor y 15 al por menor, 18 distribuidores de derivados de leche, 5 distribuidores de carnes frías y 14 graneros con alto capital de trabajo (mayor a $ 8.000.000). También se han tendido en cuenta las 5 plazas de mercado existentes en la ciudad, las cuales juegan un papel importante como abastecedoras de algunos productos que se expenden en las tiendas, entre las cuales están: La Plaza de Mercado del Potrerillo, los Mercados Satélites del Tejar, El Obrero, Los Dos Puentes y la Plaza de Mercado de Bomboná. (Ver cuadro 17)

CUADRO 17

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS ABASTECEDORES DE TENDEROS

TIPO DE NEGOCIO	CANTIDAD TOTAL
Víveres y abarrotes al por mayor	23
Licores al por mayor	12
Plazas de Mercado	5
Supermercados	15
Huevos al por mayor	2
Huevos al por menor	15
Carnes frías	5
Graneros	14
Distribuidores derivados lacteos	18
TOTAL	109

FUENTE: Esta Investigación. Cámara de Comercio de Pasto.

Una parte importante de la oferta la constituyen comerciantes independientes que no poseen Registro legal ante la Cámara de Comercio, entre éstos se hallan personas naturales dedicadas al comercio ilícito de productos entre Colombia y Ecuador, conocidos como "Contrabandistas". En base a lo anterior se hace imposible la contabilización exacta de estos proveedores.

4.3 ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION

El tendero en la actualidad se abastece de artículos necesarios para el surtido de su tienda de los intermediarios, teniendo que pasar varias escalas de comercialización desde el productor hasta llegar al tendero. Los canales de comercialización utilizados actualmente por tenderos no siempre son los mismos y sería difícil mostrar ésto en un solo gráfico. Estos cambian de acuerdo al tipo de artículo, capital de trabajo con que cuentan, esto se observó anteriormente en los numerales 4.1.3.1 y 4.1.3.2.

En general la mayoría de los tenderos compran los artículos necesarios para surtir la tienda a intermediarios, las cuales ya le han subido el precio

para recuperar la inversión y sacar una utilidad para seguir trabajando. Es así que el tendero adquiere unos artículos a unos precios altos que le impiden competir eficientemente.

Lo descrito anteriormente es lo que pretende solucionar el sistema de comercialización que se implemente en la Proveeduría de Tenderos, el cual será el de concesiones, para el cual se construirá una gran bodega central mayorista a la cual tendrán acceso productores y distribuidores eficientes, los cuales se encargarán de sumnistrar los artículos al tendero afiliado a la Fundación Porvenir a los precios que ellos venden a los "distribuidores mayoristas" de la ciudad.

El productor o distribuidor eficiente, al que le sea adjudicado un local en la Proveeduría no pagará cuota de arrendamiento, mantenimiento, servicios públicos, vigilancia y demás. Estos se sustituirán mediante el pago de una comisión del 2.5% sobre sus ventas brutas mensuales.

Con este nuevo sistema de comercialización el tendero tendrá la oportunidad de comprar los artículos para surtir su tienda al productor o distribuidor mayorista,

evitando así a los intermediarios. Es decir que el tendero pasará del último lugar de la cadena de comercialización al primer lugar. (Ver gráfico 1)

En la Proveeduría se abastecerán los artículos básicos que se expenden en las tiendas, el mayor porcentaje de los artículos pertenece al grupo de los no perecederos y en una proporción menor estarán los perecederos.

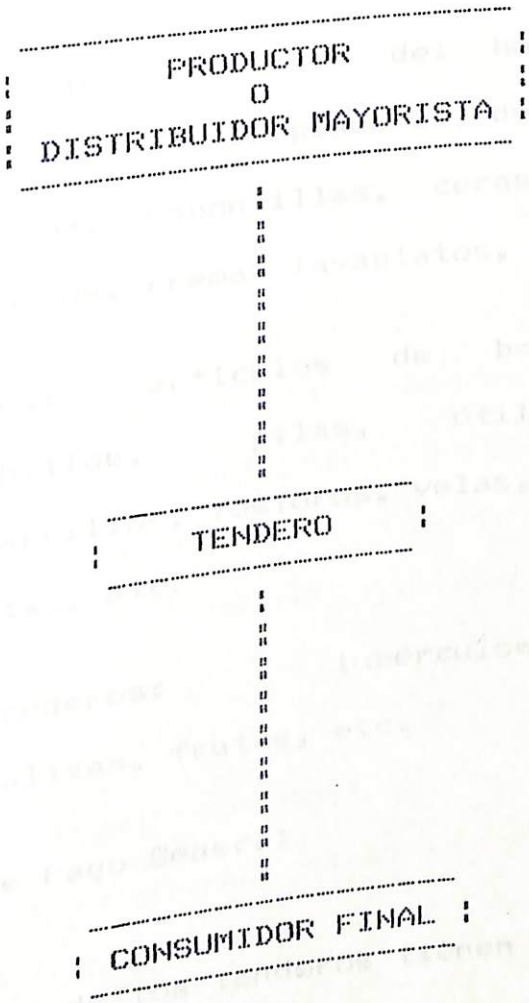
De acuerdo a la clasificación que se hizo de los productos a distribuir en la Proveeduría están los siguientes:

Grupo I Azúcar, granos y cereales: azúcar, arroz, maíz, cebada, avena, fríjol, arveja, lenteja, garbanzo, maní, etc.

Grupo II Enlatados y procesados en general: atún, sardinas, carnes frías, vegetales enlatados, procesados lácteos, bebidas alcohólicas, fideos, harina, café, chocolate, carnes frías enlatadas, salsas, condimentos, etc.

GRAFICO 1

CANAL DE COMERCIALIZACION PROVEEDURIA DE TENDEROS



Grupo III Grasas y aceites: manteca vegetal, aceite vegetal y margarinas.

Grupo IV Articulos de aseo personal: jabón de baño, desodorantes, crema dental, crema de afeitar, cuchillas, papel higiénico, toallas sanitarias, cepillos de dientes, champú, etc.

Grupo V Articulos de aseo del hogar: escobas, insecticidas, limpiadores, detergentes, jabón de ropa, esponjillas, ceras, ambientadores, traperos, cremas lavaplatos, etc.

Grupo VI Otros: articulos de belleza, peines, bombillos, pilas, útiles escolares, cigarrillos, fósforos, velas, botones, hilos, agujas, etc.

GRUPO VII Perecederos: tubérculos, verduras, hortalizas, frutas, etc.

4.3.1 Forma de Pago General

La gran mayoria de los tenderos tienen limitaciones en cuanto al acceso al crédito que otorgan los proveedores. Esta situación se debe a que no poseen el capital que exigen los proveedores como respaldo para otorgar el crédito.

Si a lo anterior se le agrega que el tendero no acostumbra a solicitar crédito en los establecimientos de los proveedores se ve que un alto porcentaje se conforman con el pequeño capital de trabajo con que cuentan para comprar los artículos para surtir su tienda.

Teniendo en cuenta lo anterior y remitiéndose al cuadro 18 se observa que en todos los grupos de artículos, las compras se efectúan de estricto contado en un alto porcentaje.

Es así como el 71.56% de los tenderos efectúan las compras del grupo de artículos denominados azúcar, granos y cereales al contado y solo el 24.44% de los tenderos efectúa las compras de esos artículos a crédito.

La compra al contado de los artículos denominados enlatados y procesados en general es realizado por el 84.10%, mientras que solo el 15.90% de los tenderos compra estos artículos a crédito.

En la compra de los artículos pertenecientes al grupo de los aceites, grasas y otros se observa que solo el

11.62% de los tenderos hace uso del crédito y el 88.38% de los tenderos compra los artículos de contado.

Por su parte los artículos de aseo personal y de aseo del hogar son adquiridos de contado por el 84.10% de los tenderos.

El crédito que ofrecerá la Fundación Porvenir a los tenderos afiliados al Programa tiene dos propósitos fundamentales:

Financiar Capital de Trabajo
Financiar Activos Fijos

Para solicitar un crédito, el tendero elaborará un proyecto de inversión con la ayuda de su asesor, y lo presentará a un comité de crédito integrado por funcionarios de la Fundación Porvenir y de la institución que sirve de intermediario financiero.

Cuando su objetivo es financiar necesidades de capital de trabajo, el tendero obtendrá un cupo de crédito rotatorio a tres meses y lo recibirá en especie, es decir en mercancía retirada de la Proveeduría, de acuerdo con las necesidades consignadas en su proyecto

CUADRO 18

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FORMA DE PAGO GENERAL

GRUPO DE ARTICULOS	CREDITO %	CONTADO %
Azúcar, granos y cereales	28.44	71.56
Enlatados y procesados en general	15.90	84.10
Aceites y grasas	11.62	88.38
Artículos de aseo personal	15.90	84.10
Artículos de aseo del hogar	15.90	84.10
Otros	11.62	88.38

FUENTE: Esta Investigación.

y aprobadas por el comité.

Cuando se trate de financiar activos fijos, el procedimiento es similar, pero el crédito se otorgará en dinero efectivo a través del intermediario financiero con un plazo máximo hasta 30 meses.

Para tener acceso al crédito el tendero debe reunir los siguientes requisitos:

Haber tenido la tienda al menos durante un año

Haber terminado la capacitación

Haber cumplido 6 meses de vinculación al programa

Presentar un buen proyecto al comité

Llevar bien sus cuentas.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Según el Censo elaborado por la Fundación Porvenir, el la ciudad de Pasto existen 2.189 tenderos, los cuales movilizan recursos para abastecer sus negocios de aproximadamente $ 680.516.320 mensuales.

A la Proveeduría de Tenderos tendrán acceso entre 40 y 50 productores y distribuidores mayoristas eficientes que se encargarán de la comercialización de por lo menos 500 productos básicos para el aprovisionamiento de la tiendas.

Al iniciarse el proceso de comercialización la Proveeduría abastecerá a 380 tiendas afiliadas al Programa de Apoyo a Tenderos, los cuales se incrementaran en un estimativo de 15 tenderos por mes hasta llegar en el décimo año a un total de 2.165 tiendas afiliadas al programa.

CUADRO 19

PASTO: PRROVEEDURIA DE TENDEROS

COSTO DE CONSTRUCCION PROVEEDURIA POR AREAS

AREA	METROS CUADRADOS	VALOR UNITARIO METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
AREA DE DESCARGUE	230	$ 10.000	$ 2.300.000
AREA DE PARQUEO	276	10.000	2.760.000
AREA ACCESO VEHICULAR	370	10.000	3.700.000
AREA DE PERECEDEROS	100	55.000	3.500.000
AREA DE PROCESADOS	500	45.000	22.500.000
AREA DE OFICINA	25	86.840	2.171.000
AREA DE CAJA	15	55.000	825.000
AREA DE BAÑOS	20	90.000	1.800.000
TOTAL	1.536		$ 41.556.000

De esta forma los productores y distribuidores instalados en la Proveeduría irán adecuando sus existencias a la demanda generada por los tenderos carnetizados y con derecho a comprar en ella.

5.1.1 Personal Requerido

Para el normal funcionamiento de la Proveeduría de Tenderos el personal requerido es de cinco personas, para desempeñar los cargos de: administrador, secretaria, cajera, mensajero y aseadora.

La nómina de empleados de la Proveeduría se muestra en el Cuadro 20.

5.1.2 Espacio Físico Requerido

La Proveeduría necesita de un espacio de 1.536 mts. distribuidos de la siguiente forma:

Construcción de Bodega	660 mts^2
Area de Descargue	230 mts^2
Area de Parqueo	276 mts^2
Area de Acceso Vehicular	370 mts^2
AREA TOTAL PROVEEDURIA	1.536 mts2

La distribución del área requerida para la proveeduría se muestra en el gráfico 2.

CUADRO 20

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

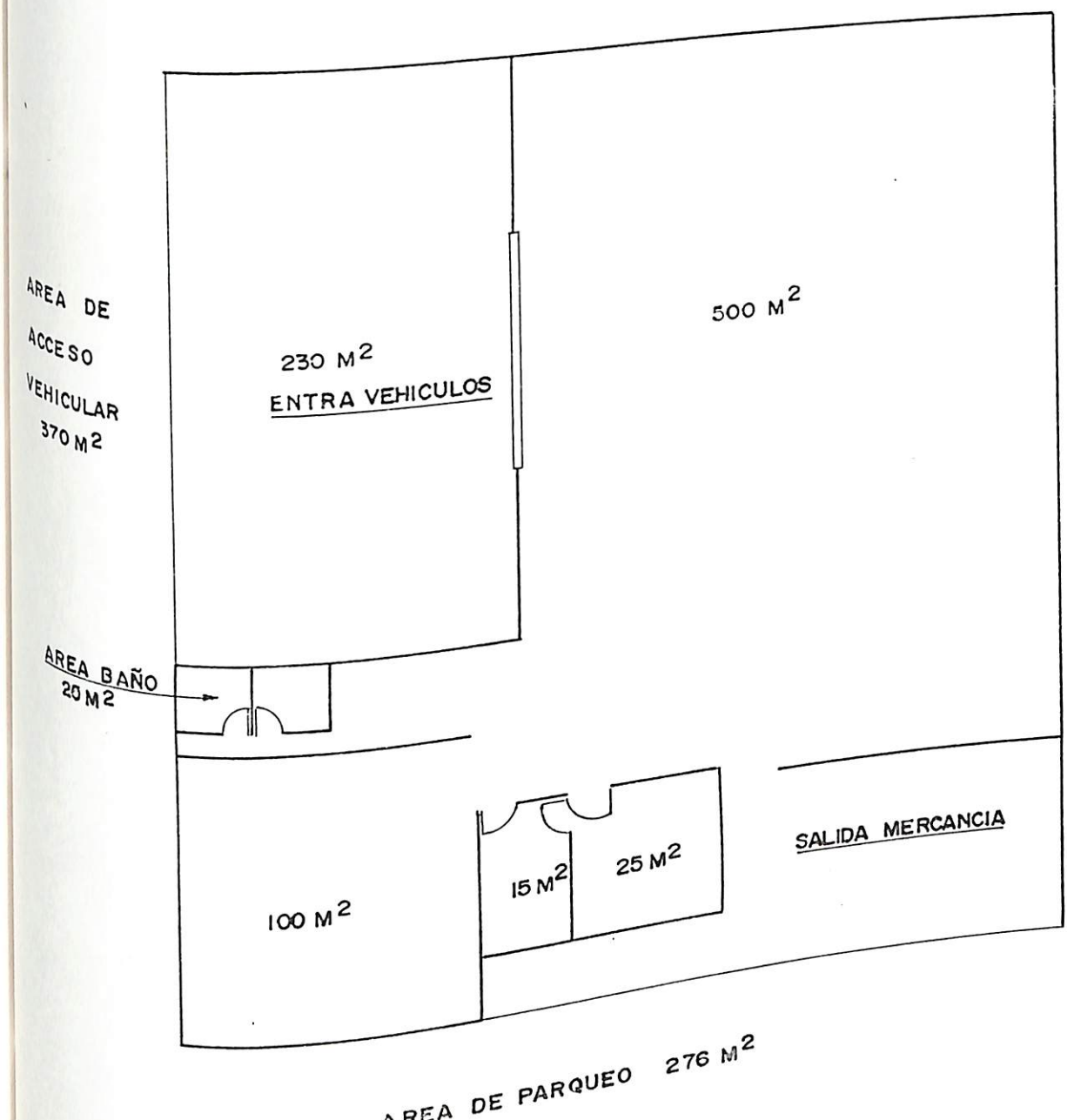
NOMINA DE EMPLEADOS

CARGO	SUELDO BASICO MENSUAL	PROVISION (1) PRESTACIONES	PROVISION (2) CESANTIAS	TOTAL
Administrador	$ 150.000	$ 60.000	$ 12.500,00	$ 222.500,00
Secretaria	70.000	28.000	5.833,33	103.833,33
Cajera	70.000	28.000	5.833,33	103.833,33
Mensajero	52.720	21.088	4.393,33	78.201,33
Aseadora	52.720	21.088	4.393,33	78.201,33
TOTAL	$ 395.440	$ 197.720	$ 32.953,33	$ 586.569,33

1. Se ha considerado que, de acuerdo con las normas vigentes el total de de prestaciones (Primas, Vacaciones, Seguro Social, intereses sobre cesantias, subsidios, Caja de Compensación Familiar, aportes al SENA Aportes al ICBF, etc.).

2. Según las disposiciones vigentes, se toma como cesantia el equivalente a un mes de salario básico.

GRAFICO 2
DISTRIBUCION DEL AREA



5.2 LOCALIZACION

5.2.1 Ubicación (Macrolocalización)

La Proveeduría de Tenderos estará ubicada en la ciudad de Pasto, en el sector suroriental. Esto debido a que la Fundación Porvenir posee un lote en dicho sector, producto de un donación que hizó el Gobierno Municipal.

5.2.2 Identificación del Lugar

En el suroriente de la ciudad de Pasto se hallan ubicados un gran número de barrios en los cuales existen una significativa cantidad de pequeños negocios (tiendas), de los cuales dependen económicamente un amplio sector de la población.

Las vías de comunicación al interior del sector suroriental son múltiples y permiten el desplazamiento de un barrio a otro sin mayores dificultades, a pesar de que algunas calles se encuentren sin pavimentar o en mal estado de conservación.

La comunicación del sector suroriental con el centro de la ciudad se hace mediante cuatro vías a los cuales

confluyen las calles de este sector.

Una de las principales vías de salida que tienen los barrios suroriental es la Avenida IDEMA, la cual se comunica con las calles 17 y 18 y la carrera 14. La calle 16 permite el desplazamiento desde el sector del mercado Potrerillo a confluir al ovelisco del Champagnat. La carrera 4a. que permite la salida vehicular desde el barrio Miraflores hasta encontrarse con la calle 12 que se comunica con las Avenidad Julian Buchely, Champagnat, Boyacá y Panamericana. En el barrio Bolivar está la calle 21 que permite la salida hacia la Avenida Fátima y por ende a la calle 19 y calle 22 que facilita el desplazamiento hacia la Avenida Colombia.

Por otro lado, el sector suroriental cuanta con un amplio servicio de buses urbanos de las tres empresas existentes: Cooperativa Americana S.A., Autobuses del Sur S.A. y Cootranur Ltda.

Es así como la Ruta 1 de Cootranur Ltda., pasa por los barrios: Fátima, Bolivar, El Recuerdo, Esmeralda, Santa Bárbara, Mercedario, Villaflor I y II, Santa Mónica.

La Ruta 2 de la Empresa Cootranur Ltda., recorre los barrios: Avendia Colombia, Normandia, Bolivar, Bernal, Las Mercedes, El Tejar, Santa Bárbara, Sante Fé, Villa Flor II.

La Ruta 3 de Cootranur Ltda., transita por los barrios: Champagnat, Las Lunas, El Pilar, San Martin, Santa Clara, La Vega, La Rosa, Chambú.

La Ruta 6 de la Cooperativa Americana, pasa por los barrios: Champagnat, Fátima, Venecia, Bernal, Madrigal, Lorenzo de Aldana, Miraflores.

La Ruta 7 de la Cooperativa Americana recorre los barrios: Champatnat, Fátima, Las Lunas, Venecia, Madrigal, Lorenzo de Aldana, Miraflores.

La Ruta 8 de la Cooperativa Americana, transita por los barrios: Champagnat, Fátima, Bolivar, Esmeralda, Las Mercedes, Bernal, Santa Barbara.

La Ruta 9 de la Cooperativa Americana, pasa por los barrios: Champagnat, Fátima, Chile, El Recuerdo, Bolivar, Esmeralda, Mercedario, Santa Mónica, Guamuez, Villaflor I, La Estrella, Popular, San Fernando.

La Ruta 10 de la Cooperativa Americana, recorre los barrios: Champagnat, Fátima, Chile, Sendoya, Lorenzo de Aldana, Tejar, Santa Fe, Canchala, Mocondino.

La Ruta 11 de la Cooperativa Americana, transita los barrios: Champagnat, Fátima, Venecia, Chile, Recuerdo, Bolivar, El Ejido, Pucalpa I, La Carolina, Villa Recreo.

La Ruta 12 de Autobuses del Sur, pasa por los barrios: Las Américas, Boyacá, Atahualpa, Julián Buchelly, San Miguel, Chapal, La Vega, Pilar, Santa Clara, La Rosa, Emilio Botero, Miraflores, La Victoria, El Rosario, Jamondino.

La Ruta 15 de la Cooperativa Americana, recorre los barrios: Champagnat, Fátima, Bolivar, El Ejido, Villa Sofia, Pucalpa III, Popular, Buesaquillo.

5.2.3 Emplazamiento (Microlocalización)

5.2.3.1 Microlocalización en el Barrio Miraflores

Para este aspecto es necesario señalar que la Fundación Porvenir efectuó un convenio con la Alcaldía Municipal de Pasto por el cual el Municipio cede un lote de

terreno ubicado en el barrio Miraflores con el fin de que la Fundación construya y administre un centro de servicios comunitarios, dentro del cual está incluida la construcción de una Proveeduría de Tenderos.

La cesión del terreno se hizo mediante Acuerdo Número 69 de Mayo 22 de 1990. (Ver anexo 8)

Este lote está ubicado entre los barrios Lorenzo de Aldana y Miraflores, limitando con la nueva unidad de Comfamiliar y con el parqueadero que administra la Junta de Acción Comunal del barrio Miraflores, exactamente en la calle 16 entre carreras 2a y 3a.

La construcción de la Proveeduría de Tenderos se realizará en el lote antes mencionado, por cuanto se reduce los costos fijos del proyecto, en una cuantía de $ 15.360.000 por cuanto de los 2.900 mts.2 donados, 1.536 mts.2 serán ocupados por esta obra.

Esta suma se ha calculado teniendo en cuenta que el valor estimado de un metro cuadrado de terreno en este sector tiene un costo de $ 10.000.

Aunque la ubicación del terreno cedido por el Municipio

no es la óptima, presenta particularidades que benefician a los tenderos de la ciudad. Entre otros está la de que la zona posee un amplio cubrimiento de rutas por parte de las diferentes empresas de transportadores urbanos, lo cual facilita el desplazamiento desde la mayoría de barrios de la ciudad hacia la Proveeduría de Tenderos.

La principal desventaja que presenta esta microlocalización es que se halle ubicada lejos de algunos barrios de la ciudad, pero esta desventaja se ve compensada con el ahorro de tiempo que se obtendrá al encontrar todos los artículos necesarios para el surtido de la tienda sin hacer tantas vueltas, ante la no consecusión de los artículos en un determinado lugar.

Además la Proveeduría otorgará un subsidio para el transporte de la mercancía al sitio de residencia del tendero, el cual se efecturará en zorras de tracción animal, lo cual disminuirá los gastos de transporte de la mercancía.

5.2.3.2 Microlocalización Optima

En el centro de la ciudad de Pasto, entre las calles 15

y 20, las carreras 21 y 27, existen varios lotes de terreno que se constituyen en sitios ideales para la construcción de la Proveeduría de Tenderos.

La ventaja más relevante de la ubicación en el centro de la ciudad es que existen todas las facilidades de desplazamiento desde los barrios que están dentro de perímetro urbano y las veredas circunvecinas.

La limitante existe para que la Fundación Porvenir no haga uso de compra de uno de estos lotes es que todos son de propiedad privada y por tal motivo su costo es supremamente elevado (entre $ 50.000 y $ 80.000 el metro cuadrado) y dadas las condiciones económicas que presenta la fundación no hace viable la adquisición de un lote en este sector de la ciudad.

5.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

5.3.1 Selección y Descripción del Proceso de Distribución

La Fundación Porvenir entregará un local de la Proveeduría a un productor o distribuidor mayorista, el cual se encargará de llevar sus productos empacados de

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION

acuerdo a especificaciones de peso y tamaño, así mismo se encargará de la organización de las mercancías en el espacio físico asignado y su posterior venta a los tenderos afiliados que acudan a la Proveeduría.

El manejo interno de las ventas de la Proveeduría se realizará a través de vendedores o mercaderistas que deben responsabilizarse ante las empresas por el inventario y por mantener las existencias en un nivel adecuado.

Un mercaderista debe atender de 5 a 8 empresas y el salario de esa persona se dividirá en cuotas iguales pagadas por las empresas atendidas.

La principal función de mercaderista será la de atender a los clientes y facturar las ventas. Una vez facturados los artículos en papelería propia de cada concesionario, el tendero pasará ante una cajera general, empleada de la Proveeduría, cuya función será la de registrar y cobrar la totalidad de las compras, colocando el respectivo sello de cancelado a las facturas para el posterior retiro de las mercancías en los diferentes locales ubicados en el interior de la gran bodega.

El embalaje para el posterior transporte lo realizará cada mercaderista encargado de los diferentes locales. El transporte de las mercancías del interior hacia el exterior se hará en carros manuales con capacidad de carga de 200 kilos.

Para el traslado de las compras efectuadas por el tendero hacia su lugar de residencia se utilizaran zorras de tracción animal.

5.3.2 Selección y Especificación de la Maquinaria y Equipo

Para iniciar labores en la Proveeduría se necesita una caja registradora con su respectivo mueble marca TEC, referencia M A 216, con 15 departamentos, validación de documentos, tiquete de auditoria interna y al cliente, codificación de 200 PLU (Precios de Lista Unitario) con capacidad para registrar compras a crédito, con cheque y efectivo.

Se necesita una máquina de escribir electrónica Brother referencia EM – 850 FX con 57.000 K de memoria, para uso de la secretaria.

Una calculadora marca Citizen, modelo 335 DP, con 12 dígitos, para el uso del administrador y la secretaria.

Una báscula con capacidad para pesar hasta 500 kilos.

500 mts.2 de estibas en madera, sobre las cuales se depositarán las mercancías con el fin de evitar su deterioro o daños en su composición.

Seis carros manuales, los cuales serán utilizados para el transporte interno y hacia el exterior de mercancías.

Una caja fuerte marca ANCLA, modelo 4.500, para uso exclusivo de la administración y en la cual se depositará el producto de las ventas y los documentos más importantes.

Tres extintores de incendio marca VALYSEG de 30 libros de capacidad y de tipo ABC.

Un escritorio ejecutivo de un servicio 170 x 0.75 mts, referencia 0-723-A, con su respectiva silla giratoria en tela y con brazos, referencia 0-768-0, para el uso exclusivo de la administración, acompañado de dos sillas auxiliares fijas, en tela y sin brazos.

referencia G-767-E.

Un escritorio para la secretaria de 122 x 0.60 mts, referencia G-725, con su respectiva silla giratoria en tela y sin brazos, referencia G-767-G.

Un archivador en madera tipo horizontal, referencia G-786, en el cual quedará la documentación necesaria para el funcionamiento de la Proveeduria. (Ver anexos 9 y 10)

5.3.3 Distribución en Planta

Como ya se enunció con anterioridad en el numeral 5.1.3 la Proveeduria necesita de un espacio fisico de 1.536 mts^2, discriminados interiormente de la siguiente forma:

Area de productos procesados	500 mts^2
Area de productos perecederos	100 mts^2
Area de Oficinas	25 mts^2
Area de Caja	15 mts^2
Area de baños	20 mts^2
AREA TOTAL CUBIERTA	660 mts^2

La bodega tendrá las siguientes especificaciones técnicas:

El área de productos perecederos será enchapada en azulejo, con lo cual se permitirá el fácil mantenimiento diario.

Se garantizará ventilaciones cruzadas y alturas inferiores a 3.50 mts2 para obtener un microclima aceptable, especialmente en el área de perecederos.

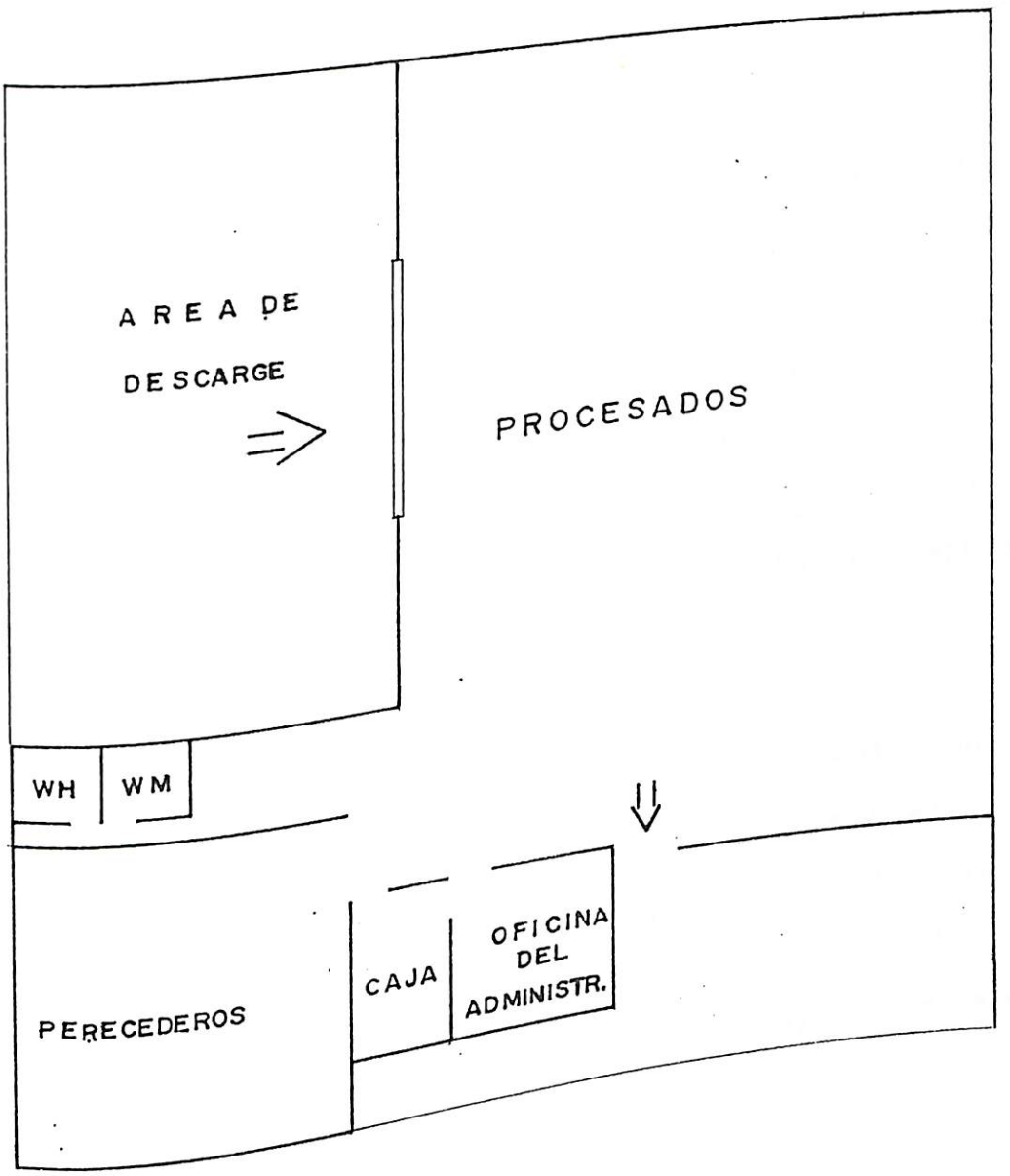
Se diferenciará y separará con mallas las áreas de perecederos y artículos procesados.

Habrá circulaciones mínimos de 1.20 mts. entre arrumes de mercancías.

Se ubicará a la cajera centralizada y próximo al hall de acceso.

Habrá puertas de acceso al público que permitirán controlar, dependiendo del volúmen de salida, es decir, que tenga control por tendero remesa o apertura total en caso de emergencia. (Ver gráfico 3).

GRAFICO 4
DISTRIBUCION EN PLANTA



5.4 ORGANIZACION

Como ya se dijó con anterioridad, La Fundación Porvenir será la encargada de la construcción, administración y supervisión de la Proveeduría de Tenderos.

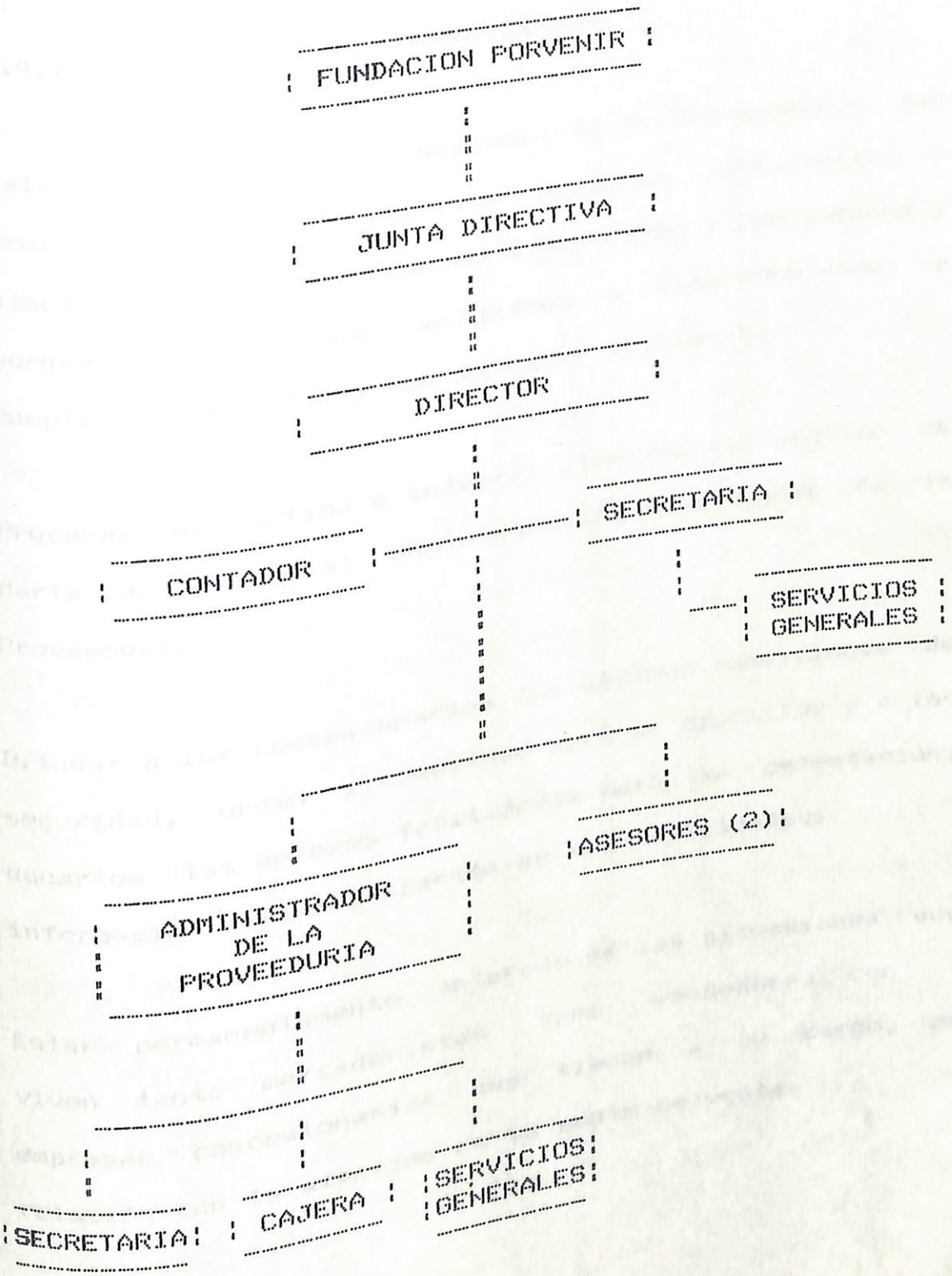
La Junta Directiva será el primer nivel jerárquico de la Fundación Porvenir, encontrándose en un segundo nivel estará el Director quien tendrá bajo su control a los asesores, la secretaria de la Fundación y el Administrador de la Proveeduría. El Administrador de la Proveeduría tendrá bajo su responsabilidad a la cajera, mensajero, secretaria y la aseadora de la Proveeduría.

(Ver gráfico 4)

En la actualidad la Fundación Porvenir ya cuenta con un director, una secretaria y dos asesores; por ello los nuevos requerimientos de personal para el normal desempeño de la proveeduría son los siguientes: un administrador, una secretaria, una cajera, un mensajero y una aseadora.

GRAFICO 4

ORGANIGRAMA FUNDACION PORVENIR



5.4.1 Funciones y Perfil del Personal de la Proveeduría de Tenderos

5.4.1.1 Funciones del Administrador

Velar por el adecuado cumplimiento de las normas y los procedimientos establecidos para el desarrollo y ejecución de las diferentes actividades y operaciones y porque las funciones asignados a cada empleado se cumplan a cabalidad y con la mayor eficiencia.

Procurar una óptima e integral atención al público de parte del personal administrativo y de ventas de la Proveeduría.

Brindar a los concesionarios las máximas condiciones de seguridad, orden y comodidad para su operación y a los usuarios las mejores facilidades para su orientación, información y la realización de sus actividades.

Estar permanentemente enterado de las situaciones que viven tanto mercaderistas como vendedores con las empresas concesionarias que tienen a su cargo, en relación con la atención de su punto de venta.

Lograr que cada concesionario mantenga abastecido su punto de venta con las existencias suficientes para atender la demanda experimentada.

Controlar constamente el cumplimiento, por parte de los concesionario, de las politicas de venta acordados por la Fundación para la comercialización de sus productos, especialmente en lo concerniente a calidades y precios.

Atender oportunamente los reclamos de los usuarios y dar soluciones prontas y eficaces a los problemas presentados.

Contribuir con sus ideas y sugerencias al mejoramiento de la atención y el servicio de diferentes áreas de la Proveeduria.

Procurar que haya un permanente y buen servicio de transporte de los productos de la Proveeduria a sus lugares de destino y vigilar que las tarifas sean justas y equitativas y que se apliquen sin ventajas ni abusos.

Mantener bajo control la ejecución del Presupuesto por Areas del Centro de Servicios y desarrollar las estrategias administrativas que le permitan, de un lado

alcanzar las metas propuestas para los ingresos y, de otro, racionalizar los gastos.

Supervisar periódicamente los requisitos de control existentes y realizarles las pruebas de corrección que sean pertinentes.

Revisar y aprobar los informes diarios de ventas y hacer su envió oportuno al Departamento de Contabilidad y a la Dirección del Programa.

Presentar oportunamente a la Dirección del Programa los informes de funcionamiento y desarrollo que le sean solicitados, lo mismo que las iniciativas que considere convenientes para mejorar el esquema operativo de la Proveeduría.

Tratar y mejorar con los mejores criterios posibles todos aquellos casos o situaciones complejas, delicadas o difíciles que se presenten dentro de la administración de la Proveeduría y, cuando lo juzgue conveniente o necesario, elevar a la Dirección las consultas del caso.

5.4.1.2 Perfil del Administrador

Profesional de la Economía o La Administración.

Capacidad para el manejo de personas.

Buenas relaciones interpersonales.

Excelente comunicador con el personal.

Excelente motivador.

Capacidad de planeación.

Que sea creativo y de mucha iniciativa.

5.4.1.3 Funciones de la Cajera

Recibir el dinero producto de las ventas de los diferentes concesionarios, ingresarlo a caja y validar las facturas correspondientes.

Cumplir con las normas establecidas para el recibo tanto de efectivo como de cheques.

Abonar en las tarjetas individuales correspondientes los valores dispuestos a favor de beneficiarios de créditos otorgados.

Validar las facturas correspondiente a compras realizadas con cargo a créditos, previa verificación de los saldos disponibles. Cargar en las tarjetas individuales correspondientes los valores de las compras realizadas con cargo al crédito otorgado.

Mantener actualizado el saldo disponible de cada beneficiario de crédito y certificarlo cuando éste lo solicite.

Diligenciar en cada ocasión de compra con cargo a créditos la plantilla de retiro de mercancías y tomar la firma del beneficiario respectivo.

Depositar en la caja fuerte el dinero no consignado, siempre que haya cierre de ventas.

Verificar, el cierre de caja, el movimiento de ventas de cada concesionario mediante la confrontación de sus registros con el respectivo reporte diario de ventas.

Hacer el cuadre de caja al término de las operaciones de cada día y elaborar el informe diario de ventas.

Someter a revisión y aprobación del Administrador el

informe diario de las ventas, acompañada de los documentos y registros que lo sustentan.

5.4.1.4 Perfil de la Cajera

Bachiller

Que le guste el trabajo con la comunidad.

Que tenga facilidad de comunicación y de expresión.

Que sea paciente y laboriosa.

Que sea activa.

Que sea creativa.

5.4.1.5 Funciones de la Secretaria

Colaborar con las actividades administrativas.

Elaboración de papeles y documentos necesarios para la buena marcha de la Proveeduría.

Realizar las funciones que se asigne y que vayan de acuerdo con su profesión.

5.4.1.6 Perfil de la Secretaria

Bachiller comercial o con cursos en secretariado.

Buena presentación.

Que tenga facilidad de comunicación y expresión.

Que sea creativa.

Que sea paciente y laboriosa.

5.4.1.7 Funciones del Mensajero

Llevar mensajes externos e internos de la Proveeduria.

Enviar y recepcionar la correspondencia.

Realizar las consignaciones bancarias.

Colaborar en las actividades diarias de Proveeduria.

Realizar todas las actividades que le asigne el Administrador, de acuerdo a su cargo.

5.4.1.8 Perfil del Mensajero

Preferiblemente bachiller.

Facilidad de comunicación y expresión.

Que cuente con medio de transporte que agilice sus funciones (bicicleta o moto).

Entusiasta, paciente y laborioso.

5.4.1.9 Funciones de la Aseadora

Mantener en estado de aseo óptimo las dependencias de la Proveeduría.

Realizar las funciones que se le asigne y que vayan de acuerdo con su cargo.

5.4.1.10 Perfil de la Aseadora

Buena presentación.

Que sea entusiata.

Que sea paciente y laboriosa.

5.4.1.11 Funciones del Mercaderista

Conocer ampliamente y con exactitud todos los productos de mercadeo, sus características, presentaciones, unidades de empaque, precios, referencias, etc.

Atender con amabilidad y respeto al cliente y suministrarle con la mayor exactitud posible la información solicitada.

Emplear argumentos ciertos, precisos y convincentes para motivar la compra en el cliente y responder las objeciones que se le hagan.

Vigilar constantemente que el estado de los productos sea óptimo y que los empaques y envases permanezcan en perfectas condiciones.

Mantener su puesto de venta (uno o varios concesionarios) en excelente estado de presentación y organización, así como bien exhibidos y seguros los diferentes productos.

Elaborar la factura correspondiente por cada venta realizada.

Entregar los productos vendidos una vez recibida del cliente la factura debidamente validada por la caja.

Producir una vez finalizada la jornada, el "Reporte diario de ventas" correspondiente a cada una de las

empresas que maneja y hacer de inmediata su entrega a la Cajera para la confrontación con los registros de la caja.

Diligenciar diariamente el cuadro de "control de movimiento de existencias" para mantener, día a día, bajo control los inventarios que tiene a su cargo.

Mantenerse en comunicación con las empresas que conforman su puesto de venta a fin de tenerlas informadas sobre la rotación de sus inventarios necesidades de abastecimiento, conceptos de clientes y cualquier otro hecho que considere importante.

Hacer con anticipación y previsión los pedidos de reabastecimiento para asegurar la continua y suficiente existencia de mercancía.

Recibir con el debido cuidado la mercancía que le es enviada por el concesionario o concesionarios que representa y firmar los documentos de remisión pertinentes.

Efectuar la rotación de los inventarios utilizando para ello el sistema de inventarios en el cual la primera

unidad que entra es también la primera que sale (PEPS) con el fin de evitar el envejecimiento y deterioro de los productos que mercadea.

Entregar semanalmente a cada empresa concesionaria bajo su responsabilidad el "control de movimiento de existencias", junto con las copias de las facturas que la soportan, para efectos de información y registro de las ventas, movimiento y control de los inventarios y solicitud del reembolso correspondiente.

Cumplir estrictamente con las disposiciones administrativas establecidas por la Fundación Porvenir para el desempeño del cargo.

Observar en debida forma las instrucciones y recomendaciones que le sean impartidas por la empresa o empresas que representa, en procura del buen manejo y apropiado mercadeo de sus productos.

Propender por la mejor organización del sistema y la más alta eficiencia de su operación mediante su participación con iniciativas y criticas constructivas.

5.4.1.12 Perfil del Mercaderista

Bachiller.

Que le guste el trabajo con la comunidad.

Que tenga facilidad de comunicación y de expresión.

Que sea paciente y laborioso.

Que sea activo.

Que sea creativo.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 INVERSIONES

Para la puesta en marcha de la nueva unidad económica, Proveeduría de Tenderos, es necesario la inversión de unos recursos en gastos preoperativos del orden de $ 58.000.000 que sumados al costo del lote, $ 15.360.000 determinan una inversión inicial total de $ 73.360.000. (Ver cuadro 21)

6.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

6.2.1 Ingresos

Los ingresos totales que obtenga la Proveeduría corresponden a una comisión del 2.5% sobre las ventas brutas que efetúen los concesionarios.

Para el primer año de funcionamiento se estima que se obtendrán unos ingresos del orden de $ 30.194.185 producto de ventas por $ 1.207.767.400. En los años

CUADRO 21

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

GASTOS PREOPERATIVOS

(En Miles de Pesos)

Terreno	$ 15.360,00
Movimiento de Tierras	768,00
Construcción Planta Física	41.556,00
Muebles y Equipos	5.361,59
Imprevistos	4.768,56
Licencias	101,30
Intereses Prèstamo *	4.600,00 (1)
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	$ 73.360,00 (1)

* Durante los 6 meses de gracia

(1) Sin incluir el valor de lote (donado), los gastos preoperativos ascienden a $ 58.000,00 en miles de pesos.

CUADRO 21-B

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

	VALOR	%
INVERSIONES FIJAS	15.360.000	20.94
Terreno	768.000	1.05
Movimiento de Tierras	41.556.000	56.65
Construcción de Adecuación Planta Física	5.361.599	7.31
Muebles y Equipo	4.600.000	6.27
Interès Prèstamo *	67.645.599	92.21
TOTAL INVERSION FIJA	4.768.560	6.50
INVERSIONES DIFERIDAS	101.295	0.14
Imprevistos	4.869.855	6.64
Licencias	844.546	1.15
TOTAL INVERSION DIFERIDA	73.360.000	100.00%
CAPITAL DE TRABAJO		
TOTAL INVERSIONES		

CUADRO 21C

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FLUJO DE FUENTES Y USOS

(ANO 0)

A. Fuentes de Fondos		
1. Saldo Inicial en Caja		
2. Recursos Propios	$ 35.000.000	
a. Efectivo	15.360.000	
		$ 50.360.000
b. Terreno		23.000.000
TOTAL RECURSOS PROPIOS		$ 73.360.000
3. Prèstamo		
TOTAL FONDOS		$ 16.128.000
B. Uso de Fondos		
1. Inversión Terreno y Adecuación		
2. Inversión en construcción de Edificio		
a. Construcción y Adecuación Planta Física	$ 41.556.000	
b. Imprevistos	4.768.560	
c. Interès	4.600.000	
TOTAL INVERSION EN CONSTRUCCION DE EDIFICIO		$ 50.924.560
3. Inversión en Muebles y Equipos		5.361.599
4. Licencias		101.295
5. Capital de Trabajo		844.546
TOTAL USO DE FONDOS		$ 73.360.000

posteriores los ingresos crecerán a medida que se incremente el número de tenderos afiliados al "Programa de Apoyo a Tenderos", y que se convertirán en compradores de la Proveeduría. (Ver cuadro 22)

6.2.2 Egresos

Los egresos totales para el normal funcionamiento de la Proveeduría en el primer año se estiman en aproximadamente $ 29.052.880, correspondientes a Gastos de Administración, Gastos Generales de Administración, Depreciación de Activos Fijos y Gastos Financieros.

6.2.2.1 Gastos de Administración

Dentro de este concepto se incluyen los sueldos del personal dependiente de la Proveeduría, el valor de las prestaciones sociales legales y las cesantías. Estos gastos ascienden a $ 7.038.832. (Ver cuadro 23)

6.2.2.2 Gastos Generales de Administración

Estos gastos se incluyen en detalle, en el cuadro 24 y ascienden a $ 9.989.061 para 1992 y tienen una variación anual, debido al incremento del impuesto de Industria y

CUADRO 22

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

INGRESOS TOTALES 1992 - 2001

(Precios Constantes 1991 en Miles de Pesos)

AÑO	VENTAS	INGRESOS (2.5% Sobre ventas)
1992	1.207.767,40	30.194,19
1993	1.677.693,36	41.942,33
1994	2.147.869,92	53.696,75
1995	2.617.920,48	65.448,01
1996	3.089.371,04	77.234,28
1997	3.558.021,60	88.950,54
1998	4.028.072,16	100.701,80
1999	4.498.122,72	112.453,07
2000	4.968.173,28	124.204,33
2001	5.438.223,84	135.955,54

CUADRO 23

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

PRESUPUESTO DE SUELDOS DE ADMINISTRACION

(En miles de Pesos)

CARGO	SUELDO BASICO ANUAL	PRESTACIONES (1)	CESANTIAS (2)	TOTAL
Administrador	$ 1.800,00	$ 720,00	$ 150,00	$ 2.670,00
Secretaria	840,00	336,00	70,00	1.246,00
Cajera	840,00	336,00	70,00	1.246,00
Mensajero	632,64	253,06	52,72	938,42
Aseadora	632,64	253,06	52,72	938,42
TOTAL	$ 4.745,28	$ 1.898,12	$ 395,44	$ 7.038,84

(1) Se ha considerado que, de acuerdo con las normas vigentes el total de prestaciones (primas, vacasiones, seguro social, intereses sobre cesantias, subsidios, caja de compensación familiar, aportes al SENA, aportes al ICBF, etc.)

(2) Según las disposiciones vigentes, se toma como cesantía el equivalente a un mes de sueldo básico.

CUADRO 24

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION [1]

(En Miles de Pesos)

Servicios Públicos	$ 960,00
Vigilancia	4.200,00
Mantenimiento	360,00
Papelería	240,00
Transporte, fletes y acarreos	2.400,00
Primas y Seguros	720,00
Impuestos Sayco y Acimpro	12,00
Bomberos	10,00
Patente de Sanidad	0,50
Renovación Registro Mercantil Cámara de Comercio	50,80
Impuesto Predial	770,87
Impuesto de Industria y Comercio	144,89
Gastos Menores	120,00
TOTAL	$ 9.989,06

1 Para el primer año de funcionamiento del Proyecto (1992)

Comercio. (Ver anexos 11, 12 y 13)

6.2.2.3 Depreciación de Activos Fijos

La vida útil para los edificios es de 20 años, para los muebles y enseres 10 años, al igual que para los equipos. Para calcular la depreciación anual se utiliza el método de la línea recta y para los primeros 10 años la depreciación es de $ 3.082.390 como se indica en el cuadro 25.

6.2.2.4 Gastos Financieros

Los gastos financieros corresponden a los intereses que se causarán por el préstamo de $ 23.000.000 calculados con un interés del 40% anual trimestral vencida. Para el primer año de funcionamiento ascienden a $ 10.806.280, teniendo una disminución de acuerdo al saldo a pagar en los siguientes 4 años. (Ver cuadro 26)

6.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de nivelación o de equilibrio indica en términos de porcentaje donde la empresa no obtiene ganancias ni perdidas en el ejercicio.

CUADRO 25

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS [1]

(En Miles de Pesos)

DEPRECIACION	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION
Edificio	$ 50.924,56	20	$ 2.546,23
Muebles y Equipo	5.361,59	10	536,16
TOTAL	$ 56.286,15		$ 3.082,39

1 Método de Linea Recta.

CUADRO 26
PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS
PLAN DE AMORTIZACION DEL CREDITO

CONDICIONES

CUANTIA : $ 23.000,00
PLAZO : 5 Años
PERIODO DE GRACIA : 1 Semestre
TASA DE INTERES : 40% Anual Períodos Vencidos
AMORTIZACION : Trimestral

AÑO	TRIMESTRE	CUOTA TRIMESTRAL	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0	1	2.300.000,00	2.300.000,00	-	23.000.000,00
0	2	2.300.000,00	2.300.000,00	-	23.000.000,00
1	3	2.701.571,37	2.300.000,00	401.571,40	22.598.428,60
1	4	2.701.571,37	2.259.842,90	441.728,50	22.156.700,50
1	5	2.701.571,37	2.215.670,00	485.901,40	21.670.798,60
1	6	2.701.571,37	2.167.079,90	534.491,50	21.136.307,10
2	7	2.701.571,37	2.113.630,70	587.940,70	20.548.366,40
2	8	2.701.571,37	2.054.836,60	646.734,70	19.901.631,70
2	9	2.701.571,37	1.990.163,20	711.408,20	19.190.223,50
2	10	2.701.571,37	1.919.022,40	782.549,00	18.407.674,50
3	11	2.701.571,37	1.840.767,40	860.803,90	17.546.870,60
3	12	2.701.571,37	2.754.687,10	946.884,30	16.599.986,30
3	13	2.701.571,37	1.659.998,60	1.041.572,70	15.558.413,60
3	14	2.701.571,37	1.555.841,40	1.145.730,00	14.412.683,60
4	15	2.701.571,37	1.441.268,40	1.260.303,00	13.152.380,60
4	16	2.701.571,37	1.315.238,10	1.386.333,30	11.766.047,30
4	17	2.701.571,37	1.176.604,70	1.524.966,60	10.241.080,70
4	18	2.701.571,37	1.024.108,10	1.677.463,30	8.563.617,40
5	19	2.701.571,37	856.361,70	1.845.209,60	6.718.407,80
5	20	2.701.571,37	671.840,80	2.029.730,60	4.688.677,20
5	21	2.701.571,37	468.867.70	2.232.703,60	2.455.973.60
5	22	2.701.571,37	245.597,40	2.455.973,60	-

Para tal efecto es necesario clasificar los costos en costos fijos y costos variables, aplicando la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{IT - CV} \times 100$$

Donde:

PE : Punto de Equilibrio

CF : Costos Fijos

CV : Costos Variables

IT : Ingresos Totales

La clasificación de los costos se indica en el cuadro 27. La anterior clasificación se hace de forma que los costos fijos son aquellos que permanecen constantes ante las variaciones en los volúmenes de ventas. Para este proyecto asciende a $ 25.187.990.

Entre tanto los Costos Variables se aumentan o disminuyen de acuerdo a las variaciones en los volúmenes de venta. En este caso los costos variables ascienden a $ 3.864.893.

CUADRO 27

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS [1]

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

(En Miles de Pesos)

COSTOS FIJOS	
Gastos de Administración	$ 7.038,84
Vigilancia	4.200,00
Gastos Financieros	8.942.59
Depreciación	3.082.39
Primas y Seguros	720,00
Licencias	73,30
Impuesto Predial	770,87
Mantenimiento	360,00
TOTAL COSTOS FIJOS	$ 25.187.99
COSTOS VARIABLES	
Servicios Públicos	$ 960,00
Papelería	240,00
Transporte, fletes y acarreos	2.400,00
Impuesto de Industria y Comercio	144,89
Gastos Menores	120,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	$ 3.864,89

1 Para el primer año de funcionamiento

El punto de equilibrio calculado en el año de 1992 para la nueva unidad económica es del 95.67% de la capacidad, en donde el valor de las ventas para ese año es de $ 28.885.350. (Ver cuadro 28)

6.4 FINANCIAMIENTO

La Proveeduría de Tenderos entrará a ser una dependencia de la Fundación Porvenir, por lo cual esta entidad procura la consecusión de recursos por aportes directos, donaciones o créditos.

La financiación del proyecto requiere de el aporte de capital propio y recursos provenientes del crédito a una entidad bancaria.

6.4.1 Recursos Propios

Importantes entidades nacionales e internacionales se vienen vincualando a programas de beneficio a la comunidad, es así como la Fundaación Porvenir ha venido adelantando gestiones ante dichas entidades para el aporte de recursos financieros para llevar adelante su "Programa de Apoyo a Tenderos" y como pieza clave dentro

CUADRO 28

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

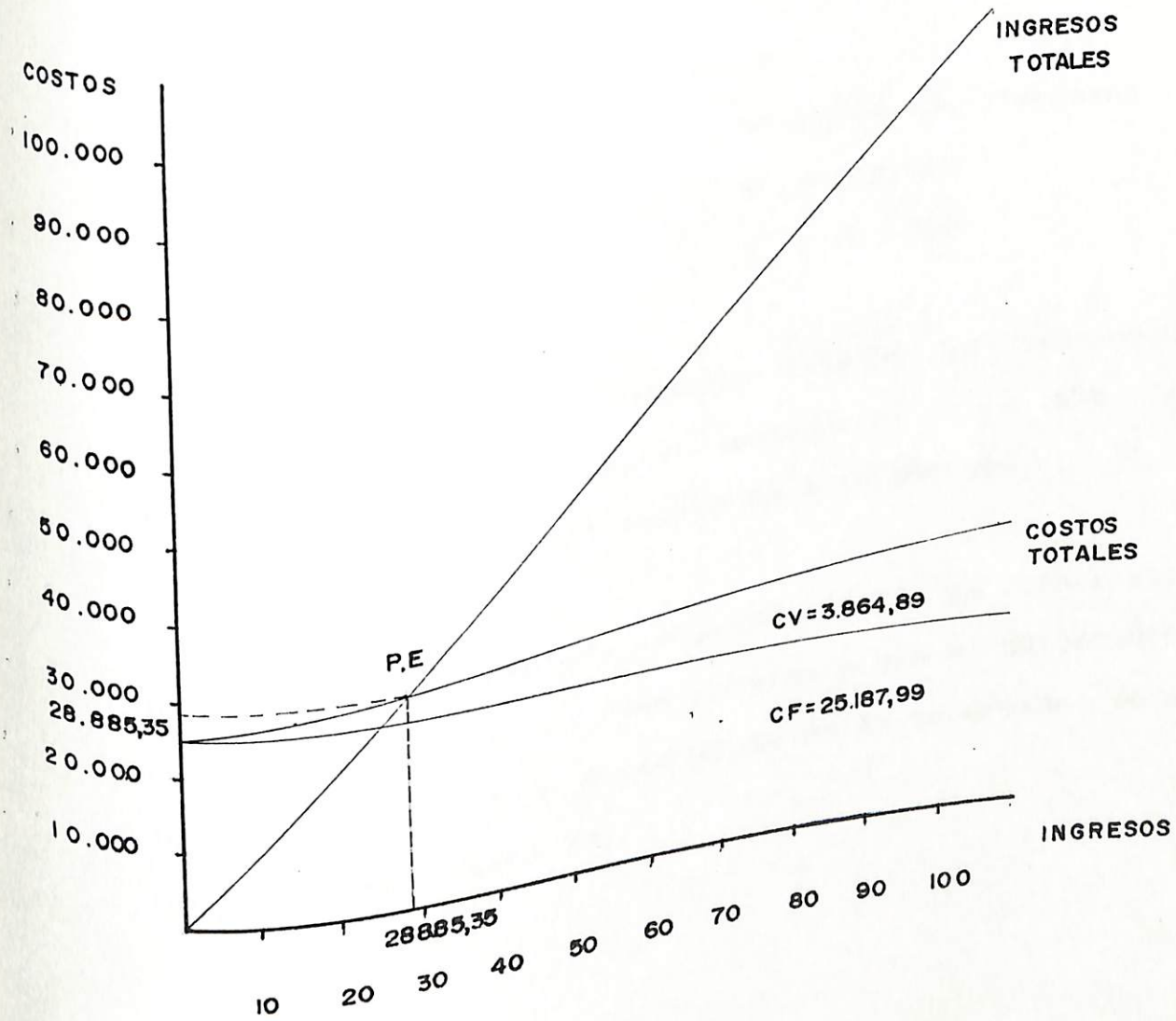
CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO - 1992

(En Miles de Pesos)

	30.194,19
Ingresos Totales	25.187,99
Costos Fijos	3.864,69
Costos Variables	26.329,30
IT - CV	95,67
CF/(IT-CV) x 100	95,67
Punto de Equilibrio (PE)	28.885,35
Valor de los Ingresos en PE	

GRAFICO 5

EL PUNTO DE EQUILIBRIO



de dicho Programa la construcción de la Proveeduría de Tenderos.

La Alcaldía Municipal de Pasto y la Fundación Carvajal, dos entidades, la una pública y la otra privada han efectuado aportes para el desarrollo del mencionado proyecto así:

Alcaldía Municipal de Pasto : $ 15.360.000 (Terreno)
Alcaldía Municipal de Pasto : $ 10.000.000
Fundación Carvajal : $ 10.000.000

Las entidades internacionales también se han hecho presentes con un respaldo económico. La KFW de Alemania a efectuado un aporte de $ 15.000.000.

De esta forma completa la proporción de la inversión correspondiente a recursos propios o sea $ 50.360.000, lo que se constituye en el 61.4% de la inversión total inicial. (Ver cuadro 29)

CUADRO 29

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FINANCIAMIENTO
(En miles de Pesos)

	VALOR	%
RECURSOS PROPIOS	50.360.00	68.65
PRESTAMO	23.000.00	31.35
TOTAL	73.360.00	100.00

6.4.2 Crédito

El 35.35 de la financiación de la obra se obtendrán con recursos provenientes del crédito bancario.

La necesidades de crédito son del orden de $ 23.000.000 que será cancelado en un plazo de 5 años, con un periodo de gracia de 6 meses y durante los cuales se cancelarán los intereses respectivos.

La tasa de interés será del 40% nominal (46.41% efectivo), intereses trimestre vencido. De esta forma se calcula una cuota que se cancelará cada trimestre y en la cual se incluye la amortización y los intereses de cada periodo. (Ver cuadro 26)

6.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Para la elaboración de estos estados financieros se ha tomado los datos calculados en esta investigación.. Los gastos de administración se relacionan anteriormente en el cuadro 23, y corresponden al presupuesto de sueldos de administración. Los gastos generales de administración aparecen en el cuadro 24. Los gastos

financieros y la amortización de la deuda aparecen en el cuadro 26.

6.5.1 Estado de Ganancias o Pérdidas

El proyecto empieza a generar utilidades desde el primer año de funcionamiento, en el ejercico 1992 se obtiene una utilidad neta de $ 913.050 y aumenta paulatinamente sus utilidades hasta llegar a una utilidad neta de $ 92.287.000 en el ejercicio 2001. (Ver cuadro 30).

6.5.2 Presupuesto de Caja

Este es una herramienta eficaz para calcular el flujo de efectivo al final de cada año, es decir las disponibilidades que se tiene en caja y bancos, para establecer este valor en el balance general.

Desde el primer período de ejercicio se nota una alta liquidez en efectivo, lo cual posibilita la absorción de un determinado insuceso. (Ver cuadro 31)

CUADRO 30

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

ESTADO DE GANANCIAS O PERDIDAS PROYECTADO

1992 - 2001

(Precios constantes 1991 en miles de pesos)

	0	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
INGRESOS	-	30.194,19	41.942,33	53.696,75	65.448,01	77.234,28	88.950,54	100.701,80	112.453,07	124.204,33	135.955,54
EGRESOS											
Gastos de Administración	-	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84
Gastos Generales de Admon.	101,30	9.989,06	10.043,10	10.097,17	10.151,23	10.205,45	10.259,34	10.313,40	10.367,45	10.421,51	10.475,56
Gastos Financieros	-	8.942,59	8.077,65	6.811,29	4.957,22	2.242,67	-	-	-	-	-
Depreciación	-	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39
TOTAL EGRESOS	101,30	29.052,88	28.241,98	27.029,69	25.229,68	22.569,35	20.380,57	20.434,63	20.448,68	20.542,74	20.596,79
UTILIDAD ANT. IMP.	(101,30)	1.141,31	13.700,35	26.667,06	40.218,33	54.664,93	68.569,97	80.267,17	91.964,39	103.661,59	115.358,75
Impuestos (20%)	-	228,26	2.740,07	5.333,41	8.043,67	10.932,99	13.713,99	16.053,43	18.392,88	20.732,32	23.071,75
UTILIDAD NETA	(101,30)	913,05	10.960,28	21.33,65	32.174,66	43.731,94	54.855,98	64.213,74	73.571,51	82.929,27	92.287,00

CUADRO 31
PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS
PRESUPUESTO DE CAJA PROYECTADO

1992 – 2001
(Precios constantes 1991 en miles de pesos)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
INGRESOS	30.194,19	41.942,33	53.696,75	65.448,01	77.234,28	88.950,54	100.701,80	112.453,07	124.204,33	135.955,54
EGRESOS										
Gastos de Administración	6.643,40	6.643,40	6.643,40	6.643,40	6.643,40	6.643,40	6.643,40	6.643,40	6.643,40	6.643,40
Gastos Generales de Administración	9.989,06	10.043,10	10.097,17	10.151,23	10.205,45	10.259,34	10.313,40	10.367,45	10.421,51	10.475,56
Gastos Financieros	8.942,59	8.077,65	6.811,29	4.957,22	2.242,67	–	–	–	–	–
Amotización	1.863,69	2.728,68	3.994,99	5.849,07	8.563,62	–	–	–	–	–
Impuesto de Renta	–	228,26	2.740,07	5.333,41	8.043,67	10.932,99	13.713,99	16.053,43	18.392,88	20.732,32
TOTAL EGRESOS	27.438,74	27.721,09	30.286,92	32.934,33	35.698,81	27.835,73	30.670,79	33.064,28	35.457,79	37.851,28
FLUJO NETO ANUAL	2.755,45	14.221,24	23.409,83	32.513,68	41.535,47	61.114,81	70.031,01	79.388,79	88.746,54	98.104,26
Más saldo inicial caja	844,55	3.600,00	17.821,24	41.231,07	73.744,75	115.280,22	176.395,03	246.426,04	325.814,83	414.561,37
SALDO FINAL DE CAJA	3.600,00	17.821,24	41.231,07	73.744,75	115.280,22	176.395,03	246.426,04	325.814,83	414.561,37	512.665,63

6.5.3 Balance General

Durante 10 periodos de ejercicio se efectuó un balance general, el cual permite mostrar la situación financiera de la nueva unidad económica.

En este estado financiero se muestra la totalidad de los activos, pasivos y patrimonio. Las utilidades del ejercicio se toman del estado de ganancias o pérdidas y cada año se hace una reserva legal del 10% y el restante 90% se acumulan para que la Junta Directiva disponga su posterior destino. Como no se conoce con exactitud la estimación de estas utilidades retenidas, se ha procedido a su acumulación anual hasta el décimo periodo.

Para la elaboración de el balance general se ha tomado como base el estado de ganancias o pérdidas, el presupuesto de caja y las inversiones efectuadas. (Ver cuadro 32).

CUADRO 32

PASIO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

BALANCE GENERAL PROYECTADO

1992 – 2001

(Precios constantes 1991 en miles de pesos)

	0	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
TIVO											
TIVO CORRIENTE											
ectivo	844,55	3.600.00	17.821,24	41.231,07	73.744,75	115.280,22	176.395,03	246.426,04	325.814,83	414.561,37	512.665,63
TAL ACTIVO CORRIENTE	844,55	3.600.00	17.821,24	41.231,07	73.744,75	115.280,22	176.395,03	246.426,04	325.814,83	414.561,37	512.665,63
TIVO FIJO											
ificio	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56	50.924,56
rreno	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00	16.128,00
bles y Equipo	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.361,59	5.261,59
preciación Acumulada	–	3.082,39	6.164,78	9.247,17	12.329,56	15.411,95	18.494,34	21.576,73	24.659,12	27.741,51	30.823,90
TAL ACTIVO FIJO NETO	72.414,15	69.331,76	66.249,37	63.166,98	60.084,59	57.002,20	53.919,81	50.873,42	47.755,03	44.672,64	41.590,25
TAL ACTIVO	73.258,70	72.931,76	84.070,61	104.398,05	133.829,34	172.282,42	230.314,84	297.263,46	373.569,86	459.234,01	554.255,88
SIVO Y PATRIMONIO											
SIVO											
SIVO CORRIENTE											
uesto de Renta x pagar	–	228,26	2.740,07	5.333,41	8.043,67	10.932,99	13.713,99	16.053,43	18.392,88	20.732,32	23.071,71
TAL PASIVO CORRIENTE	–	228,26	2.740,07	5.333,41	8.043,67	10.932,99	13.713,99	16.053,43	18.392,88	20.732,32	23.071,71
SIVO A LARGO PLAZO											
ligaciones Bancarias	23.000,00	21.136,31	18.407,67	14.412,68	8.563,62	–	–	–	–	–	–
antias Consolidadas	–	395,44	790,88	1.186,32	1.581,76	1.977,20	2.372,64	2.768,08	3.163,52	3.558,96	3.954,40
TAL PASIVO A L.P.	23.000,00	21.531,75	19.198,55	15.599,00	10.145,38	1.977,00	2.372,64	2.768,08	1.163,52	3.558,96	3.954,40
AL PASIVO	23.000,00	21.760,01	21.938,62	20.932,41	18.189,05	12.910,19	16.086,63	18.821,51	21.556,40	24.291,28	27.026,11
RIMONIO											
ital	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00	50.360,00
erva Legal	–	–	81,16	1.177,19	3.310,56	6.528,02	10.901,20	16.386,81	22.808,18	30.165,33	38.458,23
lidades Retenidas	–	(101.30)	730,55	10.594,80	9.795,09	58.752,27	98.111,02	147.481,40	205.273,77	271.488,13	346.124,48
lidad del Ejercicio	(101,30)	913,05	10.960,28	21.333,65	32.174,55	43.731,94	54.855,98	64.213,74	73.571,51	82.929,27	92.287,00
AL PATRIMONIO	50.228,70	51.071,45	62.131,99	83.465,64	115.640,30	159.372,25	214.228,21	278.411,94	352.013,46	434.942,73	527.229,73
AL PASIVO Y PATRIMONIO	73.258,70	72.931,76	84.070,61	104.398,05	133.829,34	172.282,42	230.314,84	297.263,46	373.569,86	459.234,01	554.255,88

7. EVALUACION

7.1 INDICADORES FINANCIEROS

Son determinadas razones financieras y establecen una relación numérica entre dos cuentas diferentes de los estados financieros (Estado de Ganancias o Pérdidas y/o Balance General).

El análisis por razones señala los puntos fuertes y débiles de una empresa e indica sus probabilidades y tendencias.

Para el presente análisis se ha tomado los dos primeros ejercicios (1992 y 1993) para determinar la variación de dichos indicadores.

7.1.1 Razón Corriente

Este indicador trata de verificar las disponibilidades de la empresa a corto plazo, para afrontar sus compromisos también a corto plazo.

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón Corriente (1992)} = \frac{3.600.00}{228.26}$$

$$= 15.77$$

$$\text{Razón Corriente (1993)} = \frac{17.821.24}{2.740.07}$$

$$= 6.50$$

Lo anterior indica que por cada peso ($ 1) que se adeuda se respalda con $ 15.77 y $ 6.50 para los años 1992 y 1993 respectivamente.

7.1.2 Razón de Autonomía

Indica el porcentaje del activo del cual es dueña la empresa, o sea que muestra la solidez económica que se posee.

$$\text{Razón de Autonomía} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

$$\text{Razón de Autonomía (1992)} = \frac{51.071.45}{72.931.76} \times 100$$

$$= 70.03\%$$

$$\text{Razón de Autonomía (1993)} = \frac{62.131.99}{84.070.61} \times 100$$

$$= 73.90\%$$

En este caso la empresa es dueña del 70.03% del activo en el primer año y del 73.90% en el año siguiente.

7.1.3 Razón de Endeudamiento

Este indicador establece el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

$$\text{Razón de Endeudamiento (1992)} = \frac{21.760.01}{72.931.76} \times 100$$

$$= 29.84\%$$

$$\text{Razón de Endeudamiento (1993)} = \frac{21.938.62}{84.070.61} \times 100$$

$$= 26.10\%$$

Lo anterior indica que los acreedores son dueños del 29.84% de la empresa en 1992 y del 26.10% en 1992. Es decir que por cada peso ($ 1) que la empresa tiene en activos se debe 28.84 y 26.10 centavos respectivamente.

Se destacó que el nivel de endeudamiento está por debajo del 60%.

7.1.4 Razón del Activo

Permite establecer una relación entre los activos y los pasivos.

$$\text{Razón del Activo} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Razón del Activo (1992)} = \frac{72.931.76}{21.760.01}$$

$$= 3.35$$

$$\text{Razón del Activo (1993)} = \frac{84.070.61}{21.938.62}$$

$$= 3.83$$

Se establece que cada año se incrementan los activos en mayor proporción que el aumento de los pasivos. Para 1992 el activo es 3.35 veces mayor que el pasivo, mientras en 1993 es mayor en 3.83 veces.

7.1.5 Número de Veces que se Gana el Interés NVGI

Este indicador establece una relación entre utilidades de la empresa y sus gastos financieros los cuales están a su vez en relación directa con el nivel de endeudamiento. En otras palabras, se quiere establecer la incidencia que tienen los gastos financieros sobre las utilidades de la empresa.

$$NVGI = \frac{\text{Utilidad Antes del Impuesto + Intereses}}{\text{Intereses Pagados}}$$

$$NVGI\ (1992) = \frac{1.141.31 + 8.942.59}{8.942.59}$$

$$= 1.13$$

$$NVGI\ (1993) = \frac{13.700.35 + 8.077.65}{8.077.65}$$

$$= 2.70$$

En este caso la empresa genera unas utilidades 1.13 veces superiores a los intereses pagados en el primer año. Luego la proporción aumenta a 2.70 veces. En los años siguientes como consecuencia del aumento de las utilidades y la disminución de los intereses pagados la proporción será cada vez mayor, hasta llegar al sexto año en el cual no se pagan intereses y este indicador se hace igual a la utilidad.

7.1.6 Razón de Leverage o Apalancamiento

Este indicador compara el financiamiento originario de terceros con los recuros de los socios de la empresa, con el fin de establecer cual de las dos partes corre mayor riesgo.

$$\text{Razón de Leverage} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Razón de Leverage (1992)} = \frac{21.760.01}{51.071.45}$$

$$= 0.43$$

$$\text{Razón de Leverage (1993)} = \frac{21.938.62}{62.131.99}$$

$$= 0.35$$

Aquí se tiene que en 1992 por cada peso de patrimonio se tienen deudas por 43 centavos, mientras que en 1993 se debe 35 centavos por cada peso ($ 1).

7.1.7 Razón de Leverage Financiero

Se trata de establecer la relación existentes entre los compromisos financieros y el patrimonio de la empresa.

$$\text{Razón de Leverage Financiero} = \frac{\text{Pasivo Financiero}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Razón de Leverage Financiero (1992)} = \frac{21.136.31}{51.071.45}$$

$$= 0.41$$

$$\text{Razón de Leverage Financiero (1993)} = \frac{18.407.67}{62.131.99}$$

$$= 0.30$$

Por cada peso ($ 1) que se posee en 1992 se tiene una deuda de 41 centavos con las entidades financieras. En 1993 la proporción se disminuye a 30 centavos de deuda bancaria por cada peso ($ 1).

7.1.8 Razón de Márgen Neto de Utilidad

Este indicador permite identificar el rendimiento que tienen los ingresos en el periodo de ejercicio.

$$\text{Rendimiento sobre Ingresos} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento sobre Ingresos (1992)} = \frac{913.05}{30.194,19} \times 100$$

$$= 3.02\%$$

$$\text{Rendimiento sobre Ingresos (1993)} = \frac{10.960.28}{41.942,33} \times 100$$

$$= 26.13$$

Se establece que por cada $ 100 de comisión sobre ventas se tiene una rentabilidad neta de $ 3.02 y $ 26.13 respectivamente para 1992 y 1993.

7.1.9 Razón de Rendimiento Sobre Patrimonio

$$\text{Rendimiento sobre Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento sobre Patrimonio (1992)} = \frac{913.05}{51.071.45} \times 100$$

$$= 1.79\%$$

$$\text{Rendimiento sobre Patrimonio (1993)} = \frac{10.960.28}{62.131.99} \times 100$$

$$= 17.64\%$$

En el año 1992 el rendimiento sobre la inversión (1.79%), pero en el siguiente año se incrementa ostenciblemente este porcentaje (17.64%), esto debido a que el incremento de las utilidades netas es más acelerado que el del patrimonio.

7.1.10 Rendimiento del Activo Total

$$\text{Rendimiento del Activo Total} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total Bruto}}^{1} \times 100$$

$$\text{Rendimiento del Activo Total (1992)} = \frac{913.05}{76.014.15} \times 100$$

$$= 1.20\%$$

---

1 Corresponde al valor de los activos sin descontar la depreciación.

$$\text{Rendimiento del Activo Total (1993)} = \frac{10.960.28}{90.235.39} \times 100$$

$$= 12.15\%$$

Los indicadores aquí calculados significan que la utilidad neta, con respecto del activo total, correspondiende al 1.20% en 1992 y 12.15% en 1993. Lo que es igual, que cada peso ($ 1) invertido en activo total genera 1.20 centavos de utilidad neta, en 1992 y 12.15 centavos de utilidad neta en 1993.

7.1.11 Rotación de los Activos Totales

$$\text{Rotación de los Activos Totales} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Activo Total Bruto}}$$

$$\text{Rotación de los Activos Totales (1992)} = \frac{30.194,19}{76.014.15}$$

$$= 0.40$$

$$\text{Rotación de los Activos Totales (1993)} = \frac{41.942,33}{92.235.39}$$

$$= 0.46$$

Los anteriores indicadores significan que los activos totales rotan 0.40 veces en 1992 y 0.46 veces en 1993. En otros términos, se puede decir que por cada peso ($ 1) invertido en activos totales, genera ingresos por 40 centavos en 1992 y por 46 centavos en 1993.

Los indicaderos financieros, calculados para el proyecto objeto de estudio muestran que la nueva empresa presenta solidez económica en los dos primeros años de funcionamiento.

La razón corriente nos muestra que la nueva unidad económica sobrepasa la relación 2:1 que debe tener una empresa comercial para hacer frente a sus compromisos a corto plazo. Para 1992 la empresa por cada peso ($ 1) que adeuda, tiene $ 15.77 y para 1993 por cada peso ($1) que debe, cuenta con $ 6.50.

La nueva empresa muestra que es dueña del 70.03% del total de activo en el año de 1992 y del 73.90% del total de activo en 1993. Lo que demuestra que la empresa en sus dos primeros años de funcionamiento requiere una financiación menor al 30%, lo cual es bueno para una empresa de tipo comercial.

En 1992 la utilidad neta con respecto al activo total, es del 1.20% y en 1993 es del orden de 12.15%.

La nueva unidad económica posee un rendimiento sobre ingreso de 3.02% en 1992 y de 26.13% para 1993. Expresándolo en otros términos ésto significa que por cada $ 100 de comisión sobre ventas se tienen una rentabilidad neta de $ 3.02 y $ 26.13 para 1992 y 1993 respectivamente.

Los demás indicadores financieros calculados para la nueva unidad económica (Proveeduría) están por encima de los niveles aceptables que se estiman para las empresas comerciales.

7.2 EVALUCION PRIVADA

La Fundación Porvenir es una entidad sin ánimo de lucro que se instituyó para contribuir al desarrollo integral del Departamento de Nariño, sirviendo fundamentalmente a las personas y comunidades social y económicamente menos favorecidas, mediante la realización de actividades que conduzcan de manera metódica y eficaz a elevar su nivel de vida.

A través de convenios suscritos con la Fundación Carvajal de la ciudad de Cali se pretende desarrollar además del Programa de Apoyo a Tenderos, los siguientes programas:

Microempresas

Vivienda Popular

Reciclaje de Basuras

Programa de Salud

Educación Formal

Para adelantar estos programas de gran impacto social depende en gran proporción de los recursos económicos generados con el proyecto a que hace mención este estudio, con este fin se ha tomado los principales indicadores económicos que muestran la solidez financiera de la empresa por lo cual se ha tomado un período de análisis de 10 años, el cual muestra una idea clara del comportamiento en el tiempo del proyecto.

Es de tenerse en cuenta que todos los estados financieros y el flujo de fondos esta conformado por partidas a pesos corrientes de 1991, es decir no se ha incorporado el efecto de la inflación, por no tener una certidumbre plena sobre el comportamiento del Indice de

precios en los años subsiguientes al inicio de operaciones de la nueva empresa.

Para verificar la rentabilidad en el tiempo del proyecto se ha procedido al cáculo de los indicadores que relacionan a los ingresos netos del proyecto y el capital invertido, entre ellos están la Tasa Interna del Retorno (TIR), adicional a ellas está el Valor Presente Neto (VPN).

Lo anterior se ha logrado a partir de la elaboración de un flujo de fondos, el cual permite obtener el flujo neto apartir de la inversión y por cada uno de los años referenciados.

7.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este indicador se define como el valor de la tasa de actualización que iguala entre sí las corrientes temporales de ingresos y costos del proyecto, es decir que es la tasa de rentabilidad intrínsica al proyecto.

7.2.1.1 Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF)

La TIRF se obtiene del flujo de fondos financiera del cuadro 33, en el cual se incluye la financiación bancaria además de los recursos propios.

La TIRF para el presente proyecto es del 50.29% a precios constantes de 1991, es decir que no se le ha incorporado la inflación, por lo cual la TIRF justifica la viabilidad económica del Proyecto.

Si se incluyera la inflación, con unas expectativas del 30% anual, la TIRF aumentaría obstenciblemente al ubicarse en el 95.38%, muy superior a las tasas de interés ofrecidas por las entidades financieras. (Ver anexo 14).

7.2.1.2 Tasa Interna de Retorno para el Empresario (TIRE)

La TIRE se obtiene del flujo de fondos para el empresario, es decir no se incluye la financiación bancaria.

CUADRO 33

PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS

FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS

(1992 – 2001)

(Precios constantes 1991 en miles de pesos)

	0	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
GRESOS	23.000,00	30.194.19	41.942,33	53.696,75	65.448,01	77.234,28	88.950,54	100.701,80	112.453,07	124.204,33	135.955,54
RESOS											
versiones	68.760,00										
stos de Administración		7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84
stos Generales de Admon		9.989,06	10.043,10	10.097,17	10.151,23	10.205,45	10.259,34	10.313,40	10.376,45	10.421,51	10.475,56
stos Financieros *	4.600,00	6.878,92	4.779,67	3.100,27	1.735,66	604,02	–	–	–	–	–
preciación		3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39
TAL EGRESOS	73.360,00	26.989,21	24.644,00	23.318,67	22.008,12	20.930,70	20.230,57	20.434,63	20.448,68	20.542,74	20.596,79
ILIDAD ANT. DE IMP.		3.204,98	16.998,33	30.378,08	43.439,89	56.303,58	68.569,97	80.267,17	91.964,39	103.661,59	115.358,75
puesto	–	–	(641,00)	3.399,67	6.075,22	8.687,98	11.260,72	(13.713,99)	(16.053,43)	(18.392,88)	(20.732,32)
ILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		3.204,98	16.357,33	26.978,41	37.364,26	47.615,60	57.309,25	66.553,18	75.910,96	85.268,71	94.626,43
ORTIZACION *		(1.433,61)	(1.614,60)	(1.818,38)	(2.047,92)	(2.306,43)	–	–	–	–	–
ILIDAD		1.771,37	14.742,73	25.160,03	35.316,34	45.309,17	57.309,25	66.553,18	75.910,96	85.268,71	94.626,43
PRECIACION		3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39
UJO NETO	(50.360,00)	4.853,76	17.825,12	28.242,42	38.398,73	48.391,56	60.391,64	69.635,57	78.993,35	88.351,10	97.708,82
P.N (45%)	(50.360,00)	3.347,42	8,478,06	9.263,99	8.686,50	7.549,70	6.497,84	5.167,20	4.042,47	3.118,17	2.378,23
+ 8.169,42											
P.N. (55%)	(50.360,00)	3.131,46	7.419,41	7.584,15	6.652,58	5.408,93	4.354,98	3.239,73	2.371,03	1.710,91	1.220,72
– 7.266,18											
RF											
50.29%											

* Se deflactan los gastos financieros y la amortización (30%)

La TIRE para el presente proyecto es del 45.18% a precios de 1991. (Ver cuadro 34)

Con unas expectativas de inflación del 30% anual, la TIRE se ubicaría en el 88.73%. (Ver anexo 15).

7.2.2 Análisis de Sensibilidad

Ante posibles disminuciones en las ventas y por consiguientes una disminución en los ingresos por comisión sobre ventas, se disminuye la Tasa Interna de Retorno.

Sobre la base anterior, se ha tomado una disminución en estos ingresos del orden del 30%, ante esta situación la TIRF es de 31.65%, tomanda a precios constantes de 1991 (Ver cuadro 35).

Si se incorpora unas expectativas de inflación del 30% anual, la TIRF es del 75.15%, que siguen siendo muy

#40455

La TIRE para el presente proyecto es del 45.18% a precios de 1991. (Ver cuadro 34)

Con unas expectativas de inflación del 30% anual, la TIRE se ubicaría en el 88.73%. (Ver anexo 15).

7.2.2 Análisis de Sensibilidad

Ante posibles disminuciones en las ventas y por consiguientes una disminución en los ingresos por comisión sobre ventas, se disminuye la Tasa Interna de Retorno.

Sobre la base anterior, se ha tomado una disminución en estos ingresos del orden del 30%, ante esta situación la TIRF es de 31.65%, tomandada a precios constantes de 1991 (Ver cuadro 35).

Si se incorpora unas expectativas de inflación del 30% anual, la TIRF es del 75.15%, que siguen siendo muy

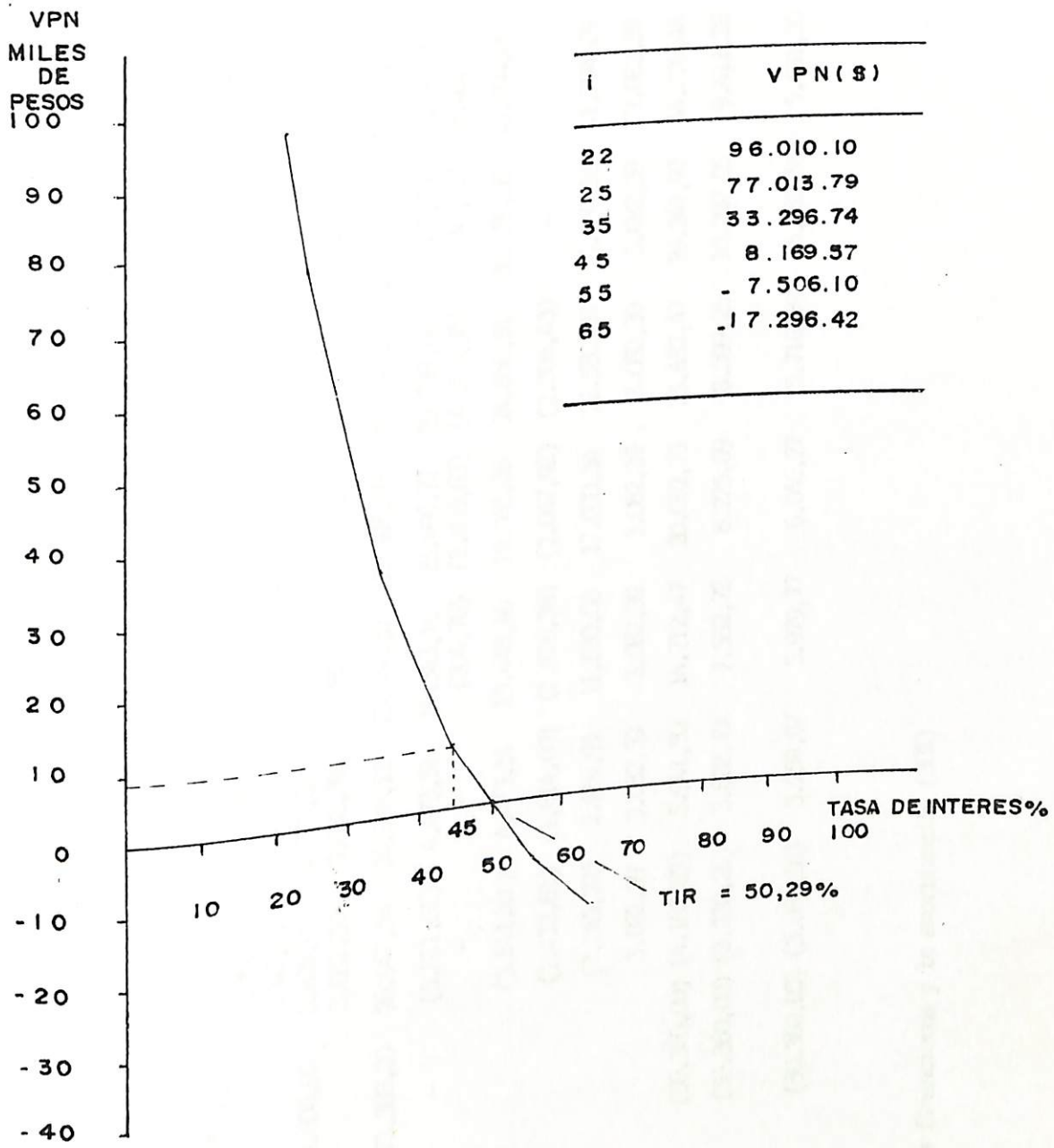
CUADRO 34
PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS
FLUJO DE FONDOS PARA EL EMPRESARIO
(1992 – 2001)
(Precios constantes 1991 en miles de pesos)

	0	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
INGRESOS	–	30.194.19	41.942,33	53.696,75	65.448,01	77.234,28	88.950,54	100.701,80	112.453,07	124.204,33	135.955,54
EGRESOS											
Inversiones	68.760,00										
Gastos de Administración		7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84
Gastos Generales de Admon		9.989,06	10.043,10	10.097,17	10.151,23	10.205,45	10.259,34	10.313,40	10.367,45	10.421,51	10.475,56
Depreciación		3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39
TOTAL EGRESOS	68.760,00	20.110,29	20.164,33	20.218,40	20.272,46	20.326,68	20.380,57	20.434,63	20.448,68	20.542,74	20.596,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(68.760,00)	10.083,90	21.778,00	33.478,35	45.175,55	56.907,60	68.569,97	80.267,17	91.964,39	103.661,59	115.358,75
Impuestos (20%)		–	2.016,78	4.355,60	6.695,67	9.035,11	11.381,52	13.713,99	16.053,43	18.392,88	20.732,32
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		10.083,90	19.761,22	29.122,75	38.479,88	47.872,49	57.188,45	66.553,18	75.910,96	85.268,71	94.626,43
DEPRECIACION	–	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39
FLUJO NETO	(68.760,00)	13.166,29	22.843,61	32.205,14	41.562,27	50.954,88	60.270,84	69.635,57	78.993,35	88.351,10	97.708,82
V.P.N. (45%)	(68.760,00)	9.080,20	10.864,98	10.563,82	9.402,15	7.949,61	6.484,84	5.167,20	4.042,47	3.118,17	2.378,23
= 291,67											
V.P.N. (55%)	(68.760,00)	8.494,38	9.508,27	8.648,29	7.200,66	5.695,44	4.346,27	3.239,73	2.371,03	1.710,91	1.220,72
= – 16.324,30											

TIRE = 45.18%

GRAFICO 6

REPRESENTACION GRAFICA TIR



i	VPN($)
22	96.010.10
25	77.013.79
35	33.296.74
45	8.169.57
55	- 7.506.10
65	-17.296.42

CUADRO 35
PASTO: PROVEEDURIA DE TENDEROS
FLUJO DE FONDOS
ANALISIS DE SENSIBILIDAD ANTE UNA DISMINUCION EN LAS VENTAS EN UN 30%
(1992 – 2001)
(Precios constantes 1991 en miles de pesos)

	0	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
NGRESOS	23.000,00	21.135,93	29.359,63	37.587,73	45.813,61	54.064,00	62.265,38	70.491,26	78.717,15	86.943,03	95.168,88
GRESOS											
nversiones	68.760,00										
astos de Administración		7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84	7.038,84
astos Generales de Admon		9.947,39	9.985,22	10.023,07	10.060,91	10.098,86	10.136,59	10.174,43	10.212,27	10.250,11	10.287,95
astos Financieros *	4.600,00	6.878,92	4.779,67	3.100,27	1.735,66	604,02	–	–	–	–	–
epreciación		3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39
OTAL EGRESOS	73.360,00	26.947,54	24.886,12	23.244,57	21.916,89	20.824,11	20.257,82	20.295,66	20.333,50	20.371,34	20.409,18
TILIDAD ANTICIPADA DE IMP.	–	(5.811,61)	4.473,51	14.343,16	23.896,72	29.239,89	42.007,56	50.195,60	58.383,65	66.571,69	74.759,70
mpuestos		–	–	(894,70)	(2.868,63)	(4.383,38)	(5.847,98)	(8.401,51)	(10.039,12)	(11.676,73)	(13.314,3
TILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		(5.811,61)	4.473,51	13.448,46	19.048,26	24.856,51	36.159,58	41.794,09	48.344,53	54.894,96	61.445,36
ORTIZACION *		(1.433,61)	(1.614,60)	(1.818,38)	(2.047,92)	(2.306,43)	–	–	–	–	–
TILIDAD		(7.245,22)	2.858,91	11.630,08	17.000,34	22.550,08	36.159,58	41.794,09	48.344,53	54.894,96	61.445,36
EPRECIACION		3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39	3.082,39
LUJO NETO	(50.360,00)	(4.162,83)	5.941,30	14.712,47	20.082,73	25.632,47	39.241,97	44.876,48	51.426,92	57.977,35	64.527,7
.P.N. (25%)	(50.360,00)	(3.330,26)	3.802.43	7.532,78	8.225,89	8.399,25	10.287,05	9.411,28	8.628,01	7.781,59	6.928,6
17.306.62%											
.P.N. (35%)	(50.360,00)	(3.083,58)	3.259,97	5.979,77	6.046,27	5.716,39	6.482,58	5.491,39	4.661,44	3.892,73	3.209,2
– 8.703,74											

IR
31,65%
Se deflactan los gastos financieros y la amortización (30%)

superiores a la tasa de interés pagada por cualquier entidad financiera (Ver Anexo 16).

Por consiguiente se puede decir que el proyecto es sensible a una disminución en los ingresos, ya que ocasiona una baja considerable en la TIR, pero el proyecto está en capacidad de absorber esta disminución en los ingresos, obteniendo un aceptable rentabilidad.

7.3 EVALUACION ECONOMICA Y SOCIAL

La evaluación económica y social se puede interpretar como un elemento de juicio sobre un proyecto, se trata de determinar si el aporte del proyecto a los objetivos del desarrollo económico y social justifica su realización, teniendo en cuenta los usos alternativas que puede tener los mismos recursos.

Teniendo en cuenta que la Fundación Porvenir es una entidad sin ánimo de lucro que como se anota atrás se instituyó para contribuir al desarrollo integral del Departamento de Nariño. El objetivo de el "Programa de Apoyo a Tenderos" es de dotar al tendero mediante cursos de capacitación sobre Administración de Negocios, de las herramientas básicas que le permitan organizar y

dirigir su tienda como una pequeña empresa comercial, sólida y próspera. La implementación de una Proveeduría de Tenderos en la ciudad de Pasto, es una de las componentes básicas del programa en mención.

Al establecer un nuevo sistema de comercialización, en el cual el tendero pasa del último lugar en la cadena de comercialización, al primero, redundará en un fortalecimiento de las pequeñas empresas (tiendas), al obtener los productos a unos precios más competitivos.

Es de anotar que en la actualidad las tiendas no están en capacidad de competir en precios con las empresas que cuentan con gran capital de trabajo y pueden hacer sus compras directamente al productor (supermercados, graneros con alto capital, etc).

Pero el hecho de que la comunidad tenga preferencia por efectuar las compras en la tienda de la cuadra de barrio, implica que se deba fortalecer estas pequeñas unidades económicas para el beneficio del tendero y de la comunidad en general.

El anterior aspecto se refiere a que al encontrar el tendero en una central mayorista todos los productos que necesita para el abastecimiento de su tienda a precios de mayorista, implicará que los precios a los que venía comprando a los intermediarios disminuyan, contribuyendo con ésta al fortalecimiento de su poder de compra.

El suceso de que disminuyan los costos para el tendero puede implicar que bajen los precios de los productos que se venden en las tiendas, lo cual no solo beneficiará al tendero sino a la comunidad en general.

De otro lado, analizando la estructura de las tiendas como pequeños unidades de comercialización en la que se desempeñan varias personas, en su gran mayoría integrantes de misma familia, implica la incidencia sobre el empleo en general según la encuesta aplicada a los tenderos, la mayoría de ellas emplean más de una persona en su tienda, así: dos personas el 55.05%, una persona el 34.56% y más de dos personas el 10.4% de las tiendas. Es de anotar que dentro de estos porcentajes se incluye el propietario de la tienda.

La tienda se constituye en una generadora de ingresos para un amplio márgen de la población, esto se ratifica

en la encuesta aplicada a la muestra, en la cual el 55.05% de los tenderos dependen económicamente de la tienda como su princial o única fuente de ingreso. Lo anterior se reafirma si se tiene en cuenta que el 33.64% de la muestra no cuenta con otros ingresos y el 66.36% cuenta con algún ingreso adicional.

La importancia de las tiendas como generadoras de recursos económicos para las familias se muestra en que el 78.29% de éstas cuentan entre una y cinco personas a su interior y el 27.71% de las familias cuentan con más de 5 miembros y que se sostienen de los ingresos de su negocio.

Otro aspecto a destacar es la baja gestión empresarial de las tiendas, lo que se refleja en que sólo el 22.03% llevan cuentas de sus ingresos y gastos y que sólo el 50.76% de los encuestados poseen licencia de funcionamiento.

Todo lo anterior en marca la incidencia en la economía de Pasto de las tiendas, y por ende la construcción de una unidad de apoyo a los tenderos (Proveeduria de Tenderos), que busca su fortalecimiento económico es un aporte significativo en la busqueda de este logro.

En cuanto al empleo, la Proveduría de Tenderos contribuirá con la generación de 5 empleos directos y por lo menos 20 empleos indirectos. Lo anterior manifiesta una generación baja de empleo de la nueva unidad económica, pero si se analiza los efectos positivos que conllevará al interior de las tiendas y de la comunidad en general, se manifiesta la alta importancia que tiene al interior de la economía regional.

La Proveeduría de Tenderos al contribuir a fomentrar un ambienta más competitivo en el proceso de distribución de los alimentos y los artículos de primera necesidad, permitirá un fortalecimiento de un amplio sector de la población.

Además con la generación de utilidades que presentará la Proveeduría de Tenderos. La Fundación Porvenir puede no solo autofinanciar el Programa de Apoyo a Tenderos sino financiar en parte los otros programas citados atrás que piensa implementar en el Departamento de Nariño y que como se dijo tienen un alto contenido social. Las utilidades que se prevee para los primeros cinco años de funcionamiento se estiman en $ 109.012.280, que pueden ser aprovechados para proseguir con la construcción del

Centro de Servicios Básicos Comunitarios, del cual hace parte la Proveeduría y donde funcionarán los otros programas a implementar.

Se espera que el proyectó a implementar, en su fase inicial y en el transcurso de los años que esté en funcionamiento genere los siguientes "BENEFICIOS ESPERADOS".

La Proveeduría de Tenderos será un sistema eficaz de abastecimiento de alimentos y artículos de primera necesidad que le asegurarán al tendero precios más bajos para poder competir eficazmente en el mercado.

La Proveeduría de Tenderos unida al "Programa de Apoyo a Tenderos" coadyuvará a obtener una mayor solidez económica al tendero y a su familia, ya que le permitirá una mayor gestión empresarial de su negocio incrementando su nivel de ingreso.

Al encontrar todos los artículos para el abastecimiento de su tienda en un solo establecimiento, el tendero ahorrará tiempo que podrá ser utilizado en una mejor organización de su tienda.

La Proveeduría al concentrar compradores (tenderos) y vendedores (mayoristas) en un solo punto, generará una serie de economías que serán aprovechadas tanto por oferentes como por demandantes. De esta forma, los tenderos lograrán enfrentar precios más competitivos, a pesar de sus bajos volúmenes de compras individuales, gracias a la concentración de todas las demandas en un solo punto.

Mediante este sistema de comercialización, se pretende reducir los costos de abastecimiento de los tenderos, a través de la eliminación de intermediadores, de transporte y en general de desplazamiento.

En la medida en que los tenderos enfrenten mejores condiciones en el abastecimiento de sus productos, el resultado de esta acción bien puede ser una ampliación del márgen de comercialización y una mayor rentabilidad y/o precios más bajos para el consumidor final.

CONCLUSIONES

El estudio de muestra que "si es factible económicamente" el montaje de una Proveeduria de Tenderos, ya que para ello se cuenta con la demanda suficiente para que el proyecto genere recursos para su funcionamiento e inclusive utilidades para ser invertidas en los otros programas de contenido social que piensa implementar la Fundación Porvenir en la ciudad de Pasto.

El estudio de mercado muestra que existe una demanda lo suficientemente alta, 2.189 tiendas ubicadas en casco urbano de la ciudad de Pasto, lo cual se constituye en la demanda potencial para la Proveeduria de Tenderos.

La demanda efectiva inicial para el presente proyecto la constituiran 380 tiendas afiliadas al "Programa de Apoyo Tenderos" y que estarán dispuestos a comprar en la Proveeduria.

La Proveeduria de Tenderos permitirá la concentración de

un número significativo de proveedores, los cuales ofrecerán sus productos directamente al tendero sin mediación de intermediarios, lo cual permitirá la reducción de los costos de la mercancía y posiblemente su precio al consumidor final.

La inversión total requerida para la construcción y puesta en marcha de la Proveeduría es de $ 73.360.000, inversión que repercutirá en beneficio de los tenderos y de la comunidad en general.

La evaluación privada permite observar que la Proveeduría generá recursos para ser autosuficiente y además producirá utilidades que podrán ser invertidos en los Programas de Apoyo Comunitario.

El estudio demuestra que la tienda es una importante generadora de ingresos económicos para un amplio sector de la población.

Las tiendas se constituyen en un subsector muy significativo del comercio ya que movilizan recursos del orden de $ 680.516.320 mensuales, que permiten visualizar la importancia económica que tienen estos

pequeños negocios, a pesar de su baja gestión empresarial.

La Proveeduría de Tenderos será la pieza clave dentro del "Programa de Apoyo a Tenderos" de la Fundación Porvenir, porque representará beneficios directos a los propietarios de las tiendas y sus familias, permitiéndo una mejor gestión empresarial y generar mayores ingresos que permitan elevar el nivel de vida de un amplio número de habitantes dependientes de las tiendas.

BIBLIOGRAFIA

BACKER, Morton Y Otros. Contabilidad de Costos. Editorial MacGraw – Hill. 1983. Pág 746.

BURBANO, Jorge. Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Editorial McGraw–Hill. 1990. Pág. 439.

CIDSE. Universidad del Valle. Impacto Socioeconómico del Programa de Apoyo a Tenderos de la Fundación Carvajal. Cali 1989.

CIDSE. Universidad del Valle. Boletín Económico. Cali, 1990.

CORPONARINO. Programa de Apoyo a Tenderos. Pasto, 1990.

CROCE, Maria Paula. Guía Laboral Temis para Empresarios. Editorial Temis, 1988. Pág 47.

CRUZ, Luis Carlos. Cómo Estudiar Y Elaborar una Tesis. Pág. 214.

DANE. Colombia Estadística. Santa Fe de Bogotá, 1987, 1988, 1990.

DANE. Encuesta Nacional de Hogares. Pasto, 1990.

FUNDACION CARVAJAL. Propuesta para la Implementación del Programa de Apoyo a Tenderos. Cali, 1990.

FUNDACION PORVENIR. Programa de Apoyo a Tenderos. Pasto, 1990.

_____, Guía de Programa de Apoyo a Tenderos. Pasto, 1990.

_____, Listado de Tenderos. Pasto, 1990.

———————. Plan de Trabajo Semanal. Pasto, 1991.

GARBUTT, Douglas. El Control de Flujo de Fondos. Editorial Norma, 1990. Pág. 227.

GUTIERREZ M., Luis F.. Decisiones Financieras y el Costo del Dinero en Economías Inflacionarias. Editorial Norma, 1985. Pág. 340.

HARRIS, Edwar. Investigación de Mercados. Editorial McGraw – Hill, 1983. Pág. 152.

INCONTEC. Normas Colombianas para la Presentación de Trabajos y Tesis de Grado. 1987. Pág 88.

INFANTE, Arturo. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Norma. Pág. 371.

ILPES, Guía para la Presentación de Proyectos. Editorial Siglo Veintiuno, 1988. Pág. 230.

KAFFURY, Mario Antonio. Gerencia Financiera. Universidad Externado de Colombia, 1986. Pág. 345.

MILLS, Richard. Estadística para Economía y Administración. Editorial MacGraw – Hill, 1980. Pág. 598.

LOPEZ, José. Evaluación Económica. Editorial MacGraw – Hill, 1975. Pág. 189.

NACIONES UNIDAS. Manual de Proyectos de Desarollo Económico, 1980. Pág. 264.

NAVARRO, Jairo. Forma Práctica de Hacer una Tesis. Editorial Diana Farcela, 1989. Pág. 136.

ORTIZ, Hector. Análisis Financiero Aplicado. Universidad Externado de Colombia, 1989. Pág. 431.

PLANEACION MUNICIPAL. Anuario Estadístico. San Juan de Pasto, 1988. Pág. 149.

———————. Anuario Estadístico. San Juan de Pasto, 1989. Pág. 77.

SABINO, Carlos. El Proceso de Investigación. Editorial El Cid. Pág. 237.

SAPAG, Nassir Y Otro. Preparación y Evaluación de Proyectos. Editorial MacGraw - Hill, 1989. Pág. 379.

SELDON, Arthur Y Otro. Diccionario de Economía. Ediciones Orbis, 1987. Pág. 554.

THUESEN, H.G. Ingeniería Económica. Editorial MacGraw - Hill, 1984. Pág. 400

VARELA, Rodrigo V. Evaluación Económica de Inversiones. Editorial Norma, 1989. Pág. 512.

A N E X O S

ANEXO No 1

INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

1983-1990

AÑO	TOTAL		ALIMENTOS		VIVENDA		VESTUARIO		MISCELANEA	
	NACIONAL	PASTO	NACIONAL	PASTO	NACIONAL	PASTO	NACIONAL	PASTO	NACIONAL	PASTO
1983	16.64	22.70	17.22	23.90	13.83	19.20	13.05	15.77	21.44	22.36
1984	18.28	21.21	19.64	21.28	12.86	16.29	17.91	18.46	24.55	29.49
1985	22.45	24.92	27.71	29.89	15.47	16.16	16.32	21.00	19.33	21.23
1986	20.95	23.47	23.70	27.05	14.79	16.59	19.05	20.95	22.89	20.33
1987	24.02	20.10	27.17	20.80	18.76	16.80	18.72	20.86	24.23	22.49
1988	28.12	25.98	30.85	28.43	22.52	20.17	22.90	23.47	27.34	24.52
1989	26.12	29.23	22.94	36.96	25.50	19.89	23.76	21.74	35.57	32.75
1990	32.36	33.34	32.53	37.31	29.51	23.77	28.69	21.78	37.43	34.54
PROMEDIO	23.62	25.12	25.22	28.20	19.16	18.61	20.05	20.50	26.60	25.96

ANEXO No. 2

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA PROVEEDURIA DE TENDEROS EN LA CIUDAD DE PASTO

ENCUESTA A TENDEROS

I. DATOS GENERALES:

1.1. Barrio:_____

1.2. Número de personas que trabajan en la tienda:_____

1.3. Depende económicamente de su negocios? SI_____ NO_____

1.4. Número de personas dependientes:_____

1.5. Tiene otros ingresos? SI_____ NO_____

1.6. Lleva cuentas de su negocio? SI_____ NO_____

II. ASPECTOS GENERALES:

2.1. La tienda tiene licencia de funcionamiento? SI_____ NO_____

III. SISTEMA DE COMPRAS:

GRUPO DE ARTICULOS	FRECUENCIA DE COMPRA	FORMA DE PAGO		SITUACION DEL PROVEEDOR				
		CREDITO	CONTADO	PRODUCTOR	DISTRIB.	GALERIA	SUPERM.	OTRO PROVEED.
Azucar granos y cereales								
Enlatados y procesados en general								
Aceites y grasas								
Articulos de aseo personal								
Articulos de aseo de hogar								
Otros								

IV. PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
ALTAS							
MEDIAS							
BAJAS							

ALTAS = PROMEDIO $_____ X _____ =

MEDIAS = PROMEDIO $_____ X _____ =

BAJAS = PROMEDIO $_____ X _____ =

TOTAL $_____ + 7 DIAS = $_____ X 30 DIAS =
Promedio semanal Promedio diario

$_____
Promedio mensual

V. CALCULO DEL MARGEN DE CONTRIBUCION

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	PRECIO DE COMPRA	PRECIO DE VENTA / PRECIO DE COMPRA	MARGEN DE CONTRIBUCION (PVu - PCu ÷ PVu = MC)

$$MC = \frac{\Sigma MC}{\text{No. de productos}}$$

MC = %

_____
Firma del Encuestador

ANEXO 3

ESTUDIO DE LA OFERTA

LISTA DE PRECIOS DE PRODUCTOS

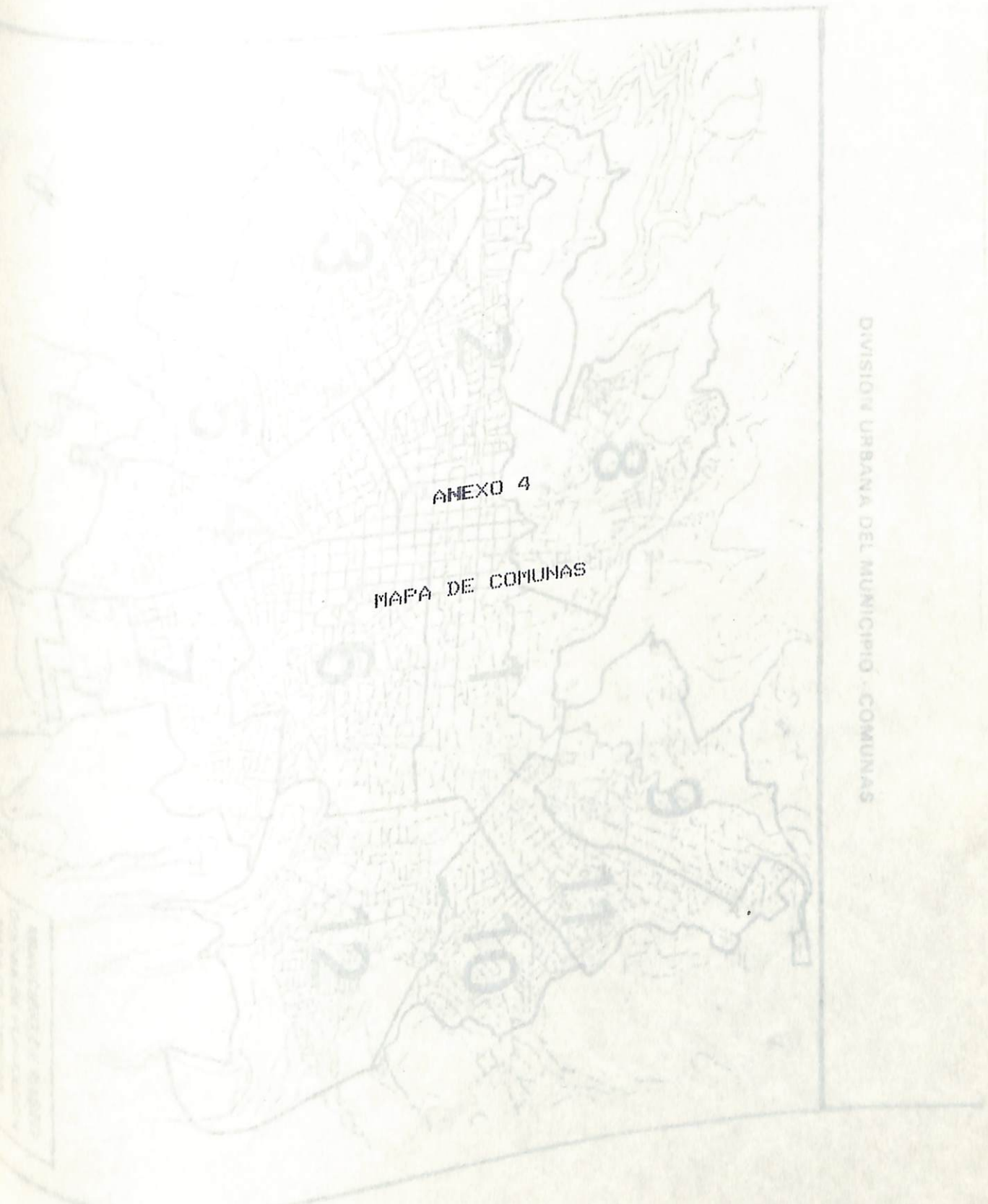
PRODUCTO	SITUACION DEL PROVEEDOR		
	DISTRIBUIDOR	GRANERO	SUPERMERCADO
1. ALIMENTOS			
Arroz Roa (Lb)	140	144	145
Cebada (Lb)	80	90	105
Frijol (Lb)	240	250	250
Garbanzo (Lb)			
Lenteja (Lb)	340	350	130
Maiz (Lb)	82	80	85
Aceite Aleocali 250 c.c.			
Avena Quaker (Paquete)	635	635	640
Azúcar (Lb)	92	95	100
Cafè Puro (Lb)	620	630	635
Caldo de Gallina Knorr	90	91	100
Chocolate Corona (Lb)	425	430	420
Galletas Saltinas (Paquete)	280	285	280
Gelatina Royal (Caja)	140	140	135
Harina de Trigo (Lb)	140	140	135
Maizena (Caja)	140	142	140
Leche (Bolsa 750 c.c.)	145		150
Pasta Martha (Paquete)		140	135
Panela Cuadro	140	210	230
Sal Yodada (Kilo)	220	140	140
Sardina Isabel	140	410	425
Salsa de Tomate Fruco	400	770	780
Atún Isabel	765	420	430
Yogurth Alpina	420	185	190
Mayonesa Fruco	180	452	460
La Lechera	450	158	165
Salchicha Zenú (Lata)	160	260	270
Huevos (Super)	265	45	46
Aromáticas Tisano (Caja)	45	310	320
Mermelada Fruco	300	360	370
Condimentos el Rey (Caja)	360	20	25
	19		
2. ASEO PERSONAL			
	1.078	1.080	1.078
Talco Mexana (300 grm.)	350	355	360
Tetero Lister (8 onzas)	230	230	240
Crema Dental Colgate	260	260	270
Jabón Palmolive	60	65	70
Shompoo Adoree (Cojin)			

HOJA 2

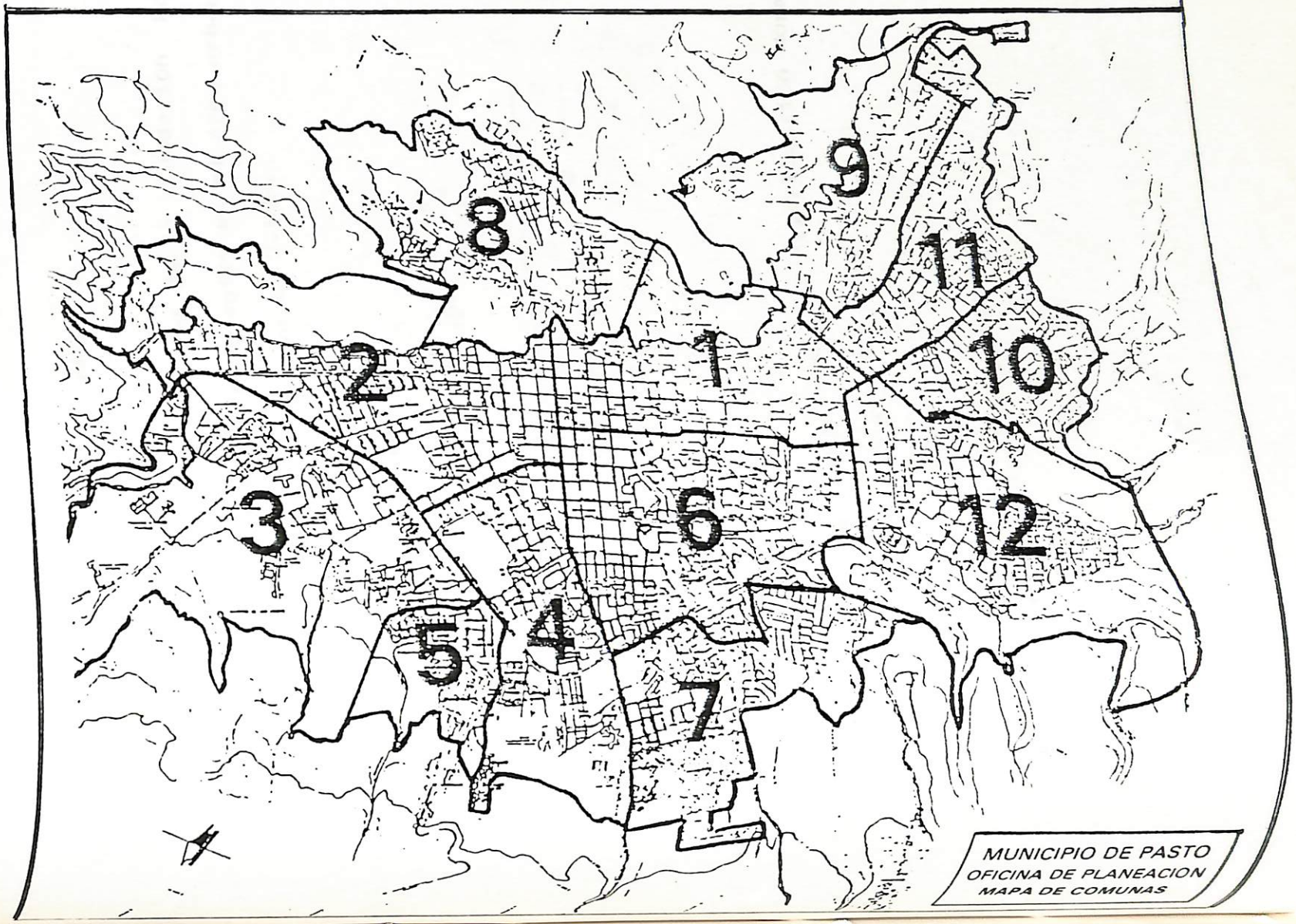
PRODUCTO	SITUACION DEL PROVEEDOR		
	DISTRIBUIDOR	GRANERO	SUPERMERCADO
	350	340	360
Crema Ponds	140	138	145
Alcohol (Media)	30	30	35
Algodón Zig Zag	340	340	345
Toallas Higienicas Serena			
3. ASEO DEL HOGAR			
	500	495	510
Cera los Pinos	460	450	470
Insecticida Baygón	95	100	110
Betún Cherry (15 gms).	140	135	145
Detergente Fab	180	185	190
Lavaplatos Axión	30	35	40
Esponjillas Bombril (Unid.)	360	365	370
Bombillas Philips 60 W.	60	60	70
Papel Higienico Familia	340	345	350
Pillas Eveready Grande	120	120	125
Jabón para ropa Rey	180	175	185
Limpido JGB			

ANEXO 4

MAPA DE COMUNAS



DIVISION URBANA DEL MUNICIPIO - COMUNAS



ANEXO 5

Según el Censo de Tenderos de la Fundación Porvenir el número de tiendas existentes en el área urbana del Municipio de Pasto se estima en 2.189.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2_{/2} \; \frac{2}{E^2}}{1 + \frac{1}{N} \; Z^2_{/2} \; \frac{2}{E^2}}$$

n = ?

N = 2.189

Z (95%) = 1.96 según tabla de distribución Normal

^{2} = p.q = 0.5 x 0.5 = 0.25

E = 5% = 0.05

El nivel de confianza a un 95%.

El máximo error por descomponer el parámetro "p" está dado por la probabilidad estadística de la ocurrencia o no del fenómeno: $0.5 \times 0.5 = 0.25$.

Luego:

$$n = \frac{(1.96)^2 \dfrac{0.25}{2}}{(0.05)} \Bigg/ \left(1 + \frac{1}{2.189} \times (1.96)^2 \frac{\dfrac{0.25}{2}}{(0.05)}\right)$$

$$n = 327$$

ANEXO 6

PROYECCION DE LA DEMANDA
1992 - 2001

MES	No. DE TENDEROS CAPACITADOS	DEMANDA TOTAL	DEMANDA DE LA PROVEEDURIA
AÑO 1992			
Enero	380	118.134.400	82.694.080
Febrero	395	122.797.600	85.958.320
Marzo	410	127.460.800	85.222.560
Abril	425	132.124.000	92.486.800
Mayo	440	136.787.200	95.751.040
Junio	455	141.450.400	99.015.280
Julio	470	146.113.600	102.279.520
Agosto	485	150.776.800	105.543.760
Septiembre	500	155.440.000	108.808.000
Octubre	515	160.103.200	112.072.240
Noviembre	530	164.766.400	115.336.480
Diciembre	545	169.429.600	118.600.720
TOTAL AÑO		1.725.382.000	1.207.767.400
AÑO 1993			
Enero	560	174.092.800	121.864.960
Febrero	575	178.756.000	125.129.200
Marzo	590	183.419.200	128.393.440
Abril	605	188.082.400	131.657.680
Mayo	620	192.745.600	134.921.920
Junio	635	197.408.800	138.186.160
Julio	650	202.072.000	141.450.400
Agosto	665	206.735.200	144.714.640
Septiembre	680	211.398.400	147.978.880
Octubre	695	216.061.600	151.243.120
Noviembre	710	220.724.800	154.507.360
Diciembre	725	225.388.000	157.771.600
TOTAL AÑO		2.396.704.800	1.677.693.360
AÑO 1994			
Enero	740	230.051.200	161.035.840
Febrero	755	234.714.400	164.300.080
Marzo	770	239.377.600	167.564.320
Abril	785	244.040.800	170.828.560
Mayo	800	248.704.000	174.092.800
Junio	815	253.376.200	177.357.040
Julio	830	258.030.400	180.621.280
Agosto	845	262.693.600	183.885.520
Septiembre	860	267.356.800	187.149.760
Octubre	875	272.020.000	190.414.000
Noviembre	890	276.683.200	193.678.240
Diciembre	905	281.346.400	196.942.480
TOTAL AÑO		3.068.385.600	2.147.869.920
AÑO 1995			
Enero	920	286.009.600	200.206.720
Febrero	935	290.672.800	203.470.960
Marzo	950	295.336.000	206.735.200
Abril	965	299.999.200	209.999.440
Mayo	980	304.662.400	213.263.680
Junio	995	309.325.600	216.527.920
Julio	1.010	313.988.800	219.792.160
Agosto	1.025	318.652.000	223.056.400
Septiembre	1.040	323.315.200	226.320.640
Octubre	1.055	327.978.400	229.584.880
Noviembre	1.070	332.641.600	232.849.120
Diciembre	1.085	337.304.800	236.113.360
TOTAL AÑO		3.739.886.400	2.617.920.480
AÑO 1996			
Enero	1.100	341.968.000	239.377.600
Febrero	1.115	346.631.200	242.641.840
Marzo	1.130	351.294.400	245.903.980
Abril	1.145	355.957.600	249.170.320
Mayo	1.160	360.620.800	252.434.560
Junio	1.175	365.284.000	255.698.800
Julio	1.190	369.947.200	258.936.040
Agosto	1.205	376.610.400	263.627.280
Septiembre	1.220	379.273.600	265.491.520
Octubre	1.235	383.936.800	268.755.760
Noviembre	1.250	388.600.000	272.020.000
Diciembre	1.265	393.263.200	275.284.240
TOTAL AÑO		4.413.387.200	3.089.371.040
AÑO 1997			
Enero	1.280	397.926.400	278.548.480
Febrero	1.295	402.589.600	281.812.720
Marzo	1.310	407.252.800	285.076.960
Abril	1.325	411.916.000	288.341.200
Mayo	1.340	416.579.200	291.841.200
Junio	1.355	421.242.400	294.869.680
Julio	1.370	425.905.600	298.133.920
Agosto	1.385	430.568.800	301.398.160
Septiembre	1.400	435.232.000	304.662.400
Octubre	1.415	439.895.200	307.926.640
Noviembre	1.430	444.558.400	311.190.880
Diciembre	1.445	449.221.600	314.455.120
TOTAL AÑO		5.082.888.000	3.558.021.600

HOJA 2

MES	No. DE TENDEROS CAPACITADOS	DEMANDA TOTAL	DEMANDA DE LA PROVEEDURIA
AÑO 1998			
Enero	1.460	453.884.800	317.719.360
Febrero	1.475	458.548.000	320.983.600
Marzo	1.490	463.211.200	324.247.840
Abril	1.505	467.874.400	327.512.080
Mayo	1.520	472.537.600	330.776.320
Junio	1.535	477.200.800	334.040.560
Julio	1.550	481.864.000	337.304.800
Agosto	1.565	486.527.200	340.569.040
Septiembre	1.580	491.190.400	343.833.280
Octubre	1.595	495,853.600	347.097.520
Noviembre	1.610	500.516.800	350.361.760
Diciembre	1.625	505.180.000	353.626.000
TOTAL AÑO		5.754.388.800	4.028.072.160
AÑO 2000			
Enero	1.820	565.801.600	396.061.120
Febrero	1.835	570.464.800	399.325.360
Marzo	1.850	575.128.000	402.589.600
Abril	1.865	579.791.200	405.853.840
Mayo	1.880	584.454.400	409.118.080
Junio	1.895	589.117.600	412.382.320
Julio	1.910	593.780.800	415.646.560
Agosto	1.925	598.444.000	418.910.800
Septiembre	1.940	603.107.200	422.175.040
Octubre	1.955	607.770.400	425.439.280
Noviembre	1.970	612.433.600	428.703.520
Diciembre	1.985	617.096.800	431.967.760
TOTAL AÑO		7.097.390.400	4.968.173.280

MES	No. DE TENDEROS CAPACITADOS	DEMANDA TOTAL	DEMANDA DE LA PROVEEDURIA
AÑO 1999			
Enero	1.640	509.843.200	356.890.240
Febrero	1.655	514.506.400	360.154.480
Marzo	1.670	519.169.600	363.418.720
Abril	1.685	523.832.800	366.682.960
Mayo	1.700	528.496.000	369.947.200
Junio	1.715	533.159.200	373.211.440
Julio	1.730	537.822.400	376.475.680
Agosto	1.745	542.485.600	379.739.920
Septiembre	1.760	547.148.800	383.004.160
Octubre	1.775	551.812.000	386.268.400
Noviembre	1.790	556.475.200	389.532.640
Diciembre	1.805	561.138.400	392.796.880
TOTAL AÑO		6.425.889.600	4.498.122.720
AÑO 2001			
Enero	2.000	621.760.000	435.232.000
Febrero	2.015	626.423.200	438.496.240
Marzo	2.030	631.086.400	441.760.480
Abril	2.045	635.749.600	445.024.720
Mayo	2.060	640.412.800	448.288.960
Junio	2.075	645.076.000	451.553.200
Julio	2.090	649.739.200	454.817.440
Agosto	2.105	654.402.400	458.081.680
Septiembre	2.120	659.065.600	461.345.920
Octubre	2.135	663.728.800	464.610.160
Noviembre	2.150	668.392.000	467.874.400
Diciembre	2.165	673.055.200	471.138.640
TOTAL AÑO		7.768.891.200	5.438.223.840

ANEXO 7

PRESUPUESTO DETALLADO MUEBLES Y EQUIPO

1	Caja Registradora Marca TEC MA 216	$ 485.184
1	Calculadora Citizen 335 DP 12 Dígitos	91.717
1	Máquina Electrónica EM 850 FX 57.000K	774.592
	Memoria	60.000
1	Mueble de Caja Registradora	386.733
1	Caja Fuerte Marca Ancla	147.000
1	Báscula de 500 kilos	1.500.000
6	Carros Manuales	110.678
1	Escritorio Ejecutivo G - 723 - A	104.026
1	Escritorio Auxiliar G - 724	88.301
1	Silla Giratorio G - 768 - G	69.149
1	Sillas Fijas G - 767 - E	94.349
1	Escritorio Secretaria G - 725	64.814
1	Silla giratoria G - 767 - G	70.056
1	Archivador G - 786	90.000
3	Extintores Valysec 30 libras tipo ABC	1.361.599
		$ 5.361.599
350	Metros cuadrados de estibas	
	TOTAL	

ANEXO 8

ACUERDO No. 69

REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE NARIÑO
CONCEJO MUNICIPAL DE
SAN JUAN DE PASTO

OFICIO No._____

ACUERDO NUMERO 69
(Mayo 22 de 1.990)

POR MEDIO DEL CUAL SE CONCEDE UNA AUTORIZACION AL EJECUTIVO

EL CONCEJO MUNICIPAL DE PASTO,
En uso de sus atribuciones legales
en especial las conferidas en el Decreto 1333 de 1.986.

A C U E R D A :

ARTICULO PRIMERO: Autorizace al Ejecutivo Municipal para que en un término de 60 días, a partir de su publicación, celebre un convenio con la Fundación Porvenir, Entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, con domicilio en este Municipio y reconocida mediante Personería Jurídica Nro. 970 de Agosto 18 de 1.989, para la organización de un Centro de Servicios Comunitarios y contrate para el efecto la construcción y administración de un Centro de Servicios Comunitarios en el terreno que se relaciona en el artículo siguiente.

ARTICULO SEGUNDO: La construcción y administración a que se refiere la autorización anterior deberán hacerse sobre el terrerno de propiedad del Municipio de Pasto, de 2.900 metros cuadrados, determinado bajo el No. catastral 010108330002-000, y con los siguientes linderos: Norte, con la calle 16 entre carreras 2a y 3a. iniciando en el punto A con coordenadas 624.007,20 norte y 978.886,oo este, hasta encontrar a una distancia de 46.20 Mts. el punto B, con coordenadas 623.986,20 norte y 978.927.oo este; sur partiendo del punto C con coordenadas 623.940,00 Norte y 978.929,25 este, con una distanciade 56 Mts hasta encontrar el punto D de coordenadas 623.965,70 norte y 978.879,70 este con terrenos de Comfamiliar: Oriente, con terrenos del mismo Municipio con una distancia de 46,90 Mts, entre los puntos B y C: Occidente con la carrera 3a. con calle 16 y Comfamiliar, con una distancia de 50.00

Mts. entre el punto A y D.

ARTICULO TERCERO: El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

Dado en San Juán de Pasto, en el Salón de sesiones del Honorable Concejo Municipal a los 22 días del mes de Mayo de mil novecientos noventa (1.990).

ROLANDO ERASO PAZ
Presidente

HUGO LIZARDO RUIZ
Secretario General

POST-SCRIPTUM.- El suscrito Secretario General del Honorable Concejo de Pasto.

H A C E C O N S T A R :

Que el acuerdo No.---69--- fué aprobado en tres (3) debates, celebrados en tres (3) días distintos así: 15- 16- 22 de mil novecientos noventa (1.990).

HUGO LIZARDO RUIZ
Secretario General.

SANCION AL ACUERDO NUMERO SESENTA Y NUEVE (69) DE MAYO VEINTIDOS (22) DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA (1.990).

ALCALDIA MUNICIPAL DE PASTO

Pasto, Mayo veinticuatro (24) de mil novecientos noventa (1.990)

PUBLIQUESE Y EJECUTESE

GERMAN GUERRERO LOPEZ
Alcalde de Pasto

LA SUSCRITA SECRETARIA DE LA ALCALDIA

H A C E C O N S T A R

Que el Acuerdo Número sesenta y nueve (69) de Mayo veintidos (22) de mil novecientos noventa (1.990), fue publicado por la prensa hablada y escrita de la ciudad de Pasto.

Se firma en Pasto, a los veinticinco (25) días del mes de Mayo de- mil novecientos noventa (1.990).

DORA LUCIA B. DE MONCAYO
Secretaria Privada.

V.B.

ANEXO 9

COTIZACION CARVAJAL S.A.

CARVAJAL S.A.
NIT. 890.300.005-3

CALI	BOGOTA	MEDELLIN	B/QUILLA.	PEREIRA	MANIZALES	B/MANGA.	CARTAGENA	IBAGUE	NEIVA	CUCUTA
TEL.: 675011	2684411	2854000	410300	36194	852868	324194	55561	33971	43497	29713

SR(ES)

COTIZACION No.

FUNDACION PORVENIR

DIRECCION Y CIUDAD	TELEFONO	FECHA
SR; FRANCO ALBERTO LUNA	235590	JULIO-4-91

NOS PERMITIMOS PRESENTAR A UD (S). COTIZACION DE LOS ARTICULOS RELACIONADOS A CONTINUACION:

CANTIDAD	DESCRIPCION O REFERENCIA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	MAQUINA DE ESCRIBIR ELECTRONICA EM-850 FX		
	57.000K MEMORIA	728.000	728.000
1	CALCULADORA CITIZEN MODELO 335 DP 12 DIGITOS	86.200	86.200
	DE CONTADO EL 5% DESCUENTO MAS EL 12% I.V.A.		
		I.V.A. %	
		TOTAL	

CC-468

CONDICIONES DE PAGO: CONTADO

NOTAS: ESTA COTIZACION ES VALIDA HASTA 15 DIAS

TIEMPO DE ENTREGA: 10 DIAS HABILES

CARVAJAL S.A. SE RESERVA LA CONFIRMACION DE ESTA COTIZACION

ELIZABETH CASTRO
NOMBRE DEL VENDEDOR Y FIRMA

CLIENTE

CARVAJAL S.A.

NIT. 890.300.005-3

TEL.:	CALI	BOGOTA	MEDELLIN	B/QUILLA.	PEREIRA	MANIZALES	B/MANGA.	CARTAGENA	IBAGUE	NEIVA	CUCUTA
	675011	2684411	2854000	410300	36194	852868	324194	55561	33971	43497	29713

SR.(ES) FUNDACION PORVENIR. At.Sr. FRANCO LUNA.

COTIZACION No.

DIRECCION Y CIUDAD: Carrera 24 No. 17-86 Ofic.215 Pasto.

TELEFONO: 235590

FECHA: Julio 4/91

NOS PERMITIMOS PRESENTAR A UD (S). COTIZACION DE LOS ARTICULOS RELACIONADOS A CONTINUACION:

CANTIDAD	DESCRIPCION O REFERENCIA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
	CONTADO:		
1	Registradora TEC MA-216		456.000.oo
	5% Descuento		22.800.oo
	Financiación CARVAJAL S.A. (4meses);		
	Cuota inicial de $194.435.oo		
	4 cuotas mensuales de $ 85.873.oo		
	Totaleequipo financiado:$537.927.oo		
	Registradora con 15 departamentos, validación		
	de facturas, tiquete de auditoría interna y para el		
	cliente, codificación de 200 PLUs (artículos o		
	conceptos de mayor rotación, finalización de		
	venta en hceque, efectivo y crédito.		
			433.200.oo
		I.V.A. 12%	51.984.oo
		TOTAL	485.184.oo

CONDICIONES DE PAGO: A CONVENIR.

NOTAS: ESTA COTIZACION ES VALIDA HASTA: 15 días.

TIEMPO DE ENTREGA: 10 días.

CARVAJAL S.A. SE RESERVA LA CONFIRMACION DE ESTA COTIZACION

Nubia M.Cabrera A. Nubia Cabrera

NOMBRE DEL VENDEDOR Y FIRMA

CLIENTE

CC-468

CARVAJAL S.A.
NIT. 890.300.005-3

	CALI	BOGOTA	MEDELLIN	B/QUILLA.	PEREIRA	MANIZALES	B/MANGA.	CARTAGENA	IBAGUE	NEIVA	CUCUTA
TEL.:	675011	2684411	2854000	410300	36194	852868	324194	55561	33971	43497	29713

(ES) FUNDACION PORVENIR

COTIZACION No. NA-359

RECCION Y CIUDAD Cr. 24 17-86

TELEFONO 235590

FECHA JULIO 3-91

NOS PERMITIMOS PRESENTAR A UD (S). COTIZACION DE LOS ARTICULOS RELACIONADOS A CONTINUACION:

CANTIDAD	DESCRIPCION O REFERENCIA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	ESCRITORIO EJECUTIVO 1 SERVICIO 170x075 G-723-A		109.800.00
1	ESCRITORIO EJECUTIVO 2 SERVICIOS 170x075 G-723		146.600.00
1	ESCRITORIO AUXILIAR 1 SERVICIO 150x060 G-724		103.200.00
1	SILLA GIRATORIA EN TELA CON BRAZOS G-768-G		87.600.00
2	SILLAS FIJAS EN TELA SIN BRAZOS G-767-E	34.300.o	68.600.00
1	ESCRITORIO SECRETARIA 122x060 G-725		93.600.00
1	SILLA GIRATORIA EN TELA SIN BRAZOS G-767-G		64.300.00
1	ARCHIVADOR EN MADERA TIPO HORIZONTAL G-786		69.500.00
	MAS I. V. A. DEL 12%		
ARANTIA:	12 MESES CONTRA DEFECTOS DE FABRICACION.		
		I.V.A. %	
		TOTAL	

CC-468

ONDICIONES DE PAGO: 10% DE DESCUENTO POR PAGO DE CONTADO

OTAS: ESTA COTIZACION ES VALIDA HASTA: 8 DIAS

EMPO DE ENTREGA: INMEDIATA.

RVAJAL S.A. SE RESERVA LA CONFIRMACION DE ESTA COTIZACION

NELSON AGUIRRE A.
NOMBRE DEL VENDEDOR Y FIRMA

CLIENTE

ANEXO 10

COTIZACION ZUTTA HERMANOS LTDA.

MAQUINAS DECLARADAS FUERA DE CONCURSO EN LA PRIMERA GRAN FERIA INTERNACIONAL BOGOTA -1954 PATENTE N° 6069

ZUTTA HERMANOS LTDA.

FABRICA DE MAQUINARIA AGRICOLA
TRILLADORAS PARA CEREALES
MOTORES BRIGGES STRATTON REPUESTOS Y MANTENIMIENTO

CALLE 13 A Nos. 17-25 y 17-59
TELEFONO 32-27
APARTADO AEREO 325
TELEGRAFO: ZUTTA
PASTO - NARIÑO - COLOMBIA

SEÑOR WILLIAM MORENO
DIRECCION

	DIA	MES	AÑO
FECHA COTIZACION	11	VII	91
FECHA VENCIMIENTO	11	VIII	91

Estimados Señores:

Con la presente cotizamos a Uds. la fabricación de los siguientes elementos, los cuales detallamos a continuación:

1.- FABRICACION DE UNA PLATAFORMA PARA TRACCIONA MANUAL, EQUIPADA CON CUATRO (4) LLANTAS DE CAUCHO Y LONA, CON CAPACIDAD DE --- 200-250 kilos, CON MEDIDAS APROXIMADAS DE 2.00 x 2.00 Mts.,-- construída con ejes en acero calibrado, lámina calibre 1/16 llantas de 12".

VALOR UNITARIO:..... $ 280.000.oo TOTAL:.... $ 280.000.oo

VALOR SEIS UNIDADES:. $ 250.000.oo TOTAL:.... $ 1.500.000.oo

PRECIOS: NETOS SIN INCLUIR EL 12% DEL IVA.
TIEMPO DE ENTREGA: 30 DIAS A PARTIR DE LA CONFIRMACION
FORMA DE PAGO: 50% AL EFECTUAR EL CONTRATO Y 50% CONTRA ENTREGA
GARANTIA: SEIS MESES CONTRA DEFECTOS DE FABRICACION
VIGENCIA: 30 DIAS A PARTIR DE LA FECHA.

CORDIALMENTE:

" ZUTTA HERMANOS LIMITADA "
ING. IND. FRANCISCO ZUTTA B.
GERENTE

ANEXO 11

COTIZACION DE CELADURIA

ANEXO No. 11

VISEÑO LTDA.

PASTO - CALLE 20 No. 27-79 - CONMUTADOR 341-20

V-040-07-91

San Juan de Pasto,
25 de Julio de 1.991

Señores
FUNDACION PORVENIR
AREA PROVEEDURIA
Atte. Sr. Franco Alberto Luna
Pasto.

Apreciados señores:

Nos permitimos cotizar nuestro servicio de vigilancia, así:

A.- Un servicio de 2:00 p.m. a 6:00 a.m. de Lunes a Sábado y Domíngo las 24 horas, tiene un valor de $ 350.000.oo mensuales.

El servicio lo prestamos con personal armado, uniformado y supervisado. El personal es reservista de primera línea, reseñado en el Das y con carné de identificación expedido por el F-2 de la Policía Nacional.

El contrato que celebremos estará respaldado por la Póliza de Responsabilidad Civil número RC-780-056 expedida por la Aseguradora Grancolombiana S.A.

Esta cotización es válida hasta el 31 de Diciembre de 1.991.

Esperamos poder servirlos.

Cordialmente.

VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE NARIÑO
VISEÑO LTDA.
Dpto. de Cotizaciones.-
SECRETARIA

ardel.-

ANEXO No 12

IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

(PRECIOS CONSTANTES 1991)

AÑO	INGRESOS BRUTOS	INDUSTRIA Y COMERCIO (ING. BRUTOS$0.004)	AVISOS Y TABLEROS (IND Y COM $ 0.15)	BOMBEROS	TOTAL
1992	30.194,185	120.777	18.117	6000	144.893
1993	41.942.334	187.769	25.165	6000	198.935
1994	53.696,748	214.787	32.218	6000	253.005
1995	65.448,012	261.792	39.269	6000	307.061
1996	77.234,276	308.937	46.341	6000	361.278
1997	88.950,540	355.802	53.370	6000	415.172
1998	100.701,804	402.807	60.421	6000	469.228
1999	112.453,068	449.812	67.472	6000	523.284
2000	124.204,332	496.817	74.523	6000	577.340
2001	135.955,536	543.822	81.573	6000	631.395

ANEXO 13

IMPUESTO PREDIAL

DETALLE	AVALUO	TARIFA	VALOR
Edificio	$ 50.724.560	0.015	$ 760.868
Terreno	667.000	0.015	10.005
TOTAL	$ 51.391.560		$ 770.873

ANEXO 14

CALCULO TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA

VPN (45%) = 8.169.42

VPN (55%) = 7.266.18

Solución por tanteo: Prueba y Error

$$TIRF = 45 + 10 \frac{8.169.42}{8.169.42 + 7.266.18}$$

TIRF = 50.29

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA A PRECIOS CORRIENTES

(Expectativas de Inflación 30%)

TIRFc = TIRF + If + (TIRF x If)

TIRFc = 0.5029 + 0.30 + (0.5029 x 0.30)

TIRFc = 95.38%

ANEXO 15

CALCULO TASA INTERNA DE RETORNO PARA EL EMPRESARIO

VPN (45%) = 291.67

VPN (55%) = - 16.324.30

$$TIRE = 45 + 10 \frac{291.67}{291.67 + 16.324.30}$$

TIRE = 45.18%

TASA INTERNA DE RETORNO PARA EL EMPRESARIO A PRECIOS CORRIENTES)

(Expectativas de Inflación 30%)

TIREc = TIRE + If + (TIRE x If)

TIREc = 0.4518 + 0.30 + (0.4518 x 0.30)

TIREc = 88.73%

ANEXO 16

CALCULO TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA

(Disminución en los Ingresos 30%)

VPN (25%) = 17.306.62

VPN (35%) = 8.703.74

$$TIRF = 25 + 10 \frac{17.306.62}{17.306.62 + 8.703.74}$$

TIRF = 31.65%

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA A PRECIOS CORRIENTES

(Expectativas de Inflación 30%)

TIRF = 0.316 + 0.30 + (0.3165 x 0.30)

TIRF = 71.15%

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
BIBLIOTECA Y DOCUMENTACION

AN
T
658.11
L961p
Ej.1

Inventario 40455

Autor: Luna Riascos, Franco Alberto.

Título: Proyecto de factibilidad para el montaje de una proveeduria...

Fecha Devol.	NOMBRE	Carnet
	Luzdary B. Checa	937

AN
T
658.11
L961p
Ej.1

40455

#40455