

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 GENERALIDADES

El complejo de actividades y elementos que intervienen en el flujo de bienes y servicios, desde su producción hasta su disponibilidad para el consumo final, es el mercadeo. En su forma más simple, involucra a productores y consumidores en un negocio o transacción realizada entre ellos para intercambiar bienes y servicios. De manera más compleja incluye desde las decisiones que toma el productor individual sobre qué, cómo, cuánto, cuándo y a qué costo producir, hasta las decisiones del consumidor fundamentadas en sus hábitos, costumbres, estilos de vida, niveles de ingresos, épocas del año necesidades, entre otros, pasando por sistemas de empaque, almacenamiento y transporte, niveles de precios, sistemas de ventas, políticas arancelarias, financiación del sistema, políticas de inversión del estado, entre otros.

Los términos Mercadeo Agropecuario y Comercialización Agropecuaria se consideran sinónimos; el concepto de mercado se refiere al escenario en el cual se transan los productos provenientes del sector

agropecuario, pero más que el sector físico de reunión, el término involucra las circunstancias de tiempo, lugar y forma en que se manifiestan las fuerzas del mercado: oferta y demanda.¹

Comentario [DU1]:

El estudio funcional del mercadeo puede hacerse siguiendo una secuencia lógica : Se inicia con las funciones relacionadas con el productor, se continua con la compra por parte del intermediario y se termina en la venta al consumidor final. El sistema contempla tres etapas: concentración o acopio que aglutina la oferta dispersa y tiene su punto máximo en la fase mayorista; nivelación o preparación desarrollada en las fases mayorista y detallista, y distribución, última etapa en la cual se fracciona el producto según la demanda.

1.1.1 Mercado de mayorista.

Es propio de asentamientos humanos mayores y su función es concentrar toda la producción y comenzar la distribución.

Constituyen los escenarios y circunstancia de tiempo, forma y lugar en que se concentran los excedentes de la producción campesina y en los que intervienen principalmente los comerciantes rurales, intermediarios mayoristas y detallistas de los centros de consumo, la

¹ Enciclopedia Terranova : Economía, Administración y Mercadeo Agropecuario Volumen 6. Capítulo

agroindustria y en menor grado, lo consumidores finales. Una de las funciones principales de los mercados mayoristas es generar los precios, porque es allí donde se concentra la oferta y la demanda. Los precios que se establecen tienen efectos “ hacia atrás “ en productores y acopiadores y “ hacia adelante “ en exportadores, detallista y consumidores.

Es bueno identificar la secuencia de los diferentes mercados mayoristas por donde pasa la producción campesina para precisar la participación relativa de cada uno de ellos en el costo del proceso, en la determinación del precio y en general en la eficiencia del sistema de comercialización dado que allí se forma una cadena, muchas veces innecesaria y costosa para productores y consumidores.²

De todas formas, la concentración mayorista es ineludible en el proceso de comercialización y su función esencial es facilitar la distribución y fraccionamiento de los productos en función de la demanda de otros mercados, en especial del detallista y del agroindustrial.

Para evacuar las actividades de comercialización de las ciudades, se han desarrollado unidades que presentan ventajas y servicios para el mercadeo, tales como facilidades de acceso y estacionamiento, sistemas de comunicaciones, espacios de almacenamiento, servicios

, Terranova Editores, Santafé de Bogotá, D.C. 1995

² Ibid, página 243

financieros, entre otros. A estas unidades se les ha denominado mercados centrales, centrales mayoristas o centrales de abasto.

Según la legislación comercial, las centrales mayoristas deben concentrar y dar respaldo a todos los comerciantes y productores, con el ánimo de estimular la libre competencia, definiendo sistemas de información de precios y de mercados para hacer más transparente el proceso, conllevando a promover la incorporación de nuevas tecnologías y por ende la eficiencia.

En cuanto al futuro de los mercados mayoristas se puede afirmar que mantienen una posición fuerte y significativa dentro de la economía, teniendo dos razones básicas para su sustentabilidad : una es la total comprensión del verdadero valor económico de sus servicios ; la otra, es el perfeccionamiento general de sus métodos administrativos y operacionales. Es más, las ya evidentes tendencias que configuran el futuro de la distribución al mayoreo sugieren que, el mayorista sea responsable de su medio y que pueda adoptar con efectividad las presiones tanto de los proveedores como de los compradores para distribuir a bajo costo.

1.1.2 Mercado detallista

En el se manifiestan las necesidades del consumidor y por tanto se concreta su demanda efectiva. Los mercados detallistas realizan la distribución final de los productos entre lo consumidores.

Existe infinidad de comerciantes detallistas en plazas de mercado, supermercados, tiendas, expendios especializados, autoservicios y otros. Por su atomización, la mayoría tiene bajo volumen de venta, baja rotación de inventarios y amplios márgenes de comercialización.

Para poder competir recurren a ampliar los horarios, vender productos fraccionados y establecer sistemas de crédito muy cercanos al consumidor. Cada día aparece y se desarrollan mercados de autoservicio y especializados, que son frecuentados por sectores de la población de ingresos más altos. Por la tecnología y los grandes volúmenes que manejan presenta márgenes brutos de comercialización menores. En algunos casos manejan sistemas de aprovisionamiento directo de los campesinos, con el objeto de minimizar costos de transporte u otros o porque las centrales mayoristas no tiene sistemas de mercadeo en menores cantidades.

1.2 ASPECTOS HISTÓRICOS DE LAS CENTRALES DE ABASTOS DEL PAÍS.

1.2.1 Central de abastos de Bogotá

Hablar de la historia de las Centrales de Abasto de Colombia es relatar el surgimiento de la Central de Abastos de Bogotá (CORABASTOS). A finales de la década del sesenta, la actividad comercial para el suministro de alimentos a la población de Bogotá se venía practicando en la antigua plaza España, ubicada en una zona originariamente residencial que fue precariamente adaptada para el mercadeo de los mismos, resultando una estructura antifuncional, falta de estética y convertida en obstáculo para el desarrollo urbanístico de la ciudad.

Adicionalmente en esa plaza se vivían serios problemas de inseguridad, ausencia de higiene, y múltiples pérdidas, entre otros.

Fue entonces cuando el jefe de Estado de esa época Dr. Carlos Lleras Restrepo y el señor alcalde mayor de Bogotá, Dr. Emilio Urrea Delgado concibieron la idea de crear una gran central de abastos para la capital y su área metropolitana que estuviera a la altura de las ya

existentes en las ciudades más importantes de América Latina y el Mundo.

La construcción se inició en noviembre de 1971 e inició labores en 1972. Al principio la Central estaba constituida físicamente por 24 bodegas, una zona administrativa, una zona bancaria y una estación de gasolina.

1.2.2 Central de Abastos de Cali

En la ciudad de Cali, la preocupación del gobierno municipal con miras a encontrar soluciones viables a los problemas de abastecimiento alimentario de la ciudad lleva a la creación de la Corporación de Abastecimientos del Valle del Cauca S.A. (CAVASA).

El 1 de julio de 1973 se inicia su construcción en los terrenos del que fuera el antiguo aeropuerto CALIPUERTO. En 1974 se inaugura oficialmente la Central de Mercalipuerto.

No obstante, a pesar de ingentes esfuerzos de la administración municipal y otros sectores, sólo hasta 1976 despegó formalmente la

central previo traslado definitivo de los comerciantes que anteriormente se encontraban dispersos.

Mercalipuerto es el segundo de una serie de mercados mayoristas de interés nacional; es un centro de comercialización eficaz, para los profesionales de la distribución de productos agroalimentarios en el sur-occidente colombiano.

1.2.3 Central de Abastos de Medellín

En el año de 1979 se creó la central de abastos de Medellín (ASOBASTOS) con el fin de reunir el mercado mayorista acentuado en el sector de Guayaquil. Abastece no sólo al departamento de Antioquia sino a otros departamentos de la Costa Atlántica y del interior. Consta de 30 bloques distribuidos en perecederos, víveres y abarrotes, servicios complementarios y administración. Actualmente funciona como una propiedad horizontal.

1.2.4 Central de Abastos de Bucaramanga S.A.

El origen del proyecto Central de Abastos de Bucaramanga se remonta al año 1976 con la creación de las Empresas Públicas de

Bucaramanga. En 1979 se constituye la Sociedad de Economía Mixta de responsabilidad limitada Promotora de la Central de Abastos de Bucaramanga.

Atendiendo los requisitos exigidos por el Banco Interamericano de Desarrollo BID, se realizaron los pasos necesarios para la transformación de la Promotora en la Sociedad de Economía Mixta Central de Abastos de Bucaramanga S.A.

La construcción de la Central se realizó en un lote de terreno de más de veinticinco (25) hectáreas a finales de 1983; el traslado de los comerciantes de la zona urbana de Bucaramanga a la Central se hizo en agosto de 1989. Finalmente en septiembre de 1989 se inició la actividad comercial de la empresa.

En forma global la Central contiene las siguientes instalaciones:

- Diez (10) Bodegas que aglutinan los diferentes sectores del comercio alimentario y de empaques.
- Amplias áreas de movilización y parqueo vehicular.

- Un sector de comercio de servicios complementarios, zona administrativa y bancaria
- Una báscula camionera con capacidad superior a cien (100) toneladas.
- Una amplia zona de recreación con canchas de fútbol, balón cesto, voleibol y tejo.

Los objetivos de Centroabastos S.A. no distan de la realidad nacional en cuanto al sector agropecuario se refiere así:

- Mejorar la comercialización de los productos agrícolas de la región.
- Disponer de lugares apropiados y seguros para realizar las transacciones.
- Integrarse dentro de un sistema de mercadeo nacional que tienda a la estabilización de los precios.
- Reducir las pérdidas físicas y costos de manipulación en los diferentes niveles de la comercialización, mediante el uso adecuado

de técnicas de cultivo, selección, clasificación y empaque de los productos.

- Crear centros de acopio para integrar a productores y consumidores.
- Facilitar la promoción e instalación de empresas agroindustriales en los municipios donde se localizan los centros de acopio.
- Mejorar el poder de negociación de los productores mediante capacitación, promoción e información de precios.
- Descongestionar el tráfico de la ciudad.
- Facilitar mejor uso urbanístico de las zonas actualmente ocupadas por comercio y bodegas de mayoristas que quedan con infraestructura básica de servicios apta para su mejor utilización.

La Central de Abastos de Bucaramanga es en la actualidad un modelo para las Centrales del resto del País. Su situación Administrativa y Financiera la ubican en primer lugar a nivel Nacional.

La actual composición accionaria general se divide así: sector privado un 29% y sector oficial un 71%. De este último sector forman parte el departamento de Santander, el municipio de Bucaramanga y el Gobierno Nacional.

El organigrama actual de la Central está encabezado por la Asamblea General de Accionistas y coordinado por una Junta Directiva, constituida por nueve miembros seis de los cuales corresponden al sector oficial y tres al sector privado.

La parte ejecutiva está encabezada por una Gerencia General y por tres direcciones así: Dirección Administrativa y Financiera, Dirección de Planeación y Mercadeo y Dirección Jurídica y de Personal.

Dentro del marco legal se tiene que en el artículo cuarto del capítulo primero de los estatutos de Centroabastos es objetivo primordial de la Central resolver los problemas de mercadeo agropecuario que se presenten mediante la construcción de instalaciones óptimas para tal fin y la respectiva capacitación de comerciantes y productores en los temas que le impliquen.

Además, de acuerdo al Decreto 397 del 3 de marzo de 1995 emanado de la Presidencia de la República, es de política sectorial que los mercados mayoristas tomen las medidas dictadas por la Instituciones del ramo para la regulación del mercadeo agropecuario.

La influencia de Centroabastos en el desarrollo de sistemas de comercialización de productos agropecuarios y de canales de distribución desde los centros de producción, alcanzan hoy cobertura local, nacional e internacional que permiten el intercambio con las zonas de influencia de Norte de Santander, costa y centro del país y a nivel internacional la importación desde Chile, Estados Unidos, Argentina, Méjico, Canadá, Francia, Turquía y Africa.

Por estudio realizado en el primer semestre de 1992 por la Dirección de Planeación y Mercadeo con los beneficiarios y Usuarios de Centroabastos, para la instalación de unos mercados especiales que en menores unidades comercializaran directamente al consumidor final y que permitieran una mayor concurrencia de público de los diferentes estratos sociales, y principalmente los tenderos y propietarios de micromercados, la junta directiva de la Central de Abastos aprobó y promulgó el Acuerdo número 06 del 28 de agosto de 1992 por el cual se implementan los mercados promocionales

Mercabastos en las instalaciones de la empresa en sitios señalizados especialmente, bajo sistemas modulares, alejados del mercado mayorista, teniendo como objetivos claros el mejorar la clasificación, empaque, condiciones sanitarias y por supuesto una precisa transparencia de los precios de los productos.

El objetivo central de vender cantidades mínimas (arrobas, docenas, atados) se ha cumplido en parte; no se puede decir lo mismo en cuanto a la clasificación y control de calidad de los productos y su venta a precios razonables, pues la Central no ha establecido los parámetros para su cabal cumplimiento y bien se puede afirmar que Mercabastos, siguiendo los patrones ancestrales continúa con un perfil idéntico al de las plazas de mercado.

Las principales fallas que se detectan del mercado mayorista, por simple observación, se desglosan así:

Ingreso de carga a granel, lo que significa un desconocimiento total en la utilización de empaques y movilización de productos por parte de los productores, compradores y mayoristas, en detrimento de la calidad de los productos.

El manejo de los productos a granel, especialmente de frutas y hortalizas, muestra la carencia de sistemas de selección y clasificación de ellos, agravándose la situación por la falta de capacitación de los productores y comerciantes de Centroabastos.

Inexistencia de una dependencia de control que permita el análisis bromatológico de la carga, lo mismo que la revisión de pesos y medidas que detecten y eviten el fraude y el saqueo, hechos que siguen haciendo carrera en el mercadeo en detrimento de la comercialización agropecuaria. Este hecho se da principalmente por que no hay un apoyo del Gobierno Nacional a Centroabastos.

No existe un sistema de información al público en cuanto a la fluctuación de los productos (abundancia o escasez) y precios (registro de alzas y bajas), prestándose a promover la especulación por parte de los comerciantes.

La Central de Abastos, independientemente de liderar y beneficiar el descongestionamiento vehicular y mejorar el medio ambiente urbano, está llamada a liderar un proceso de cambio en las prácticas comerciales, muy especialmente las de carácter agropecuario. Por lo anterior se hace necesario materializar un cambio tanto en la forma

como en el fondo. Esto en su conjunto no es otra cosa que la ampliación de Mercabastos a Centro de Modernización y Regulación del Mercadeo Agropecuario en las instalaciones de Centroabastos S.A. de Bucaramanga, cumpliendo así los objetivos estatutarios de la entidad.

En cuanto a la forma sería una construcción sencilla y funcional que aglutine de manera organizada los sectores comerciales establecidos, con la ampliación de coberturas, que atienda las necesidades de abastecimiento de canales minoristas de productos alimentarios ya afines tales como: micromercados, tiendas, expendios especializados de alimentos crudos y preparados, restaurantes, hoteles, hospitales, clínicas, centros vacacionales, clubes, entre otros. En cuanto al fondo del proceso, reglamentar y regular el manejo de productos alimentarios con relación a su selección, clasificación, empaque, condiciones sanitarias, peso y medida y movilización de los mismos, a fin de dar al traste con el desorden existente y por supuesto asegurar el control y vigilancia del mercado (mayorista y minorista) en aras de lograr la eficiencia y la eficacia del servicio.

Las ventas al por mayor van hacia un nuevo horizonte y su modernización se da sólo si se toman y ejecutan las nuevas

tendencias tecnológicas, precisando conocimientos especializados para promover y distribuir los productos con eficiencia y eficacia, teniendo en cuenta los aspectos económicos que implican las funciones físicas del mercadeo agropecuario para agregar valor a las diferentes líneas que se manejan, proporcionando las instalaciones, los servicios y la información que requiere la demanda.

Del Centro de Modernización y Regulación deben beneficiarse todos los sectores que interviene en el proceso. Los agricultores deben aprovechar la ventaja económica que ofrece el mercado; los agroindustriales puesto que requieren de productos de alta calidad para su transformación; el consumidor que recibe información detallada de los productos de buena calidad y precios regulados, para satisfacer sus necesidades; los minoristas puesto que cambiando las formas de clasificación, presentación, abastecimiento oportuno y variedad de productos, aumentará la demanda; por último los mayoristas debido a que pueden participar directamente como usuarios arrendatarios y así, obtener una nueva fuente de ingresos y salida de productos de su expendio mayorista.

Se hace necesario para el proyecto de investigación tener en cuenta las experiencias de otras Centrales de abasto, ya sean nacionales o

extranjeras. De igual manera, visualizar los hipermercados como la muestra más clara de la modernización de los mercados, pero centrando el hecho en los productos alimentarios únicamente.

1.3 ASPECTOS LEGALES

La Empresa se denomina Central de Abastos de Bucaramanga sociedad anónima, cuya denominación social es Centroabastos S.A. de nacionalidad Colombiana cuya naturaleza es de Economía mixta indirecta o de segundo grado, del orden municipal y vinculada al Municipio de Bucaramanga. Creada según escritura pública número 2840 del 25 de septiembre de 1981 de la notaría primera del círculo de Bucaramanga. Se rige por sus estatutos y el reglamento interno estipulado en el acuerdo número 005 de julio 28 de 1989 modificado por acuerdo 001 de marzo 22 de 1990 y su adicional de agosto de 1990. Para el funcionamiento de mercabastos se rige por el acuerdo número 06 de agosto 28 de 1992.

En el contexto nacional específico se rige por el decreto 397 de 1995 emanado del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y por las normas emitidas por los organismos adscritos a este ministerio, que manejan el criterio de manipuleo de alimentos, condiciones

sanitarias, desarrollo tecnológico, desarrollo rural, entre otros, tales como: el INPA, ICA, PRONATA, SINTAP, entre otros.

2. METODOLOGIA Y PROCEDIMIENTO

La metodología establecida en el anteproyecto con referencia a la recolección y procesamiento de la información, precisa el análisis cuantitativo y cualitativo de la misma, a la vez, que cumple los objetivos de la investigación.

2.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población escogida asciende a 4.086 propietarios de establecimientos comerciales (micromercados, supermercados, restaurantes, hoteles, clubes sociales etc.) de Bucaramanga, que se surten de alimentos agropecuarios y de víveres y abarrotes. Los valores para el análisis muestral se establecieron así:

N =	Población	4.086
p =	Probabilidad de éxito	0,5
q =	Probabilidad de fracaso	0,5
z =	Parámetro de confiabilidad de gauss	1,96
e =	Error estimado	0,10

n = Muestra

Aplicando la fórmula:
$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{Z^2 \cdot p \cdot q + (N-1) \cdot e^2}$$
 se obtuvo que :

n = 94 Propietarios o usuarios.

2.1.1 Presentación y análisis de la información

De acuerdo a la muestra representativa equivalente a 94 propietarios de establecimientos comerciales se les aplicó una encuesta (Ver anexo 1). Los resultados de la misma se tabularon y son expresados cuantitativa y cualitativamente a continuación.

1. Compra regular de los productos agropecuarios

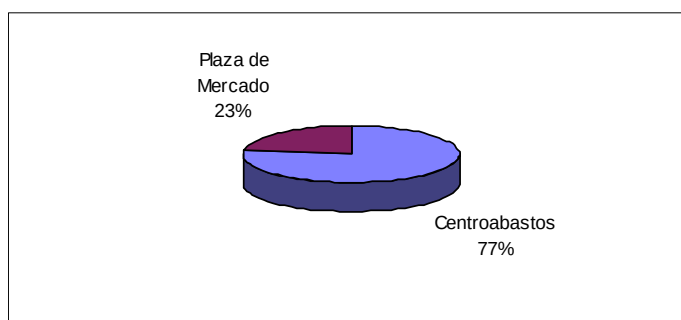


Figura 1. Lugar preferencial de compra de productos agropecuarios.

Fuente: Encuesta

Fecha estimación: Septiembre 1999

2. Compra regular de los víveres y abarrotes

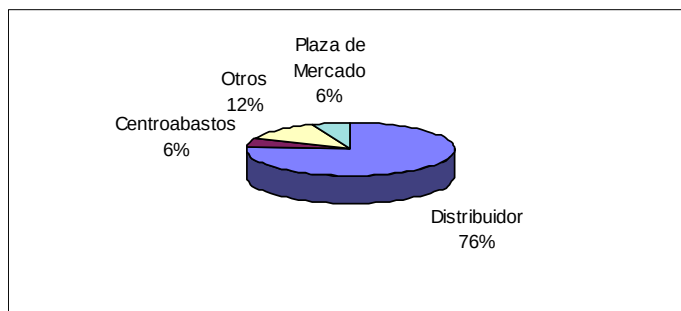


Figura 2. Sitio preferencial de compra de víveres y abarrotes.

Fuente: Encuesta

Fecha estimación: Septiembre 1999

3. Volumen de las compras

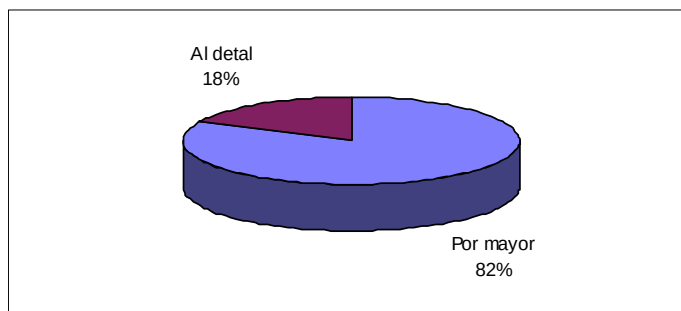


Figura 3: Formas de compras

Fuente: Encuesta

Fecha de estimación: Septiembre 1999

ANÁLISIS

Los compradores de productos agropecuarios prefieren a Centroabastos para surtirse mientras que los víveres y abarrotes

los adquieren con los distribuidores de las empresas. La mayoría compra al por mayor.

4. Utilización de Mercabastos (mercado minorista) de Centroabastos

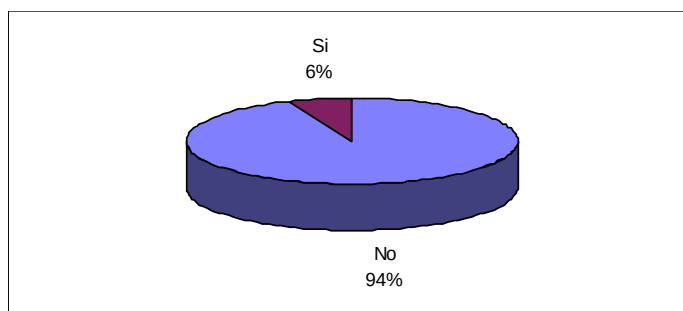


Figura 4. Utilización de Mercabastos

Fuente: Encuesta

Fecha estimación: Septiembre de 1999.

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
SI	6	6	Se consigue por arrobos a Buen precio
NO	88	94	No necesario ni suficiente No lo conocen Es muy caro

ANÁLISIS

En su mayoría, los compradores, desconocen el mercado minorista

(mercabastos) de Centroabastos y se presentan dudas sobre sus beneficios y sobre los precios.

5. Razones de por qué no siempre compra en Centroabastos

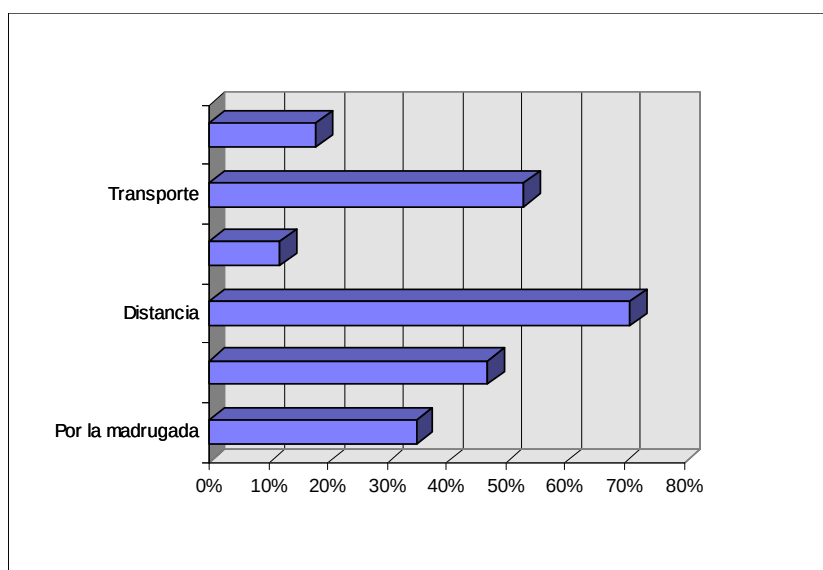


Figura 5. Razones de no compra en Centroabastos.

Fuente: Encuesta

Fecha Estimación: Septiembre 1999

Razones	Nº propietarios	%
Distancia	67	71
Transporte	50	53
Inseguridad	44	47
No hay crédito	11	12
Por la madrugada	33	35
Otras (siempre compro en Centroabastos)	17	18

ANÁLISIS

La distancia, los medios de transporte y la inseguridad son los factores que prevalecen para no comprar los alimentos frecuentemente en Centroabastos.

6. Verificación de los requisitos de calidad, higiene, aseo, presentación y empaque de los productos que se expenden en Centroabastos

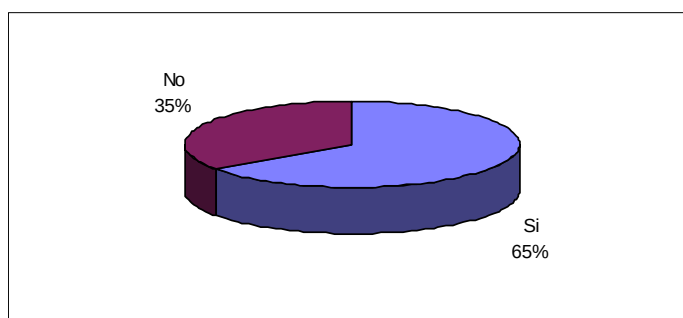


Figura 6: Nivel de aceptación de indicadores de calidad.

Fuente: Encuesta

Fecha estimación: Septiembre 1999.

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
SI	61	65	Buena selección y calidad. Buena presentación.
NO	33	35	No hacen devoluciones Productos deficientes No hay garantía Falta control de calidad

7. Ventajas que se obtiene de comprar en Centroabastos

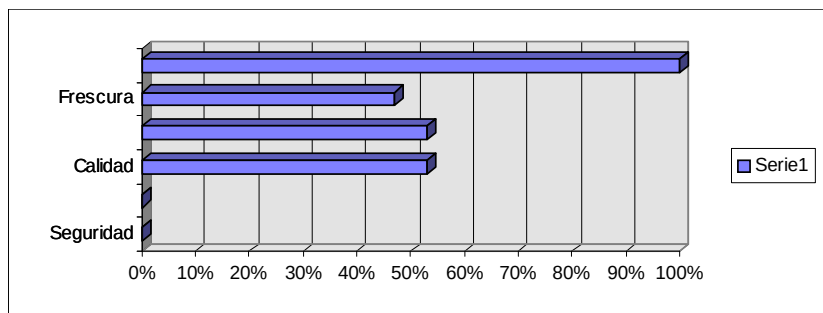


Figura 7: Indicadores de garantía en Centroabastos

Fuente: Encuesta

Fecha Estimación: Septiembre 1999

Indicador	Nº propietarios	%
Precio	94	100
Frescura	44	47
Variedad	50	53
Calidad	50	53
Comodidad	0	0
Seguridad	0	0

ANÁLISIS

El indicador precio marca la pauta para comprar en Centroabastos pero los indicadores de calidad, presentación, variedad, frescura, aseo, están muy por debajo de lo que tiene que ser una central de abastos para garantizar sus productos. Aquí se puede afirmar que

realmente se necesita una dependencia de REGULACIÓN para todos los productos que se expendan, ya sea al por mayor o al detal.

8. Calidades de los sistemas de información de Centroabastos en cuanto a precios, abundancia o escasez de productos y variedades.

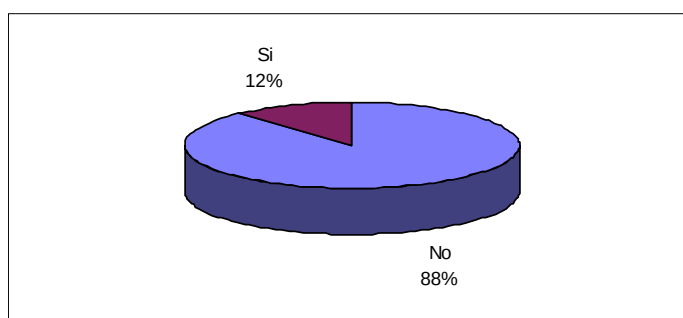


Figura 8. Nivel de aceptación de los sistemas de información.

Fuente: Encuesta

Fecha de estimación: Septiembre 1999

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
SI	11	12	Conocen el sistema Lo utilizan pero todavía la información es bastante deficiente.
NO	83	88	Solo publican precios los domingos No conocen los sistemas informativos Nunca llega información.

ANÁLISIS

Los sistemas de información del mercado son totalmente ineficientes y los compradores están desubicados al respecto, no saben a que atenerse en cuanto a precios, abundancia y vendedores.

9. Modernización de las instalaciones y los servicios de Centroabastos

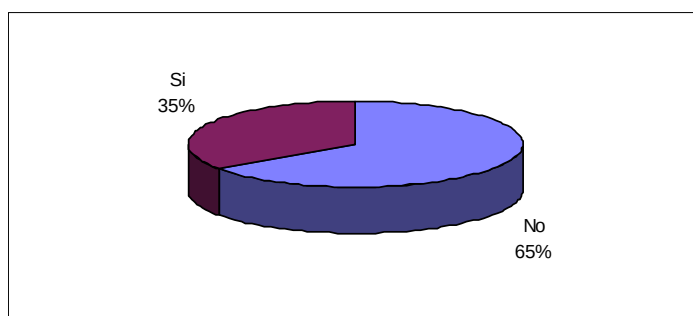


Figura 9: Nivel de aceptación de la modernización de Centroabastos.

Fuente: Encuesta

Fecha de estimación: Septiembre 1999

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
SI	33	35	Por las nuevas vías y la bomba de servicio Hay servicio de proveedores
NO	61	65	Sigue en las mismas No ha cambiado nada

ANÁLISIS

Los vientos de la modernización no han llegado a Centroabastos y su estructura de funcionamiento (administración, control y regulación) es totalmente ineficiente e ineficaz, razones que dejan el mercado al garete y sin garantía.

10. Posición frente al control que realiza Centroabastos en cuanto a clasificación, calidad y presentación de los productos

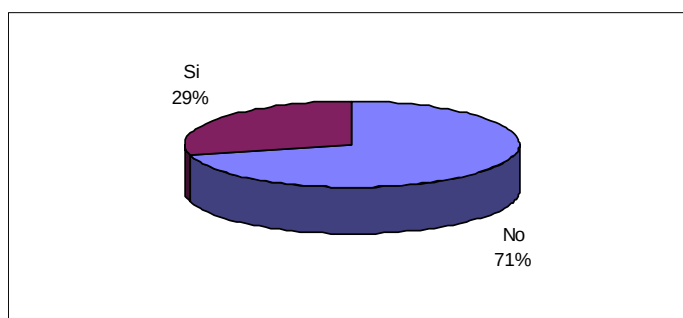


Figura 10. Nivel de aceptación de los sistemas de control.

Fuente: Encuesta

Fecha de estimación: Septiembre 1999

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
SI	27	29	Son buenos en general. Buen beneficio /costo. Mejor que en las plazas de mercado
NO	67	71	Hay selección y calidad. No hay ni selección ni buena presentación No existen controles. No conocen nada al respecto.

11. Posición frente al control de precios tanto a los productos agropecuarios como a los de víveres y abarrotes que se hace en Centroabastos

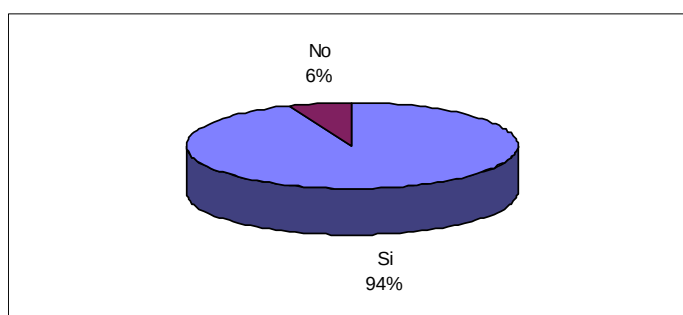


Figura 11: Nivel de aceptación para el establecimiento del control de precios.

Fuente: Encuesta

Fecha Estimación: Septiembre 1999.

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
-----------	-----------------	---	---------

Si	88	94	Para mayor precisión en las compras Mayor transparencia. Acabar con las mafias de intermediarios. Para que se venda más al por menor. Para que no engañen a los incautos. Mayor motivación a compras y más beneficio comercial. Mayor control de precios, calidad y presentación.
NO	6	6	No saben como se controlaría ni quien lo haría.

ANÁLISIS

La mayoría de compradores están de acuerdo en que no existe un sistema de control de precios, clasificación, calidad y presentación y por tanto aceptan el montaje de un control general de indicadores de mercadeo, con el fin de obtener mayores beneficios, eliminar los intermediarios y lograr una transparencia total en el sistema de mercado de productos agropecuarios y de víveres y abarrotes.

12. Posición frente a la ampliación de la infraestructura física, de horario y de información de Mercabastos

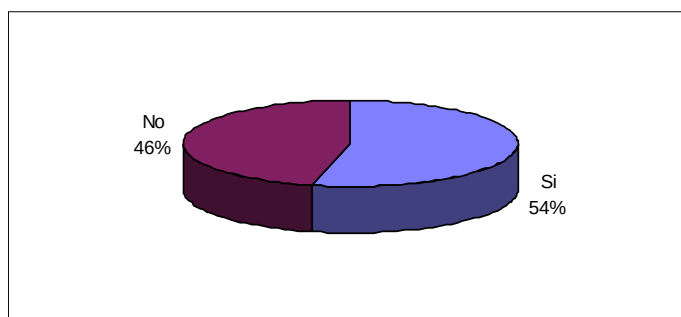


Figura 12. Nivel de aceptación de la ampliación de Mercabastos

Fuente: Encuesta

Fecha: Estimación Septiembre 1999

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
SI	55	59	Para que se pueda comprar durante el día. Para conocer los servicios. Comprar al detal. Amplien las vías de acceso.
NO	39	41	Es mejor que lo acaben. No les interesa No lo conocen.

ANÁLISIS

Los compradores si quieren y desean la ampliación y puesta en funcionamiento de Mercabastos con el fin de que se mejoren los servicios y pueden acceder a toda hora al mercado minoristas.

13. Posición frente a la implementación del Centro de Modernización y regulación del mercado agropecuario tanto mayorista como minorista

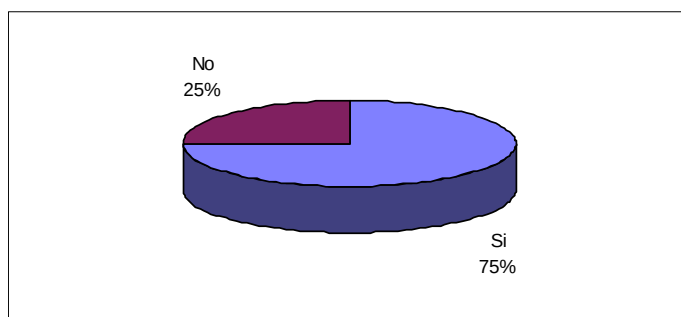


Figura 13. Nivel de aceptación del centro de Modernización y regulación.

Fuente: Encuesta

Fecha de estimación: Septiembre 1999

Respuesta	Nº propietarios	%	Razones
SI	71	75	Mejoramiento tecnológico. Preparación para el año 2000 Mejor servicio al cliente Sería excelente para todos los restaurantes y hoteles. Se compra lo necesario. Mejores compras y más rentabilidad. Otra alternativa de mercadeo
NO	23	25	No les interesa ni les conviene

ANÁLISIS

Los compradores si desean el establecimiento de un centro de modernización y regulación, con el fin de tener una mayor organización del mercado, abaratando costos, mejorando todos los servicios y canalizando los ajustes tecnológicos para la entrada del siglo XXI.

14. Sugerencias para el Centro de Modernización y Regulación que ayuden a solucionar problemas que se presentan en el mercado de Centro Abastos.

Que se haga una infraestructura nueva y moderna

Que haya más aseo, orden y seguridad.

Mejoramiento de todos los servicios para el usuario.

Que haya información oportuna y veraz del mercado.

Que exista regulación y control de precios, calidad y presentación.

Que la administración sea más eficiente y eficaz.

Que se hagan los ajustes tecnológicos y se implementen computadoras, código de barras, básculas electrónicas, cajeros automáticos, bancos.

Que sea un centro especializado por secciones.

Mayor información y publicidad al mercado.

Que no se cobre la entrada.

2.2 CONCLUSIONES GENERALES

De todo el proceso metodológico, en especial del procesamiento y análisis de la información, se pueden precisar las siguientes conclusiones:

Que Centroabastos es preferido por todos los compradores al por mayor, de productos agropecuarios, y que el mercado minorista, centrado en Mercabastos, es desconocido para la mayoría, demostrando que no se le ha hecho la debida publicidad y promoción, con el objeto que beneficie a sectores minoritarios del mercadeo.

Que el mercado de víveres y abarrotes tampoco ha tenido su debida promoción, no teniéndose en cuenta por los compradores que se surten de productos agropecuarios.

Faltan estrictos controles de precios, calidad, presentación y empaque de los productos agropecuarios, lo cual deja mal parada a la administración de Centroabastos, teniéndose que mejorar esa situación en el inmediato futuro.

El sistema de información de precios, cosechas u otros indicadores es totalmente ineficiente e inexistente, lo cual deja descontento en los usuarios.

Los usuarios están de acuerdo en el montaje del centro de modernización y regulación, que sea funcional y que administre todos los sistemas de mercadeo a fin de obtener mayores beneficios, urgen sobremanera la implementación de nuevas tecnologías y acordes al ingreso del tercer milenio.

Por último, es urgente revivir, reestructurar y promover el Mercabastos o mercado minorista, de tal forma que beneficie a todos los sectores de la población sin discriminaciones de estratos. Su reestructuración parte de las adecuaciones locativas necesarias, partiendo de una buena división de secciones para productos cárnicos y lácteos, agrícolas y de viveros y abarrotes es decir el Centro de Modernización y regulación del mercadeo Agropecuario de Centroabastos S.A..

3. INGENIERIA DEL PROYECTO

La interrelación de los aspectos macros (tamaño, capacidades, estructura económica, localización y estructura organizacional) con los micros de proyecto (inversiones, gastos operacionales, costos, ingresos, margen de utilidad, etc.), conforma el objetivo de esta unidad y precisa la evolución del proyecto en sus parámetros más relevantes.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El volumen óptimo de producción por periodo de tiempo determina el tamaño de una empresa, debiendo responder al comportamiento del mercado y la capacidad de atenderlo acorde a la disponibilidad de los recursos.

Teniendo como base la Central Mayorista de Mercadeo Agropecuario, el Centro de Modernización y Regulación, CEMORE, busca posicionarse del mercado MINORISTA, ofreciendo variedad de productos, calidad, presentación y precios regulados, con el fin de atender las necesidades de los micromercados, supermercados, clubes, hoteles, clínicas y al consumidor final (familias).

Además de atender la demanda de productos alimentarios, CEMORE presenta su capacidad organizacional, económica y financiera, de tal forma que se cumplen sus objetivos bajo los parámetros que se exponen a continuación.

3.1.1 Capacidad Diseñada.

Acorde al radio de acción establecido en el acápite contextual, se diseñó un centro con capacidad suficiente de almacenamiento en granos y abarroses, frutas, legumbres, hortalizas, carnes, de tal forma que se atienda la demanda existente. Esta capacidad es susceptible de cambios y modificaciones, teniendo en cuenta los siguientes factores: la variación de costos que refleja la relación entre capacidad y tipos de procesos productivos; el crecimiento demográfico de la zona de influencia del proyecto y que según el DANE alcanzó un 3% promedio de crecimiento en el A.M.B., desde el último censo y que según la proyección, de la misma cantidad, para el año 2003 la población ascendería a 1.066.532 habitantes.

3.1.2 Capacidad Instalada.

CEMORE cuenta con un terreno de superficie 6.300 m², de los cuales se construiría aproximadamente 5.381 m², distribuida así: Administrativa 153 m²; módulos de comercialización, 2.455 m²; área externa (de servicios) con 2.773 m². Esta estructura está diseñada para un total de locales (productos agropecuarios y de servicios) de 313 y con otros servicios adyacentes como módulos de refrigeración (3), zona de selección y empaque de productos (4), parqueadero público gratis (1), baños públicos (2 baterías), zona deportiva, vías peatonales y zonas verdes. El área restante se irá adecuando acorde a las necesidades del servicio.

3.1.3 Capacidad Operativo-Administrativa

En cuanto al nivel operativo – administrativo la planta de personal se estructura con cinco (5) empleados en cabeza del administrador general. El servicio de vigilancia y seguridad se contrata con una empresa privada en número de 2 personas. Los horarios de trabajo los establecerá el Administrador general, acordes a las necesidades del servicio y a las funciones específicas.

3.1.4 Capacidad Económica

Teniendo en cuenta la infraestructura física de la empresa, los costos operativos, los niveles de inversión, se diseña una capacidad económica de la siguiente forma:

Recursos propios de Centro Abastos	\$350.000.000
Recursos de crédito	\$170.000.000
Venta Acciones (100%)	\$758.845.000
TOTAL DE RECURSOS	\$1.278.845.000

Esta capacidad económica deber ser aprobada por la Junta Directiva de CENTROABASTOS S.A., quien a la vez ejercerá un control fiscal estricto sobre cada una de las inversiones y gastos operacionales, a través el Revisor Fiscal. CEMORE en su etapa de construcción dependerá exclusivamente de la Junta Directiva y del Gerente General. En su etapa de funcionamiento será una dependencia de CENTROABASTOS con Administración Delegada pero con autonomía administrativa y presupuestal.

3.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO

3.2.1 Integración en el Medio

El centro de Modernización y regulación CEMORE, establece su ubicación en el costado sur – oriental de Centroabastos, en un lote de 6.300 m², del municipio de Bucaramanga, departamento de Santander, República de Colombia.

El sitio tiene fácil acceso desde todos los frentes del área metropolitana de Bucaramanga y otras localidades regionales, pues cuenta con la siguiente malla vial:

Autopista Bucaramanga – Girón – Lebrija.

Vía Palenque – Café Madrid

Anillo Vial que une Piedecuesta – Floridablanca – Girón.

Vía calle 45, que comunica a Bucaramanga con Chimitá

De todas maneras es necesario abrir nuevas rutas de bus urbano pues actualmente se cuenta con sólo seis rutas siendo Floridablanca el sector más desatendido.

3.2.2 Combustible

Este rubro no tiene inconvenientes, algunos puestos que Centroabastos cuenta con su propia estación de servicios (E.D.S), para facilidad de transportadores y usuarios y cuya concesión de suministro de combustibles y lubricantes lo tiene la empresa TERPEL, S.A.

3.2.3 Servicios Públicos

La infraestructura de servicios públicos es altamente aceptable y cuenta con los servicios de acueducto y alcantarillado, aseo, electricidad, telefonía y gas natural, lo cual favorece la comercialización de CEMORE.

3.2.4 Mano de Obra

El alto índice de desempleo que presenta el país en general y Bucaramanga en particular, garantiza a CEMORE el reclutamiento y selección de la mano de obra, tanto calificada como no calificada, para el desarrollo administrativo y operacional de la entidad. Por el contrario la apertura y puesta en marcha de CEMORE conlleva a generar un sin número de empleos directos e indirectos.

3.2.5 Estructura Tributaria

En cuanto hace referencia a los tributos nacionales, CEMORE, se atiene a la normatividad establecida por la DIAN y por supuesto a los dictámenes del departamento contable de CENTROABASTOS S.A.

De igual manera y con relación a Bucaramanga, CEMORE cumplirá con lo dispuesto en el código de rentas Municipales que fija las normas del impuesto de Industria y Comercio.

3.3 INVERSIONES PREVISTAS Y TERRENOS DISPONIBLES Y SU DISTRIBUCION

Para iniciar la construcción, adecuación y montaje de CEMORE, Centroabastos cuenta con un terreno de 6.300 m² de superficie. La construcción se realiza en principio de un sólo piso. Cada módulo o área se adecuará acorde a los productos que se van a expender conservando las normas sobre seguridad, salubridad y funcionalidad operativa. Los presupuestos de construcción y adecuación que se presentan, más adelante son a todo costo.

La distribución en planta, que se detalla a continuación, tiene como objetivo el mayor posicionamiento de los recursos (humanos, materiales y tecnológicos) para que el proceso productivo sea funcional, ordenado y coherente. (ver el plano de la planta).

El valor por metro cuadrado fue suministrado por el Departamento de Ingeniería de Centroabastos S.A en base a los materiales con que están construidas las actuales bodegas que son en ladrillo, piso en cemento y techo de estructura metálica con láminas de aluminio.

CUADRO N°1 DISTRIBUCION INTERNA DE MERCADEO

Orden de área	Nombre del área	No. de locales	Area local (m ²)	Area total (m ²)*	V/r construcción (m ²)	V/r total Miles
1	Granos y abarrotes	70	11	830	175,000	145,250
2	Carnes	65	6	430	220,000	94,600
3	Frutas verduras	80	4	360	265,000	95,400
4	Hortalizas legumbres	80	7	595	190,000	113,050
5	Cafetería	4	50	240	198,000	47,520
TOTAL		299		2,455		495,820

* Incluye pasillos

Fuente: Centroabastos - Autores Proyecto

Fecha estimación: Septiembre de 1999

CUADRO N° 2 DISTRIBUCION AREA ADMINISTRATIVA

Orden de área	Nombre del área	Area sección	Area Total (m ²)	V/r construcción (m ²)	V/r total Miles
6	Administración	15	15	230,000	3,450
7	Secretaría	12	12	230,000	2,760

8	Supervisión	14	14	230,000	3,220
9	Baño	12	12	230,000	2,760
10	Salón múltiple	100	100	230,000	23,000
TOTAL			153		35,190

Fuente: Autores del Proyecto

Fecha estimación: Septiembre de 1999

CUADRO N°3 DISTRIBUCION AREAS EXTERIORES

Orden de área	Nombre del área	No. de locales	Area local (m ²)	Area Total (m ²)	V/r construcción (m ²)	V/r total Miles
11	Cargue- descargue	2	120	240	19,000	4,560
12	Selección- empaqué	4	75	300	19,000	5,700
13	Cuarto frío	3	18	54	28,000	1,512
14	Zona comercial	12	15	180	175,000	31,500
15	Zona bancaria	2	60	120	230,000	27,600
16	Parq. Público	1	500	500	19,000	9,500
17	Baños públicos	2	36	72	23,000	1,656
18	Zona deportiva	1	400	400	35,000	14,000
19	Peatonales y Zonas verdes	Varias	907	907	19,000	17,233
TOTAL				2773		113261

Fuente: Autores del Proyecto

Fecha estimación: Septiembre de 1999

Se puede afirmar que la distribución en planta cumple con los siguientes principios:

Integración y Cómputo

Mínimas distancias recorridas

Buena circulación y flujo de materiales

Comodidad, satisfacción y seguridad para el consumidor final.

Flexibilidad operativa y administrativa.

Los insumos, equipos de proceso, equipos de computación y comunicación, los muebles y enseres y la publicidad indispensable para el lanzamiento del proyecto se desglosan a continuación, especificando su descripción, cantidad, su valor unitario y los valores totales, así :

CUADRO 4 EQUIPOS DE PROCESO

Descripción	Cantidad	V/r Unit	V/r Total Miles
Báscula electrónica 1/4 Ton	4	850,000	3,400
Cámara de refrigeración 2 Ton	3	7,000,000	21,000
selladoras bolsas plásticas	2	350,000	700
Canastillas plásticas	24	7,500	180
Zorra transporte canastas	1	267,000	267
Carros transporte mercado	100	77,500	7,750
TOTAL			33,297

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : octubre de 1999

CUADRO 5 EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACIONES

Descripción	Cantidad	V/r Unit	V/r Total Miles
Televisores	8	580,000	4,640
VHS	1	290,000	290
Equipo de audio (área 2455 m ²)	1	3,588,000	3,588
Computadores pentium III	2	1,900,000	3,800
Impresora láser	1	400,000	400

Impresora de punto	1	800,000	800
Tarjeta T.V. Y Red	1	700,000	700
Retroproyector acetatos	1	974,000	974
Proyector opacos	1	3,712,000	3,712
Indicador láser	1	139,000	139
Calculadoras escritorio	3	140,000	420
Máquina electrónica	1	65,000	65
Línea telefónica	1	360,000	360
Fax	1	1,200,000	1,200
Teléfono	1	40,000	40
Reguladores de voltaje	2	42,000	84
Fotocopiadora	1	3,000,000	3,000
TOTAL			24,212

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

CUADRO 6 MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	V/r Unit	V/r Total Miles
Escritorio-silla gerencial	1	670,000	670
Escritorio -sillas varias	2	292,000	584
Mesas auxiliares	4	150,000	600
Sillas auxiliares	6	90,000	540
Archivadores	2	200,000	400
Tablero fórmica	1	221,000	221
Estantes	3	130,000	390
Sillas para conferencias	50	112,000	5,600
TOTAL			9,005

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

CUADRO 7 INSUMOS Y UTENSILIO DE OFICINA

Descripción	Cantidad	V/r Unit	V/r Total Miles
Papelería impresa (Resmas)	5	9,000	45
Papelería blanca (Resmas)	5	7,000	35
Grapadoras, perforadoras sacaganchos, etc.			300
TOTAL			380

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

CUADRO 8 PUBLICIDAD

Descripción	Cantidad	V/r Unit	V/r Total Miles
Folleto	5000	80	400
Radio			3,000
Lanzamiento			4,000
TOTAL			7,400

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación

3.4 PROCESO DE PRODUCCION

La descripción del proceso se explica con un flujograma de circulación, como una forma práctica y didáctica de realizar la presentación, que conlleve a un mayor entendimiento.

3.4.1 Insumos Básicos y Materiales Básicos:

Canastas

Empaques

Etiquetas

Vehículos (carritos) transporte de productos.

Zorras movilización productos.

Agua

Utensilios aseo e higiene

Ambientadores

3.4.2 Sistemas Básicos:

Cámaras de refrigeración

Sistema de Cómputo

Sistema de regulación e información

Módulo de información

3.4.3 Productos

Granos, víveres y abarrotes

Carnes (bovina, porcina, pescados y otros)

Frutas, verduras

Lácteos

Hortalizas, legumbres y otras

3.5 DIAGRAMA DE PROCESO

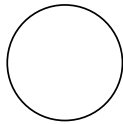
Presenta en forma general las actividades y operaciones a que se debe someter los productos para su comercialización.

3.5.1 DIAGRAMAS DE FLUJO

Con el fin de ampliar el diagrama de proceso, se presentan los elementos de flujo, identificando los cinco niveles de operación.



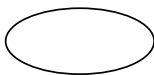
INSPECCION: Control materia prima, insumos, materiales y equipos.



OPERACION: Recepción, clasificación, empaque, etiquetado y pesaje.



CONTROL: Calidad, precios y empaques.



ALMACENAMIENTO: Productos en cuarto frío.



TRANSPORTE: Entrada y salida de productos.

3.6 INGRESOS PREVISTOS

Los ingresos previstos en el proyecto provienen de las acciones que emitirá la Central de Abastos de Bucaramanga y que es indispensable que cada comerciante compre para poder acceder a sus locales de acuerdo a los Estatutos y Reglamentos vigentes de Centroabastos S.A.

De igual manera de los cánones establecidos por arriendo de cada local y por el servicio que preste la Central tal como el cuarto de refrigeración y que se reajustan cada año por parte de la Junta Directiva. Estos ingresos se presentan en lo siguientes cuadros.

CUADRO 10 INGRESOS POR ACCIONES

Tipo de local	No. de locales	Area local (m ²)	Acciones por m ²	Acciones por local	Valor acción	Valor acciones por local	Valor acciones todos los locales	Total Acciones
Granos-abarros	70	11	551	6,061	500	3,030,500	212,135	424270
Carnes	65	6	774	4,644	500	2,322,000	150,930	301860
Frutas-verduras	80	4	472	1,888	500	944,000	75,520	151040
Horta-legumbres	80	7	442	3,094	500	1,547,000	123,760	247520
Cafetería	4	50	774	38,700	500	19,350,000	77,400	154800
Zona comercial	12	15	790	11,850	500	5,925,000	71,100	142200
Zona bancaria	2	60	800	48,000	500	24,000,000	48,000	96000
	313						758,845	1517690

Fuente : Centroabastos - Autores del proyecto
 Fecha estimación : Octubre de 1999

CUADRO 11 INGRESOS POR ARRIENDO

Tipo de local	No. de locales	Area local (m ²)	Valor m ² mensual	Valor local mensual	Valor arriendo todos los locales	Ingreso anual por arriendo
Granos-abarrotes	70	11	4,330	47,630	3,334,100	40,009
Carnes	65	6	6,340	38,040	2,472,600	29,671
Frutas-verduras	80	4	6,460	25,840	2,067,200	24,806
Horta-legumbres	80	7	6,460	45,220	3,617,600	43,411
Cafetería	4	50	8,490	424,500	1,698,000	20,376
Zona comercial	12	15	6,610	99,150	1,189,800	14,278
Zona bancaria	2	60	7,990	479,400	958,800	11,506
Cuarto frío*	3	18	16,440	295,920	887,760	10,653
Baños públicos	2				1,050,000	12,600
	318					207,310

Fuente : Centroabastos - Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

CUADRO 12 RESUMEN DE INVERSIONES Y GASTOS DE OPERACIÓN

INVERSIONES FIJAS	
Infraestructura física	644,271
Equipos de proceso	33,297
Equipos de comp. y comunicaciones	24,212
Muebles y enseres	9,005
SUBTOTAL	710,785
GASTOS DE OPERACIÓN (Primer año)	
Insumos	380
Publicidad	7,400
Nómina	71,419
Gastos legales	678
Servicios públicos	18,000
Mantenimiento	9,600
Seguros	7,368
Gasto financieros	51,000
Otros gastos generales	5,000
SUBTOTAL	170,845
TOTAL	881,630

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

Para entender el valor de \$16.440/m²/mes se deben tener en cuenta

que el servicio se cobra por posición de productos en el cuarto frío.

Una posición es de 700 Kgr. de producto y que equivale a 30 canastillas. La posición vale \$3.450 y se cobran así sea 1 o 30 canastillas vacías o llenas. Luego para determinar el ingreso anual por servicio de cuarto frío se hace la siguiente conversión :

- 700 Kgr. $\cong$ 30 canastas $\cong$ \$ 3.450 luego 1 canasta $\cong$ \$115
- 18 m² $\cong$ 2.000 Kgr. luego 1 m² $\cong$ 111 Kgr.
- 6,3 m² $\cong$ \$548/día $\cong$ \$16.440/mes

Es bueno anotar que el servicio de refrigeración lo presta CEMORE a través de la oficina de Supervisión.

** El servicio de baños Públicos CEMORE lo presta a través de un contrato de arrendamiento, con una entidad de beneficio social y sin ánimo de lucro, que pone los dos baterías sanitarias (masculino y femenino). Se tasa un número diario de servicios, que asciende a 350 y el valor del servicio \$200. Este valor se distribuye por partes iguales entre la entidad arrendadora y CEMORE.

3.7 ASPECTOS TECNICOS

En cuanto a los aspectos técnicos relevantes se contemplan la modernización y la regulación. La primera entendiéndose como las adecuaciones tecnológicas necesarias para el proceso operativo de la empresa y la segunda tomándose como el control que se debe realizar, a través de la oficina de supervisión, en cuanto a precios, calidad y pesos y medidas.

3.7.1 MODERNIZACION

CEMORE establece el sistema de información de precios minoristas contando con una unidad central para distribuir la información a los usuarios compradores y usuarios arrendatarios, a través de televisores instalados en las diferentes áreas de ventas. Toda la información se debe procesar en forma veraz y oportuna con el fin de no causar traumatismos en la comercialización. Se debe informar en forma clara y precisa las épocas de abundancia y escasez de los productos y comunicarlos a todos los usuarios.

De igual manera es relevante el establecimiento de una zona de clasificación y empaque de productos con el ánimo de mantener una alta calidad, una buena presentación y por ende un estándar de pesos y medidas. El manejo y exhibición de los productos debe hacerse

obviamente en canastillas al estilo supermercado. Lo anterior se ejecuta con los usuarios arrendatarios y la supervisión técnica de la entidad.

La sistematización de todos los procesos administrativos y contables, garantizan transparencia, economía y celeridad a las funciones propias de CEMORE, de tal forma que se alcancen altos niveles de eficiencia y eficacia.

3.7.2 REGULACION

El proceso de regulación se realiza aplicando o adecuando la normatividad existente, para mercados minoristas, de productos agropecuarios y de víveres y abarrotes, en cuanto a precios, calidad, pesos y medidas.

3.7.2.1 Precios.

El precio de los productos se establece acorde a la oferta y la demanda. Sin embargo, su regulación se da por medio de la divulgación, veraz y oportuna, de precios y volúmenes a través de los medios de comunicación existentes como radio, prensa, televisión y

boletines en forma general y por intermedio de los monitores de televisión en forma interna. De acuerdo a los precios mayoristas se pueden establecer, en forma objetiva, los precios minoristas, para que sirva de información al público y así evitar la especulación.

3.7.2.2 Calidad.

Aplicación del manual Icontec para comercialización de productos (de importación y exportación) y que sirve de referencia para el mercado minorista local en cuanto a tamaño, colores, madurez, análisis bromatológico y tipo de empaque. De igual manera se solicitará la colaboración de DASSBU o su equivalente para el análisis de la inocuidad de los productos y así alertar a los productores, comerciantes y consumidores sobre este hecho. Al fomentarse lo anterior como un procedimiento rutinario, las advertencias dejarían de ser sólo eso y se transformaría en conciencia ciudadana para los productores y comerciantes.

3.7.2.3 Pesos y Medidas

Teniendo en cuenta las orientaciones emanadas de la oficina de Metrología, adscrita al Ministerio del Interior, sobre pesos y medidas,

se debe promover el cambio en los materiales de empaque (madera o plástico), para evitar daños ecológicos y ambientales, y sí participando del desarrollo, sostenible del agro. Se debe impulsar la estandarización de pesos, con el ánimo de buscar la uniformidad. Así se debe establecer que un bulto de papa pese exactamente 62,5 Kgr, pues lo contrario, ya sea por exceso o por defecto, infringe las normas de la comercialización legal.

3.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El Centro de Modernización y Regulación CEMORE, adscrito como dependencia de la Central de Abastos de Bucaramanga S.A., plasma su estructura administrativa y financiera, bajo los siguientes parámetros:

3.8.1 Organigrama

3.8.2 Sociedad

La Central de Abastos de Bucaramanga Sociedad Anónima, cuya razón social es CENTROABASTOS S.A., de nacionalidad colombiana, cuya naturaleza es de ECONOMÍA MIXTA, indirecta o de segundo grado, del orden Municipal y vinculada al Municipio de Bucaramanga,

creada según escritura pública N. 2840 del 25 de septiembre de 1981 de la notaría Primera del círculo de Bucaramanga.

La sociedad tiene su domicilio en la ciudad de Bucaramanga, capital del departamento de Santander, República de Colombia, pero podrá crear oficinas o dependencias y establecer sucursales o agencias en el mismo lugar del departamento o del país y designar apoderados o representantes dentro y fuera del país.

El objeto de la sociedad es la planeación , promoción, creación, puesta en funcionamiento, desarrollo, explotación o aprovechamiento, dirección o administración de una Central de Abastecimiento y de los centros regionales de Acopio necesarios para al ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana y demás zonas de influencia; y la de contribuir a la solución de problemas de mercadeo de productos agropecuarios en la misma, mediante la construcción y manejo de una y otros; la organización de programas de mercadeo que mejoren el sistema de distribución mayorista, detallista y la asistencia técnica de los usuarios.

El propósito es lograr una adecuada canalización en la distribución, consumo, transporte y venta de productos alimenticios, en procura de

bienestar para la ciudadanía. En desarrollo de estos objetivos, la sociedad podrá, entre otros:

- Dar o tomar en arrendamiento toda clase de bienes.
- Contratar servicios de personas naturales o jurídicas.
- Organizar dentro de la empresa, departamentos técnicos encargados de realizar estudios, prestar servicios de asesoría a terceros para el mejor logro del objeto social.
- Explotar sus activos, según sus estatutos o reglamentaciones que al efecto dictare la sociedad.
- Celebrar toda clase de negocios jurídicos compatibles y tendientes al desarrollo de su objeto social.

Bajo estos parámetros y en desarrollo de su OBJETO SOCIAL, se crea en Centro de Modernización y Regulación CEMORE, que se regirá por los estatutos y reglamentos vigentes de la Central de Abastos de Bucaramanga S.A.

3.8.3 Organos de Dirección y Administración

Los conforman la Asamblea General de Socios, la Junta Directiva, el Gerente General y el administrador. La Asamblea la constituyen los accionistas (clases A y B) reunidos en el Quórum y en las condiciones previstas en los estatutos.

La Junta Directiva la conforman nueve (9) miembros, entre representantes del sector oficial y del sector privado. La Junta Directiva nombra el representante legal, que para todos los efectos es el Gerente General.

El Gerente General nombra y posesiona al Administrador de CEMORE y éste a la vez nombra y posesiona a los empleados del Centro de Modernización y Regulación. El Gerente General en común acuerdo con el administrador determinarán las funciones del personal de CEMORE y el segundo elaborará el manual de procedimiento, acorde a la normatividad laboral vigente o futura.

3.8.4 Perfiles de los Funcionarios

3.8.4.1 Administrador

- Profesional en Administración De Empresas Agropecuarias.

- Experiencia mínima de dos años en cargos directivos.
- Experiencia mínima de un año en manejo agroindustrial.

3.8.4.2 Secretaria General

- Ser bachiller
- Acreditar CAP del Sena en secretariado ejecutivo
- Experiencia mínima de un año en cargo similar
- Experiencia en sistemas computarizados

3.8.4.3 Supervisor

- Tecnólogo en alimentos o agropecuario
- Poseer carnet de manipulación de productos alimentarios
- Experiencia mínima de dos años en cargo similar
- Experiencia en manejo de programas computarizados

3.8.4.4 Servicio Generales

- Mujer mayor de edad
- Acreditar noveno grado de Educación Básica

3.8.4.5 Vigilante

- Ser bachiller

- Situación militar definida
- Acreditar sesenta (60) horas de capacitación en relaciones humanas.

3.9 HORARIO DE ATENCION DE CEMORE

Habida cuenta de que las actividades de Centroabastos, en cuanto a cargue y descargue de productos, comienzan a las 2 a.m., y que cada usuario – arrendatario destina un tiempo mínimo de dos horas para sus actividades de compra, selección y empaque y pesaje de sus productos, se establece el horario de atención al público de 4 a.m., hasta la 1 p.m., todos los días.

3.10 OBSERVACIONES GENERALES

Cada usuario arrendatario es responsable del mantenimiento de su respectivo local, conservándolo en buenas condiciones higiénico sanitaria, estéticas y ambientales.

Se prohibirá tajantemente utilizar altavoces o equipos similares para

promocionar sus productos.

Los servicios de agua y luz se pagarán por partes iguales entre todos los locales. El servicio de gas, para cafeterías, corren a cargo del respectivo usuario – arrendatario y cada local tendrá su medidor independiente. El servicio telefónico estará a cargo de cada local, con líneas totalmente independientes.

Los proveedores directos de CEMORE serán los mayoristas de la Central de Abastos, teniendo como fin incentivar ese mercado y su participación en el minorista.

4. ESTUDIO Y ANÁLISIS FINANCIERO

A partir de la constitución de los ingresos esperados (generados por acciones o arrendamientos) como de los egresos ocasionados (inversiones y gastos) para poner en funcionamiento a CEMORE, valores establecidos en la ingeniería del proyecto y otros no

preestablecidos, aquí se estudiarán los aspectos financieros del estudio. El análisis financiero se realiza fijando los niveles de inversión, proyecciones operativas (gastos e ingresos), punto de equilibrio (nivel donde el proyecto es atractivo), flujos de fondos (niveles de operación en el tiempo), con el ánimo de determinar el norte de la empresa y la evaluación de la investigación.

4.1 INVERSIONES EN EL PROYECTO

Las determinaciones que se decidan a partir de la ingeniería del proyecto deben justificarse desde la óptica financiera, demostrando que el inversionista cuenta con los suficientes recursos económico-financieros para ejecutar las inversiones y los egresos corrientes que fijen la factibilidad del estudio con referencia a proceso, tamaño y localización. Para esto se tiene en cuenta la siguiente información.

4.1.1 Necesidades de Capital

Este rubro se presenta bajo los parámetros de inversión y operación inmediata acorde a valores establecidos con anterioridad.

CUADRO 13 NECESIDADES MINIMAS DE CAPITAL

Descripción	Valor Miles
-------------	-------------

Inversión fija	710,785
Gastos de operación primer mes	14,237
TOTAL	725,022

Fuente : Autores del proyecto
Fecha estimación : Octubre de 1999

4.1.2 Capital Disponible

Este rubro se refiere a los recursos económicos con que se cuenta para iniciar el proyecto de inversión.

CUADRO 14 CAPITAL DISPONIBLE

Descripción	Valor Miles
Recursos propios efectivo	350,000
Acciones (40% vendidas sobre planos)	303,538
Recursos de crédito	170,000
TOTAL	823,538

Fuente : Autores del proyecto
Fecha de estimación : Octubre de 1999

4.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO 15 CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Valor miles
Capital disponible (Sin terrenos)	520,000
Acciones (40% vendidas sobre planos)	303,538
Menos inversión fija (sin terrenos)	710,785
SUBTOTAL	112,753
Menos gastos de operación primer mes	14,237
Capital de trabajo	98,516

Fuente : Autores del proyecto
Fecha estimación : Octubre de 1999

En un proyecto de tipo macro un capital de trabajo de \$98.516.000 es apenas normal, más cuando en los gastos de operación aparecen rubros que no son de egreso inmediato sino que son provisiones, tales como: nómina personal, servicios públicos e intereses (semestre vencido), hecho que deja flexibilidad en ese capital de trabajo. Este capital se puede emplear para realizar ajustes de funcionamiento e imprevistos, como también, sin ser línea o actividad principal, colocarlo en el sistema financiero (CDT – TES – etc.), acordes al costo oportuno del dinero y en el corto plazo.

4.2 CAPACIDAD DE INVERSIÓN DE CEMORE

Habiéndose precisado el tamaño del proyecto, su capacidad instalada y su capital disponible; su nivel de inversión fija y los gastos operacionales iniciales, se puede afirmar que existe capacidad económica y financiera para el montaje y puesta en funcionamiento del Centro de Modernización y Regulación CEMORE, tal como se desprende de la siguiente información.

4.2.1 Fuente de Financiamiento

La estructura económica – financiera la conforman los aportes directos de CENTROABASTOS y los recursos del crédito. Estos últimos se deben conseguir en el corto plazo a fin de contratar las obras civiles y estructurales, así como realizar el montaje y puesta en funcionamiento de CEMORE.

Se optó por la línea FINAGRO, que dirige el Banco Ganadero, que precisó la siguiente simulación financiera:

CUADRO 16. FINANCIACIÓN CRÉDITO.

S	Saldo	Cuota	Inter. Semestre	año	Interés anual
1	170,000,000.00		25,500,000.00		
1	170,000,000.00		25,500,000.00	1	51,000,000
2	127,500,000.00	42,500,000.00	25,500,000.00		
2	85,000,000.00	42,500,000.00	19,125,000.00	2	44,625,000
3	42,500,000.00	42,500,000.00	12,750,000.00		
3	0.00	42,500,000.00	6,375,000.00	3	19,125,000

ENTIDAD : BANCO GANADERO

TASA DE INTERÉS EFECTIVA ANUAL :28,66%

PLAZO AMORTIZACIÓN : 2 AÑOS = 4 SEMESTRES

PLAZO DE GRACIA :1 AÑO = 2 semestres

REQUISITOS :

ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD.

MATRÍCULA CÁMARA COMERCIO.

BALANCE A ÚLTIMO AÑO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

PROYECTO DE INVERSIÓN

GARANTÍAS REALES

Fuentes: Banco Ganadero

Fecha estimación: Octubre 1999

Como CEMORE y por supuesto CENTROABASTOS comercializan productos del sector primario, a través de los usuarios – arrendatarios, éste préstamo se puede subsidiar a través del ICR (Incentivo de Capitalización Rural), pues el objeto de la empresa, es la modernización y regulación tecnológica y además el monto del crédito no es inferior al 50% de la inversión, hecho que facilita un descuento del 30% máximo y regulado sobre 400 salarios mínimos mensuales vigentes.

4..2.2 Presupuesto de Ingresos

Los ingresos están configurados por el valor de las acciones a pagar por los usuarios – arrendatarios y por el pago de arrendamiento o

administración que ellos realizan mensualmente y de obligatorio cumplimiento. Según los cuadros 10 y 11 se totalizan así:

CUADRO 17 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Rubro	Valor miles
Ingresos por acciones	758,845
ingresos por arriendo (8 meses de funcionamiento primer año)	138,207
TOTAL	897,052

Fuente : Autores del proyecto
 Fecha estimación : octubre de 1999

Suponiendo que la construcción dura cuatro meses y la venta se hace sobre planos la operación de CEMORE tiene un año inicial de ocho meses.

4.2.3 Proyección Presupuestal.

El presupuesto de efectivo para cada año de la vida útil del proyecto se presenta en el siguiente cuadro, parametrizando los rubros principales de ingresos y egresos, como los saldos de efectivo año a año. Este presupuesto contempla sólo lo pagado sin lo causado. Como el primer año es de ocho meses algunos rubros como las prestaciones laborales y servicios públicos se paga al siguiente año.

CUADRO 18 PRESUPUESTO DE EFECTIVO

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo anterior	0	574,019	200,534	218,990	354,202
Efectivo	350,000				
Préstamo	170,000				
Venta acciones	758,845				
Arriendos	138,207	238,407	274,168	315,293	362,587
SUBTOTAL	1,417,052	812,426	474,702	534,284	716,789
EGRESOS					
Activos fijos	710,785				
Insumos	253	418	460	506	556
Publicidad	7,400	6,167	5,139	4,282	3,569
Nómina	45,316	78,119	87,377	96,105	105,768
Gastos legales	678	746	820	902	993
Servicios públicos	10,500	18,150	19,965	21,961	24,157
Mantenimiento	6,400	10,560	11,616	12,778	14,055
Seguros	7,368	8,105	8,915	9,807	10,787
Gastos financieros	51,000	44,625	19,125		
Deuda Financiera		85,000	85,000		
Deuda Centroabastos		350,000			
Otros gastos generales	3,333	5,500	6,050	6,655	7,321
Cuentas por pagar		4,502	6,398	7,037	7,741
Impuesto por pagar			4,847	20,048	34,684
SUBTOTAL	843,033	611,892	255,712	180,082	209,631
TOTAL EFECTIVO	574,019	200,534	218,990	354,202	507,158

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

4.2.4 Punto de Equilibrio

Este punto facilita la toma de decisiones sobre los estatutos financieros y económicos, siendo de vital importancia en la planeación empresarial.

En el primer año de operaciones que es de ocho meses no se alcanza el punto de equilibrio porque hay pérdidas por \$26.650.000. Por la actividad principal el arriendo de locales se toma el punto de

equilibrio en el tiempo sobre el 100% de los locales arrendados. A partir del punto de equilibrio calculado el resto de año es ganancia.

CUADRO 19 PUNTO DE EQUILIBRIO

Año	Egresos	Ingresos	Egresos/Ingresos	Por doce meses	Punto de equilibrio a los:
2	224,558	278,407	0.81	9.68	9.68 meses
3	216,894	274,168	0.79	9.49	9.49 meses
4	216,197	315,293	0.69	8.23	8.23 meses
5	236,773	362,587	0.65	7.84	7.84 meses

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

Los datos empleados en su obtención, se visualizan en el cuadros de pérdidas y ganancias proyectadas.

4.2.5 Estados Financieros

Se presentan a continuación los estados financieros para los siguientes cinco años. Ellos visualizan más claramente la situación real de la entidad en el largo plazo y su propia factibilidad.

CUADRO 20 ESTADO DE PERDIDAS Y GANCIAS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS					
Arriendos	138,207	238,407	274,168	315,293	362,587
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	138,207	238,407	274,168	315,293	362,587

EGRESOS OPERATIVOS					
Insumos	253	418	460	506	556
Publicidad	7,400	6,167	5,139	4,282	3,569
Nómina	48,318	82,867	92,599	101,849	112,091
Gastos legales	678	746	820	902	993
Servicios públicos	12,000	19,800	21,780	23,958	26,353
Mantenimiento	6,400	10,560	11,616	12,778	14,055
Seguros	7,368	8,105	8,915	9,807	10,787
Otros gastos generales	3,333	5,500	6,050	6,655	7,321
Depreciación	28,107	45,771	50,383	55,460	61,048
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	113,857	179,933	197,762	216,197	236,773
RESULTADO EJERCICIO OPERATIVO	24,350	58,474	76,406	99,096	125,814
EGRESOS NO OPERATIVOS					
Gasto financieros	51,000	44,625	19,125		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	51,000	44,625	19,125	0	
UTILIDAD BRUTA DEL EJERCICIO	-26,650	13,849	57,281	99,096	125,814
Impuesto a la renta 35%		4,847	20,048	34,684	44,035
Reserva legal 10%		1,385	5,728	9,910	12,581
Reserva estatutaria 20%		2,770	11,456	19,819	25,163
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	-26,650	4,847	20,048	34,684	44,035
UTILIDAD (PERDIDA) ACUMULADA	-26,650	-21,803	-1,755	32,929	76,964

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

CUADRO 21 BALANCE GENERAL

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES					
Caja	41,768	16,803	12,256	10,894	12,950
Bancos	532,251	183,731	206,734	343,308	494,208
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	574,019	200,534	218,990	354,202	507,158
ACTIVOS NO CORRIENTES					
No depreciables					
Terrenos	315,000	315,000	315,000	315,000	315,000
Depreciables					
Infraestructura física	644,271	644,271	644,271	644,271	644,271
Equipos de proceso	33,297	33,297	33,297	33,297	33,297
Equipos de computación y común.	24,212	24,212	24,212	24,212	24,212
Muebles y enseres	9,005	9,005	9,005	9,005	9,005
(-) Depreciación	-28,107	-73,878	-124,261	-179,721	-240,769
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	997,678	951,907	901,524	846,064	785,016
TOTAL ACTIVOS	1,571,697	1,152,441	1,120,514	1,200,266	1,292,174
PASIVO CORRIENTE					
Servicios públicos	1,500	1,650	1,815	1,997	2,196
Obligaciones laborales	3,002	4,748	5,222	5,744	6,323

TOTAL PASIVO CORRIENTE	4,502	6,398	7,037	7,741	8,519
NO CORRIENTE					
Obligaciones financieras	170,000	85,000	0	0	0
cuenta por Pagar	350,000	0	0	0	0
Impuesto Por Pagar	0	4,847	20,048	34,684	44,035
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	520,000	89,847	20,048	34,684	44,035
TOTAL PASIVOS	524,502	96,245	27,085	42,425	52,554
PATRIMONIO					
Capital suscrito y pagado	214,769	214,769	214,769	214,769	214,769
Reserva legal	0	1,385	7,113	17,023	29,604
Reserva estatutaria	0	2,770	14,226	34,045	59,208
Prima de colocación	859,076	859,076	859,076	859,076	859,076
Utilidad del ejercicio	-26,650	-21,803	-1,755	32,929	76,964
TOTAL PATRIMONIO	1,047,195	1,056,196	1,093,429	1,157,841	1,239,621
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	1,571,697	1,152,441	1,120,514	1,200,266	1,292,175

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Octubre de 1999

El estado de pérdidas y ganancias cubre todo lo causado aunque no se haya pagado ese mismo año. Por eso los rubros laborales y de servicio públicos son mayores que en el flujo de efectivo.

4.2.5.1 Indicadores Financieros

CUADRO 22 INDICADORES FINANCIEROS

Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	127.5	31.3	31.1	45.8	59.5
Solidez	3.0	12.0	41.4	28.3	24.6
Nivel de endeudamiento (Préstamo)	30	0.1	0.0	0.0	0.0
Endeudamiento total	30	0.1	0.0	0.0	0.0

Fuente : Autores del proyecto

Fecha estimación : Noviembre de 1999

4.2.5.1.1 Razón Corriente

Representa la disponibilidad de la empresa para hacer frente a la deudas de corto plazo con base en sus activos de fácil realización a corto plazo. Representa el respaldo que tiene por cada peso que debe.

4.2.5.1.2 Solidez

Da a conocer la situación de seguridad y de consistencia financiera de la empresa. Representa el respaldo de sus activo frente a terceros.

4.2.5.1.3 Nivel de Endeudamiento Externo

Indica el porcentaje de financiación de sus activos con préstamo.

4.2.5.1.4 Nivel de Endeudamiento Total

Indica el porcentaje de deuda con respecto de sus pasivos totales del total de sus activos.

Los anteriores indicadores financieros referencian una buena posición del Cemore para los siguientes años, sobre todo en cuanto obligaciones financieras

4.3 VALOR PRESENTE NETO V.P.N.

Es la transformación de ingresos futuros a pesos de hoy a una tasa de captación vigente actual. A la sumatoria de estos ingresos netos se le restan los aportes que se dieron para crear la empresa, es decir, las acciones, el resultado es el valor presente neto que debe ser mayor a cero para que el proyecto sea viable. El V.P.N. nos indica lo que vale a precio de hoy la inversión futura.

$$\begin{aligned}
 \text{V.P.N.} &= (574.099 \cdot 1.18)^{-1} + (200.534 \cdot 1.18)^{-2} + (218.990 \cdot 1.18)^{-3} + \\
 &\quad (354.202 \cdot 1.18)^{-4} + (507.158 \cdot 1.18)^{-5} - 1.073.845 \\
 &= 486.457 + 144.020 + 133.284 + 182.293 + 221.683 - 1.073.845 \\
 &= 93.892
 \end{aligned}$$

Comentario [DU2]:

V.P.N = 93.892 (en miles)

4.4 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Para este proyecto es de 4.5 años, es decir que en cuatro años y medio la inversión inicial será recuperada. Es un término bastante óptimo porque es a mediano plazo.

Para hallar el P.R.I. se toma el valor presente neto de los ingresos hasta el cuarto año y se calcula Para el quinto año lo que hace falta de ingresos para completar el valor de la inversión, así :

$$946.054(\text{v.p.n. al cuarto año}) + x(\text{faltante del quinto año}) = 1.073.845$$

$$x = 127.791$$

Luego :

$$\text{Si } 221.683 (\text{v.p.n. quinto año}) \xrightarrow{\hspace{2cm}} 100\%$$

$$127.791 \xrightarrow{\hspace{2cm}} x$$

$$\text{Entonces } x = 0.57$$

$$\text{P.R.} = 4 \text{ años} + 0.57 = 4.57 \text{ años}$$

4.5 RENTABILIDAD

Indica que por cada peso invertido se está recuperando 0.8 pesos

$$R = \text{V.P.N ingresos} / \text{Inversión}$$

$$R = 1.08$$

4.6 TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa con la cual el V.P.N. se hace igual a cero. Es decir es la tasa mínima a la cual rendirá el dinero de la inversión. Para el caso del presente proyecto es del 22%

$$\begin{aligned}
 \text{V.P.N} &= (574.019 \cdot 1.22)^{-1} + (200.534 \cdot 1.22)^{-2} + (218.990 \cdot 1.22)^{-3} + \\
 &\quad (354.202 \cdot 1.22)^{-4} + (507.158 \cdot 1.22)^{-5} - 1.073.845 \\
 &= 470.507 + 134.731 + 120.599 + 159.886 + 287.648 - 1.073.845 \\
 &= 1.073.845 - 1.073.845 = 0.0
 \end{aligned}$$

Comentario [DU3]:

Luego T.I.R. = 22% > 18% tasa de colocación

5. CONCLUSIONES GENERALES

Como se pudo observar en este proyecto el principal problema que aqueja al mercado mayorista de Centroabastos S.A. es la falta de aplicación de una normatividad existente para ello, tales como pesos y medidas, empaque, clasificación entre otros.

Que la solución no está en aplicar con garrote esta normatividad, si no con un ejemplar modelo de comercialización moderna en menores cantidades a un mercado fijo como los hoteles, clubes, restaurantes, clínicas, etc.

Que dicho mercado modelo de acuerdo a este proyecto podría ser el Centro de Modernización y Regulación del Mercadeo Agropecuario de Centroabastos S.A..

En otras palabras este Centro sería la magnificación del actual mercado minorista de Centroabastos S.A. como lo es Mercabastos, pero dentro de las instalaciones óptimas propuestas en este proyecto. Con el fin de asegurar una mayor efectividad de la solución propuesta es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones :

Dar preferencia para adjudicación de locales a los usuarios arrendatario de Centroabastos S.A. pues son ellos el eje del mercado mayorista.

Que para la adjudicación de locales de productos que aún no se expenden en Centroabastos S.A. como los cárnicos y lácteos y sus derivados sean adjudicados a empresas especializadas en el ramo como punto de venta.

La Administración de Centroabastos S.A. en conjunto con la de Cemore deben capacitar a los comerciantes y productores sobre las

nuevas tendencias del mercadeo agropecuario, la importancia de ellos dentro del mercado y los objetivos de las nuevas instalaciones para concientizarlos de su necesaria participación en este proyecto, para que finalmente el Centro de Modernización y Regulación del Mercadeo Agropecuario de Centroabastos S.A. no se convierta en el futuro en una plaza de mercado más.

6. BIBLIOGRAFIA

CENTROABASTOS S.A. Informe Anual 1998. Bucaramanga 1999

DELGADO, Hernán. Problemas Socioeconómicos Originados por el Traslado de los Comerciantes a la Central de Abastos de Bucaramanga y Estudio de las Posibles Alternativas de Solución. Facultad de Economía y Administración de Empresas. Universidad Santo Tomás. Bucaramanga 1994

KINNEAR, Thomas. Investigación de Mercados. Editorial McGraw-Hill. Santafé de Bogotá, D.C. 1994

MCGRAW-HILL. Biblioteca Práctica de Negocios. Tomo 7.
Mercadotecnia. Editorial McGraw-Hill. México 1992

TARQUIN, Anthony. Ingeniería Económica. Editorial McGraww-Hill.
Bogotá 1982

TERRANOVA, Editores. Enciclopedia Terranova. Economía,
Administración y Mercadeo Agropecuario. Volumen 6. Terranova
Editores. Santafé de Bogotá, D.C. 1995

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS DE AQUINO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
ENCUESTA DIRIGIDA A USUARIOS REALES Y POTENCIALES DE
CENTROABASTOS S.A.

El presente cuestionario tiene como fin realizar precisiones sobre los sistemas de mercadeo (mayorista-minorista) de productos agropecuarios en la actualidad y sus implicaciones en la presentación, condiciones sanitarias, cobertura del servicio variedad, precios y calidad.

Propietario
Dirección

Clase de Negocio
Teléfono

1. Donde compra regularmente sus productos agropecuarios ?
 a. Plaza de mercado b. Centroabastos c. Productor
 b. Otro Cuál
2. Dónde compra regularmente los víveres y abarrotes ?
 a. Plaza de mercado b. Centroabastos c. Distribuidores
 b. Otro Cuál
3. Su compra la hace frecuentemente ?
 a. Por mayor b. Al detal
4. Usted utiliza MERCABASTOS (mercado minorista) de Centroabastos ?
 a. Si b. No Por qué
5. Indique las razones de por qué no siempre compra en Centroabastos ?
 a. Distancia b. Transporte c. Inseguridad d. No hay crédito
 b. Por la madrugada f. Otras Cuáles
6. Cree usted que los producto que se expenden en Centroabastos cumplen con los requisitos de calidad, higiene, ase, presentación o empaque ?
 a. Si b. No Por qué
7. De los siguientes indicadores cuáles serían una ventaja para comprar en Centroabastos ?
 a. Precio b. Frescura c. Variedad d. Calidad e. Comodidad g. Seguridad
8. Usted cree que los sistemas de información de Centroabastos en cuanto a precios, abundancia o escasez de productos y variedades son buenos ?
 a. Si b. No Por qué
9. Cree usted que Centroabastos se ha modernizado en lo que hace a su infraestructura física y de servicios ?
 a. si b. No Por qué
10. Está usted de acuerdo con le control que realiza Centroabastos en cuanto a clasificación, calidad y presentación de los productos ?
 a. Si b. No Por qué
11. Está usted de acuerdo en que Centroabastos haga un control real de precios a tanto a los productos agropecuarios como a los víveres y abarrotes
 a. Si b. No Por qué
12. Estaría usted de acuerdo que Mercabastos ampliara su infraestructura física, de horario y de información ?
 a. Si b. No Por qué
13. Con el ánimo de mejorar los servicios, le gustaría que Centroabastos implementara el Centro de Modernización y Regulación del Mercadeo Agropecuario tanto mayorista como minorista ?
 a. si b. No Por qué
14. Presente tres sugerencias para el Centro de Modernización y Regulación del Mercadeo Agropecuario que ayuden a solucionar los problemas que se presenta en el mercado de Centroabastos