

**Diseño de un plan de negocio para la modernización de la empresa  
REDEPECES, distribuidora de insumos para la pesca artesanal.**

**Lidys Mayerly Payares Herrera  
CC. 1005322478.**

**Maira Sandry Payares Herrera  
CC. 1005.322479.**

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica  
Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas  
Departamento de Administración de Empresas  
Aguachica, Cesar  
2022**

**Diseño de un plan de negocio para la modernización de la empresa  
REDEPECES, distribuidora de insumos para la pesca artesanal.**

**Lidys Mayerly Payares Herrera  
CC. 1005322478.**

**Maira Sandry Payares Herrera  
CC. 1005.322479.**

**Director  
Carlos Arturo Yazo Gallardo  
Administrador de empresas  
Especialista en docencia universitaria**

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica  
Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas  
Departamento de Administración de Empresas  
Aguachica, Cesar  
2022**

## Nota de Aceptación

---

---

---

---

\_\_\_\_\_  
Director del proyecto

\_\_\_\_\_  
Evaluador 1

\_\_\_\_\_  
Evaluador 2

Aguachica - Cesar, Diciembre 2 del 2022.

## Dedicatoria

A Dios y la virgen por ser nuestros guías espirituales, llevándonos por el camino del éxito, por medio del cumplimiento de metas como ser humano, también a nuestros padres como nuestra madre Elva herrera Álvarez y padre Álvaro Alfonso Payares arenales, quienes unidos han hecho de nosotras una persona y mujeres con valores llena de mucha espiritualidad y humildad ante los demás.

*Lidys Mayerly y Maira Sandry  
Payares Herrera*

## **Agradecimientos**

A Dios y la virgen como fuente de espiritualidad, mostrando el camino del éxito en la vida.

A los docentes de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica por compartir en nuestro desarrollo profesional mediante la ejecución de las asignaturas de la carrera de administradoras de empresas.

A las personas que trabajan en las oficinas administrativas de la institución Universitaria de Seccional Aguachica, por su colaboración en las solicitudes y la entrega correspondiendo a sus responsabilidades.

A los empleados de REDEPECES de Aguachica - Cesar por la colaboración prestada para la terminación de este trabajo investigativo.

A nuestras familias y hermanos por el apoyo el transcurso de nuestros estudios universitarios, teniendo en cuenta el estrés y angustia debido a que las cosas no salían bien.

A nuestros compañeros y amigos que nos motivaron para avanzar en los requerimientos solicitados.

# Tabla de Contenido

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN .....	18
1. TÍTULO.....	20
1.1 Planteamiento del Problema.....	20
1.1.1 Formulación del problema.....	22
1.2 Objetivos.....	22
1.2.1 Objetivo general.....	22
1.2.2 Objetivos específicos.....	23
1.3 Justificación.....	23
1.3.1 Valor teórico.....	24
1.3.2 Relevancia social.....	25
1.3.3 Implicaciones prácticas.....	25
1.3.4 Utilidad metodológica.....	26
1.4 Delimitación .....	26
1.4.1 Delimitación teórica-temática.....	26
1.4.2 Delimitación temporal.....	27
1.4.3 Delimitación contextual.....	27
1.4.4 Delimitación espacial .....	28
2 MARCO REFERENCIAL .....	30
2.1 Antecedentes.....	30
2.1.1 Antecedentes históricos.....	30

2.1.2	Antecedentes investigativos.....	32
2.2	Marco Teórico.....	34
2.2.1	La planeación estratégica en los planes de negocio. ....	34
2.2.2	Las reingenierías en los planes de negocios.....	36
2.3	Marco Conceptual.....	38
2.4	Marco Legal.....	41
3	ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	43
3.1	Enfoque y Tipo de Estudio .....	43
3.2	Diseño de la Investigación .....	43
3.3	Formulación de Hipótesis. ....	43
3.3.1	Hipótesis .....	43
3.3.2	Hipótesis nula. ....	44
3.3.3	Hipótesis alternativas.....	44
3.4	Sistema de Variables .....	44
3.4.1	Variable independiente. ....	44
3.4.2	Variables dependientes. ....	45
3.5	Población, Tipo de Muestreo y Muestra .....	46
3.5.1	Población. ....	46
3.5.2	Método de muestreo. ....	47
3.5.3	Determinación de la muestra. ....	47
3.6	Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información .....	48
3.6.1	Fuentes de información primarias. ....	48

3.6.2	Fuentes de información secundaria.....	49
3.7	Procedimiento .....	50
3.7.1	Desarrollo del primero objetivo: .....	50
3.7.2	Desarrollo del segundo objetivo.....	50
3.7.3	Desarrollo del tercer objetivo.....	51
3.7.4	Desarrollo del cuarto objetivo.....	51
3.8	Análisis para el Procesamiento de la Información.....	51
4	ESQUEMA TEMÁTICO .....	53
4.1	Diagnostico del estado actual de la empresa REDEPECES.....	53
4.2	Identificación del reconocimiento y operatividad de REDEPECES. ....	56
4.3	Realizar un estudio técnico, administrativo y financiero.....	68
4.3.1	Plan técnico.....	68
4.3.2	Plan administrativo.....	72
4.3.3	Plan financiero.....	89
4.4	Establecer políticas de mejoramiento continuo para que la empresa REDEPECES,....	93
4.4.1	Estrategias de reclutamiento, separación y contratación del personal: .....	93
4.4.2	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación las personas.....	94
4.4.3	Estrategias de motivación y desarrollo del personal.....	95
4.4.4	Estrategia de política de remuneraciones y compensaciones.....	95
4.4.5	Estrategias estructurales y organizacionales de la empresa REDEPECES.....	96
4.4.6	Estrategia de políticas de marketing para la empresa REDEPECES. ....	96
	DISCUSIÓN .....	99

CONCLUSIONES.....	101
RECOMENDACIONES .....	103
Bibliografía .....	105
Apéndices .....	110

## Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Información de analisis ¿Conoce usted la empresa REDEPECES?.....	57
Figura 2. Informacion de analaisis de ¿Por qué no la conoce?.....	58
Figura 3. Analisis de la información ¿Ha comprado usted alguna vez elementos de pesca artesanales?.....	59
Figura 4. Análisis de la información ¿Le gustaría comprar elementos de pesca artesanales en lugares específicamente para esa actividad?.....	60
Figura 5. Análisis de la información ¿Ha comprado usted, alguna vez elementos de pesca artesanales en Aguachica? .....	61
Figura 6. Analisis de información ¿Cómo le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales? .....	63
Figura 7. Análisis de la informacion ¿Cuántos le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?.....	64
Figura 8. Analisis de la informacion ¿De las personas que viven en el hogar a cuanto les gusta la pesca?.....	65
Figura 9. Análisis de la información ¿Sabe usted pescar?.....	66
Figura 10. Análisis de la información ¿Sabe usted si algún miembro de la familia sabe pescar? 67	
Figura 11. Imagen que identifica a la empresa .....	73
Figura 12. Estructura de la empresa REDEPECES. ....	77

## Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Descripción de las leyes y normas relevantes con el tema .....	41
Tabla 2. variables independiente del trabajo de investigación .....	44
Tabla 3. Variable dependiente del trabajo investigativo.....	45
Tabla 4. Elementos y valores de la formula de la muestra .....	47
Tabla 5. Identificacion de las Debilidades de la empresa REDEPECES .....	53
Tabla 6. Identificacion de las Oportunidades de la empresa REDEPECES.....	54
Tabla 7. Identificación de las Fortalezas de la empresa REDEPECES.....	55
Tabla 8. Identificación de las Amenazas de la empresa REDEPECES.....	56
Tabla 9. Información de analisis ¿Conoce usted la empresa REDEPECES?.....	57
Tabla 10. Informacion de analaisis de ¿Por qué no la conoce? .....	58
Tabla 11. Analisis de la información ¿Ha comprado usted alguna vez elementos de pesca artesanales?.....	59
Tabla 12. Análisis de la información ¿Le gustaría comprar elementos de pesca artesanales en lugares específicamente para esa actividad?.....	60
Tabla 13. Análisis de la información ¿Ha comprado usted, alguna vez elementos de pesca artesanales en Aguachica? .....	61
Tabla 14. Analisis de información ¿Cómo le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales? .....	62
Tabla 15. Análisis de la informacion ¿Cuántos le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?.....	63
Tabla 16. Analisis de la informacion ¿De las personas que viven en el hogar a cuanto les gusta la pesca?.....	64
Tabla 17. Análisis de la información ¿Sabe usted pescar?.....	65
Tabla 18. Análisis de la información ¿Sabe usted si algún miembro de la familia sabe pescar?.	66

Tabla 19. Objetivos y planes estrategicos de la empresa REDEPECES .....	75
Tabla 20. Descripcion del cargo del gerente o propietario. ....	78
Tabla 21. Descripcion del cargo de contabilidad o contador.....	81
Tabla 22. Descripción del cargo de secretaria y cajera.....	83
Tabla 23. Descripción del cargo de asesor comercial. ....	85
Tabla 24. Descripción del cargo de servicio generales. ....	87
Tabla 25. Proyección de costos de los productos ofertada 1 a 5 años con base del 10% anual. ..	89
Tabla 26. Proyección de costos de los productos ofertada 6 a 10 años con base del 10% anual. 90	
Tabla 27. Proyección de precios de venta de los productos oferentes de 1 a 5 años con base del 10% anual.....	90
Tabla 28. Proyección de precios de venta de los productos oferentes de 5 a 10 años con base del 10% anual.....	91
Tabla 29. Proyección de Venta de los productos oferentes de 1 a 4 años con base del 50% anual .....	91
Tabla 30. Proyección de Venta de los productos oferentes de 5 a 10 años con base del 50% anual. ....	92
Tabla 31. Proyección de nómina del recurso humano de la empresa REDEPECES, con base 10% anual del 2023 al 2026. ....	93
Tabla 32. Proyección de nómina del recurso humano de la empresa REDEPECES, con base 10% anual del 2027 al 2032. ....	93

## Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice 1. Formato de encuesta aplicar a los participantes. ....	111
Apéndice 2. Formato de encuesta aplicada a los participantes de la investigación. ....	113
Apéndice 3. Fotografías de evidencias de la aplicación de las encuesta a los participantes .....	115

## Resumen

El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo “diseñar de un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES, distribuidora de insumos para la pesca artesanal” la cual sirvió para reingeniarse en los procesos administrativos como operativos. La metodología utilizada fue bajo una perspectiva cuantitativa con un diseño descriptivo, se realizó encuesta a 69 participantes permitiendo establecer la favorabilidad de la modernización o reingeniería. Los resultados fueron detectar la situación crítica de las empresas, además de la favorabilidad que arrojó el resultado del instrumento de recolección de información, también de la creación de una nueva estructura con un diseño ajustable a la realidad, las proyecciones de ventas, del valor de los productos, de igual manera, en poner en marcha programas de marketing, finalizando en proponer mejorar en todo lo anteriormente dicho ajustable a un capital humano con capacidades y motivación por parte de la empresa objeto de estudio. También se hicieron algunas recomendaciones que permitan colocar en evidencia todo el trabajo realizado con los parámetros reales desde la captación de los clientes.

**Palabras claves:** plan de negocio, modernización, empresa, REDEPECES, pesca artesanal.

## **Abstract**

The objective of this research work was "to design a business plan for the modernization of the REDEPECES company, a distributor of supplies for artisanal fishing" which served to reengineer administrative and operational processes. The methodology used was under a quantitative perspective with a descriptive design, a survey was carried out on 69 participants, allowing to establish the favorability of modernization or reengineering. The results were to detect the critical situation of the companies, in addition to the favorability that the result of the information collection instrument showed, also the creation of a new structure with a design adjustable to reality, the sales projections, the value of the products, in the same way, in the implementation of marketing programs, ending in proposing to improve all of the aforementioned, adjustable to a human capital with capacities and motivation on the part of the company under study. Some recommendations were also made that allow to put in evidence all the work done with the real parameters from the acquisition of the clients.

**Keyword:** business plan, modernization, company, REDEPECES, artisanal fishing.

## Glosario

**AGUACHICA:** lugar o espacio donde se realizó la investigación, siendo la segunda ciudad del departamento del Cesar.

**ANZUELO:** componente de forma manual para la pesca de forma personal e individual, que utilizan las personas.

**ATARRAYA:** elemento artesanal utilizado para el ejercicio o profesión de la pesca en espacios acuíferos del territorio colombiano.

**EMPRESA:** persona jurídica creada para establecer ingresos y gastos mediante actividades objeto de su creación, surten efectos de impuestos mediante decretos y leyes que la regulan según el código único de información internación.

**ESTRATEGIA:** proceso de mejoramiento en la empresa REDEPECES, buscando el máximo potencial de su recurso humano y organizacional.

**MODERNIZACIÓN:** proceso de mejoras, que busca ser cada día adaptable a los procedimientos empresariales y personales en lo que actualmente se está viviendo o ejerciendo alguna actividad lucrativa o no.

**NAILON:** material utilizado para la realización de las atarrayas, trasmallo, entre otros, que son utilizado para práctica de pesca.

**PESCA ARTESANAL:** forma y elementos que buscan la práctica de la actividad de la pesca, ya sea de índole deportiva o de trabajo.

**PLAN DE NEGOCIO:** estudios que buscan identificar y mejorar las diferentes áreas y actividades empresariales, sin desconocer ningunas de los hallazgos develados durante su proceso de realización.

**REDEPECES:** empresa que proporciona elementos o productos de pesca en el municipio de Aguachica y las regiones aledañas, brindando siempre la mejor calidad en lo que comercializa hacia los clientes.

**REINGENIERÍA:** proceso de reorganización empresarial en todos los sentidos como operativos, administrativos y estructurales.

**TRASMALLO:** dispositivo artesanal en nailon que se utiliza para la profesión de la pesca en forma grupal, mínimo de dos personas.

## INTRODUCCIÓN

A nivel mundial los procesos de reingeniería son procesos que busca una solución simple y básica que implica reinvertir en todos para mejorarlos o reestructurarlos con ventaja competitiva significativa en las empresas, por ello, minimizar los costos comerciales y redundantes, diferenciándose de otras estrategias en cuanto a que su implementación es a una escala mayor. Por esto, hoy día, entre las organizaciones empresariales, se componen los procesos de gestión en lugar de funciones, renovándolos mediante implementación de ajustes e incrementando mejora continua sobre el servicio y la calidad. Pero, evaluando estos recursos administrativos, operativos, financieros y tecnológicos que estén en uso inadecuado mientras que los recursos humanos son moderados mediante la capacitación par un mejor clima organizacional.

En Colombia, también la gestión de procesos brinda un aporte muy significativo a la competitividad del empresario, debido a que conduce la optimización eficiente de los recursos existentes y los nuevos por llegar. Por ello, los estudio de gestión empresarial, son hoy día el motor de la efectividad de las mismas, porque, la planeación estratégica, es una guía para todo tipo de estas actividades, que generan desempeño óptimo, organización, entre otros; hoy día, los gerentes deben definir la misión y las metas para dirigir las actividades y pueden adquirir sensibilidad al cambio, adaptación de nuevos ambientes, mercados, entre otros, que hacen frente a infinidad de problemas, que no logran conseguir los objetivos propuestos llegando a más del 90% de los fracasos empresariales, por esto, se debe hacer una buena gestión empresarial con acuerdos de diferentes tipos, niveles o maneras de administrar.

Los planes de negocio como alternativa permite identificar una idea de negocio o mejorar una empresa en funcionamiento, que requiera de un eventual rediseño, en ese sentido, la presente propuesta radica en diseñar la modernización y perfeccionamiento de una distribuidora de insumos para la pesca artesanal, el trabajo de diseño permitirá desarrollar nuestro primer objetivo que es realizar un estudio de mercado de la empresa, además de la orientación y el análisis financiero evidenciando la viabilidad y rentabilidad de la misma; La empresa seleccionada busca la elaboración del plan de negocio en una pequeña empresa familiar que durante más de treinta años ha suministrado insumos para la pesca a todos los pescadores

artesanales del Municipio Aguachica, sin que a la fecha se haya podido consolidar y crecer en el mercado, sin embargo, el trabajo requiere de que se haga investigación de campo, porque se ha podido determinar que hay otras ofertas en el sector y la población objetivo ha ido cambiando en su forma de adquirir los productos, hoy en día son muy utilizados plataformas digitales.

Por lo antes expuesto, el presente trabajo investigativo, se encuentra constituido en cinco capítulos, el primero está relacionado con el título, problema, formulación del problema o pregunta de investigación, objetivo general y específicos justificación, y delimitación entre ellos la teórica temática, temporal y espacial, y el segundo corresponde al marco referencial relacionando los antecedentes históricos e investigativos, el marco teórico, conceptual y legal; además de un tercero con los aspectos metodológicos de la investigación, relacionando enfoque y tipo de estudio, diseño de la investigación, sistema de variables, formulación de hipótesis, fuentes y técnicas para la recolección de la información, fuentes de información primarias, fuentes de información secundaria, población, tipo de muestreo y muestra, población, método de muestreo, determinación de la muestra, procedimiento, y análisis para el procesamiento de la información.

Además, el cuarto capítulo esquema temático comprendido por el desarrollo de los objetivos como: primer objetivo, diagnosticar el estado actual de la empresa REDEPECES para conocer su funcionamiento administrativo, financiero y operativo. En segundo identificar el reconocimiento y operatividad de REDEPECES en el municipio de Aguachica para ver su crecimiento bajo la favorabilidad y desfavorabilidad de su ejercicio comercial. Como tercero realizar un estudio técnico, administrativo y financiero para determinar la funcionalidad y rentabilidad en la modernización de la empresa REDESPESCES, finalizando en cuarto con establecer políticas de mejoramiento continuo para que la empresa REDEPECES, en un crecimiento en su estructura administrativa, financiera y operativa en el tiempo, con posibilidad de actualizarse.

# 1. TÍTULO

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA MODERNIZACIÓN DE LA EMPRESA REDEPECES DISTRIBUIDORA DE INSUMOS PARA LA PESCA ARTESANAL EN EL MUNICIPIO DE AGUACHICA, CESAR.

## 1.1 Planteamiento del Problema

Los tiempos modernos corren a gran velocidad, lo cual, conlleva a intentar renovarse o desaparecer, esto les pasa a la organizaciones, con el fin, de permanecer en el mercado, teniendo la posibilidad de que sus directivos piensen en la oportunidad de ir cambiando la forma de actuar, para mantener los clientes y empezar con crecer para ser más impactante en el mercado potencial (AITEX, 2022). El pensamiento de estar quedando obsoleto, es normal hasta en los seres humanos, muchos profesionales deben estar actualizándose, para ser más competitivo y garante en los procesos operativos o administrativos, por esto, la intención, es ofrecer todas las herramientas con sus mañas y alternativas que puedan establecer un conjunto de estrategias básicas para la modernización de las empresas (Carrasco, Duarte & Silva, 2022). Aunque no se crea, hay que centrarse en las grandes líneas de acción para no quedar obsoleto, por eso, probablemente se debe considerar la calidad del producto o servicio que se ofrece (AITEX, 2022).

La palabra quedando atrás, no resulta rompedor, novedoso, único e imprescindible como al principio, pero esta situación, no es para alarmarse, porque todo en la vida cotidiana envejece y solo es necesario volver a sacarle brillo a lo que se quiere volver a empezar (Revista semana, 2021). Por esto, las empresas con sus productos o servicios debe aplicarle una buena estrategia, tanto, operativa como administrativa, con el fin, de mejorar sus funcionalidades, propiedades y efectos que deben ser reflejados en el precio y la calidad (Revista portafolio, 2021). La probabilidad de los tiempos, ha convertido el resultado de los productos o servicios en el corazón de la empresa, pero también, tienen el mismo proceso en su propio espacio, tal como sucede en REDEPECES que debe avanzar en sus procesos para llegar a la modernidad y debe ser socializado con sus clientes externo e internos, que buscan cada día más calidad y mejoramiento en los procedimientos, que permitan tener una satisfacción personal en la adquisición de los productos (Portafolio, 2022).

Recurrir a estrategias, también implican un lavado de cara, este punto de vista, es renovar el logo, adaptar la web a las nuevas tendencias, modernizar la imagen, aunque son pequeños detalles acaban creando una verdadera sensación de frescura y novedad, o sea, revaloriza no solo los equipo, maquinarias y muebles, sino también el capital humano, debido que si pasa mucho tiempo en el mismo puesto de trabajo, tiende a quedar espacios en blanco con relajación inevitable respondiendo a efecto de quedarse atrás (Vizcarra, 2022). Porque, este tipo de actitudes no siempre son culpa de los trabajadores, sino de los directivos, que deberían incentivar a modernizaciones en la medida de lo posible, pues sí, se deja pasar mucho tiempo tendrían que, optar por rejuvenecer en talentos nuevos, para esto, se debe formar empleados, que renueven y amplíen sus conocimientos constantemente, por ello, se necesita mezclar todas las estrategias hacia un nuevo horizonte, lleno de éxito empresarial como lo debe hacer REDEPECES (Semana Económica, 2020).

Las estrategias son más compleja y necesaria para las organizaciones porque, permite ampliar nuevos horizontes y de replantearse, sin preocupación sobre la mesa (Vizcarra, 2022), al respecto, las líneas de acción pueden seguir ampliando el localizar de público de competencia directa e intentar captar su atención, por medio de nuevos canales con los que llegar a clientes potenciales estén todavía en exploraciones tecnologías e informáticas, ya que, el mundo se está convirtiendo en un lugar difícil de entender (Carrasco, Duarte & Silva, 2022), si no es a través de la tecnología, por lo tanto, incorporar todos los avances tecnológicos posibles, a fin y al cabo, aplicar estos avance tecnológico son competencia de un factor diferencial que proporcione un mayor éxito, que sirva para hacer más fácil el trabajo optimizando procesos de producción que deja renovarse (Pinto, 2018). Por lo tanto, REDEPECES está en la obligación de actualizar y buscar el mejoramiento continuo de los bienes y servicios que ofrece.

En el municipio de Aguachica existen muchas empresas, que en la actualidad todavía tienen la necesidad de empezar por generar actualizaciones en sus estructuras constitutivas y en los procesos administrativos y operativos de forma interna y externa, que hacen que sus procedimientos se observen y sientan un retroceso, situación que pone en riesgo el

funcionamiento y mejoramiento de la empresa REDEPECES (Paredes y Jácome, 2020). el cual, desde su creación no ha tenido un estudio como el actual, que permita la continuidad y mejoras de un proceso que busque el beneficio de todos los integrantes interno y externo, esto presentando alternativas organizacionalmente saludable como ambiciosa llena de superación con éxito, generando oportunidades en esta empresa objeto de estudios, para posicionarse en el mercado con un producto innovador, con altos ingresos y con proyección de crecimiento, cubriendo los aspectos legales y necesarios para evaluaciones con indicadores de resultados óptimos, permitiendo un desempeño sostenible (Portafolio, 2022).

En la actualidad para REDEPECES, existe en Aguachica – Cesar, un mercado lleno de clientes con la necesidad de productos requeridos para la pesca artesanal, es evidente que se hace una transformación de materia prima con producción a bajos costos, debido a que algunas ventas son traídos de otras ciudades, entre ellos, materiales bajo una red de distribución definida con altos costos de intermediación y en muchas ocasiones es limitado, llevando a los pescadores a cancelar más de lo justo, situación que lleva más a los índice de pobreza multidimensional rural de los Aguachiquenses y a un más en esta población, porque no cuentan con una capacidad adquisitiva. Por lo anterior, nace la siguiente pregunta de investigación como base para el desarrollo de la investigación, además que dará la guía cómo será su realización en el presente documentos.

### **1.1.1 Formulación del problema.**

¿En qué sentido será viable el diseño de un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar?

## **1.2 Objetivos.**

### **1.2.1 Objetivo general.**

Diseñar un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar.

### **1.2.2 Objetivos específicos.**

Diagnosticar el estado actual de la empresa REDEPECES para conocer su funcionamiento administrativo, financiero y operativo.

Identificar el reconocimiento y operatividad de REDEPECES en el municipio de Aguachica para ver su crecimiento bajo la favorabilidad y desfavorabilidad de su ejercicio comercial.

Realizar un estudio técnico, administrativo y financiero para determinar la funcionalidad y rentabilidad en la modernización de la empresa REDESPESCES.

Establecer políticas de mejoramiento continuo para que la empresa REDEPECES, en un crecimiento en su estructura administrativa, financiera y operativa en el tiempo, con posibilidad de actualizarse.

### **1.3 Justificación**

Las reingenierías en las organizaciones son muy importantes porque permitió la actualizaciones dentro de los conceptos normativos, con el fin, de llenar aquellos espacios que se creen, que existen para un mejor funcionamiento dentro de su estructura, esto no limitó a la entidad a crecer, sino a entender que como empresa tiene la obligatoriedad de estar en constante movimiento organizacionales buscando siempre el mejoramiento continuo, por lo tanto REDEPECES, es una ente económico que necesitó de un reajuste en el acondicionamiento general de plan de necesidades con políticas que mejoren cada día su ejercicio económico e ir creciendo de forma planificada, sistematizada y sistemática cumpliendo con sus estándares de calidad en todos los sentidos externos e interno.

De igual manera, buscó la actualización de todo su estructura administrativa, operativa, técnica y financiera para preveer su continuidad en el mercado potencial del municipio de Aguachica, ofreció una mejor forma de llegar a los clientes con muy bajos costos en sus productos; Además, contribuyo en la generación de nuevos empleos directos e indirectos

como responsabilidad social ante la comunidad donde realiza sus actividades comerciales; También, contextualizó la forma real y armoniosa para llevar los procesos y procedimientos internos y externos para el éxito y la continuidad de la empresa RECPECES en el municipio; de igual forma, conservó su personal garantizando una estabilidad laboral par que el personal este motivado; De igual, garantizó una políticas de ascenso y promoción en los empleados de la ente económico.

Formuló estrategia de selección, contratación, inducción, capacitación y evaluación de desempeño en las actividades de su objeto social; Posibilitó a los colaboradores en la organización a ser emprendedores en las actividades que realizan a diario para seguir creciendo como personas y como empresa; Además, indicó las motivaciones a desarrollar para realizar mejor las tareas de la empresa; También creo estrategias para su normal funcionamientos y proyectadas para seguir actualizándose mediante reformas y modificaciones dentro y fuera de la REDEPECES; De igual manera, desarrolló un plan de reingeniería con estudios relevante en el mercado, codificación de productos, software financiero, diseño de marca propia, estrategia de marketing, registro de proveedores y control de inventarios para su accionar y avances esperados.

Consideró producir y optimizar artículos indispensables para la pesca artesanal con bajo costos con relación al precio de venta al público; diseñó un nuevo concepto de empresa redundando en el mejoramiento de la capacidad instalada, la oferta y red de distribución y el control de inventarios que a la fecha resulta difícil de manejar por carecer de herramientas tecnológicas; Proyectó en contar con un punto de producción o de distribución mayorista o industrializado con mercancías, debido a que las importaciones demoran un gran tiempo y hay que esperar como 60 días; Finalmente, significó un alto nivel de planeación y logística para mantener un surtido permanente en los puntos de venta al alcance de los pescadores de la región y sus alrededores.

### **1.3.1 Valor teórico.**

Los planes de negocios actualmente tienen la necesidad de prevalecer en la economía y mercados en cambio constante, sistematizado y eficiente instrumento que permita concretar

estrategias en términos técnicos, económicos, tecnológicos y financieros para que el emprendimientos visualicen el comportamiento en el tiempo con impulso comercial. Por esto, una alta tendencia por productos a bajos precios intervienen en la innovación, creación, producción y comercialización con comportamiento efectivo incorporado, todo esto y otros aspectos de administración permiten constante retroalimentación y la generación de nuevas teorías y conocimiento, dando valor a teórico con las teorías reingeniería Michael Hammer y James Champy, además de la teorías de proceso Ludwig Von Bertalanffy, entre otras, como las herramientas de inteligencia de mercados, estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de la empresa, oferta y demanda (Ramos, 2022).

### **1.3.2 Relevancia social.**

La demanda de los clientes como los pescadores de profesión y de deportes como también los de tiempo libre, esto hace que el producto final llegue al consumo más saludables, además, que son productos orgánicos artesanales buscando satisfacer las necesidades de la clientela, que buscan proteger la salud y el medio ambiente, también el estilo de vida más relacionado con la naturaleza, el interés hacia el producto enfocado más a su origen, las etapas de producción, insumos utilizados, el impacto ambiental y social. Así de esta manera la industria pesquera ha sido favorecida y aprovechado en desarrollar productos que mejoren la innovación permitiendo comercializar (Ramos, 2022).

### **1.3.3 Implicaciones prácticas.**

Encontrar grandes volúmenes de mercados directos, es favorable y la posible comercialización con alto porcentaje exportable con valor agregado como producto alternativo favorable, tecnología y financiamiento, que satisfagan la gran demanda (Paredes y Jácome, 2020); Las grandes ventajas del sector pesquero, es importante mencionar que no existen muchas empresas dedicada a esta labor, enmarcado en los atractivos de la región que deja en evidencia oportunidades por sus recursos naturales y biodiversidad, además de la fuerte y última introducción de capital por parte del Estado para potenciar las zonas pesqueras, considerando factible presentar propuestas basada en prácticas sostenible, idónea para la región y sus pobladores (Ramos, 2022); Los múltiples beneficios tanto económicos, sociales y ambientales se encuentra entre los sectores de gran relevancia económica, sobre todo para

aquellas que aprovechan y potencian la riqueza natural de su territorio, acentuando las particularidades que estos escenarios ofrecen (Caballero, 2022).

De esta manera lograr impulsar las acciones, que fomentan el desarrollo económico de la población en diversas zonas (Caballero, 2022). Los recursos naturales y gastronomía cuenta con un amplio abanico de escenarios que propician un contexto atractivo para los que aman el medioambiente, la cultura y la gastronomía en la realización de las actividades pesqueras (Ramos, 2022). El atractivo se venía evidenciando de forma escalonada y constante, a través de los buenos índices reflejados en las actividades representan aportación al PBI (Paredes y Jácome, 2020). Actualmente este sector se ubica en declive ocasionado por las restricciones sanitarias (Caballero, 2022). Ante este escenario las instituciones gubernamentales han enfocado sus esfuerzos en la reactivación del sector, promoviendo actividades que la fomenten, como le corresponde a la participación de una Feria, acontecimiento que supone un antes y un después en cuanto al reimpulso del sector mostrando una amplia oferta en espacios abiertos destacando los ámbitos de aventura y naturaleza (Paredes y Jácome, 2020).

#### **1.3.4 Utilidad metodológica.**

Existirá la aplicación de formatos de investigación de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica, los cuales lleva a la creación de nuevos modelos, enfoques, diseños, criterios, evaluación, herramientas, además, la eventualidad del cumplimiento de las hipótesis para una mejor comprensión de los temas a investigar (Sampieri, et al, 2020); también, llena el acatamiento de los objetivos y ahondan en el objeto del estudios con aspectos concisos, fácil y claro, desde la ejecución científica, finalmente, se aprovechará las herramienta nuevas y actualizaciones con mejoras forma de investigativas (Galeano, 2020).

### **1.4 Delimitación**

#### **1.4.1 Delimitación teórica-temática.**

Se desarrolló de forma clara con bases en las teorías de reingeniería de Michael Hammer y James Champy, además de la teorías de proceso Ludwig Von Bertalanffy y de reglas o normas de Max Weber, todas son con proceso y procedimientos en la administración, también

orientadas en lo empresarial y económica, entre otros; todas estas teorías están relacionada con el título del trabajo de investigación “Diseño de un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el municipio de Aguachica, cesar”.

Con base en lo anterior, se identifica claramente con la línea de investigación del programa de administración de empresas el cual corresponde a “gestión funcional”, teniendo como referencia el marco teórico, investigaciones, artículos y prácticas empresariales, transportándolo a examinar los problemas empresariales desde los técnicas y planteadas con mejoras, correcciones y conclusiones permitiendo avanzar en el crecimiento económico y empresarial en los departamentos, reconstruyendo perspectivas, por lo anterior, se tomó como referencia el eje temático “Emprendimiento e innovación, formación y creación de empresas”, para generar partes del todo y analizar el nacimiento de nuevas líneas de investigación en las áreas empresarial.

#### **1.4.2 Delimitación temporal.**

Se realizó en un periodo de tiempo de nueve (9) meses, comprendidos entre Marzo hasta Diciembre del 2022, etapa en la que se extendió la recolección de los datos y en la que se cumplieron los objetivos.

#### **1.4.3 Delimitación contextual.**

El municipio de Aguachica cuenta con terminal de transporte terrestre creado desde 1994, con 29 destinos las 24 horas del día, el Aeropuerto Hacaritama y recibe dos vuelos a la semana por parte de la empresa SATENA, la vía férrea de transporte de carga pasa a menos de tres (3) Km de la ciudad, además, el municipio en el año 2004 era considerado el centro agroindustrial del Cesar, puesto que “Aguachica es un centro agropecuario importante de la región del Magdalena Medio, en donde confluyen diversas actividades económicas de los municipios del sur de Cesar, sur de Bolívar, Santander y Norte Santander El municipio de Aguachica por su composición orogénica cuenta con planicies inundables, sabanas y piedemonte, propias para la explotación agrícola y ganadera, su economía rural gira en torno

a los cultivos de café, maíz, frijol, algodón, arroz, maíz, sorgo, patilla, yuca, aguacate y mango (Web, Aguachica, 2022).

Últimamente las actividades que se ha visto afectada por los fenómenos del niño y la niña que han generado un impacto negativo sobre los suelos productivos del municipio y la situación actual no es la misma de hace 20 años, de acuerdo con el documento del Banco de la República, la apertura económica de 1991 permitió la reducción de los aranceles de importación y éste a su vez repercutió negativamente en el sector agropecuario ya que no pudo competir con los precios. Colombia pasó de importar 816 toneladas de productos agropecuarios en 1991 a importar 4 millones de toneladas diez años después, lo anterior significó que en el municipio decreciera en un 4,25 anual la siembra de cultivos transitorios y en un 4,9% la siembra de cultivos permanentes (Web, Aguachica, 2022).

#### **1.4.4 Delimitación espacial**

La empresa REDEPESCA cuenta con más de treinta años en el mercado, y como tal reconoce en sus clientes la necesidad de los productos que requieren para la pesca artesanal, dicha pesca tiene unos tiempos o temporadas que están directamente relacionadas con los periodos de altas pluviométricas o lluvias y los periodos de secas o veranos, sin embargo en los últimos años dichas proyecciones cada vez son más confusas por efecto de los fenómenos de la niña y el niño que hacen que los periodos se anticipen o en su defecto se prolonguen. Lo anterior hace que rediseñar la empresa en tiempos actuales requiera de un acercamiento con los pescadores artesanales para poder realizar una aproximación de las necesidades del mercado y poder así direccionar en el análisis financiero los periodos de inversión y los periodos en que se debe tener mercancía en los stop de la empresa (Web, Aguachica, 2022).

Por otro lado se deben analizar las diferentes fuentes de suministros primarios para la empresa, es decir las posibilidades de mejorar los precios en la compra para hacer más competitivo el precio en el mercado de venta sobre el cual se tiene influencia, muchas mercancías ya pueden ser importadas directamente de china y otras fuentes de suministros, pero se debe hacer el respectivo análisis para saber en qué cantidad de importación es rentable y a qué trámites se enfrenta el empresario, además, porque los tiempos de importación son

prolongados y debe de tenerse mucho cuidado al momento de decidir por ese camino. Es importante tener en cuenta que las fluctuaciones del dólar y en especial con tendencia al alza han generado un aumento reiterado de los productos usados en la pesca artesanal, en ese sentido a través del diseño del plan de negocio, la variable tasa de cambio será determinante para tomar decisiones sobre el tipo de mercancía que se colocará en el mercado, ya que hay variedad en la característica de los productos y que de ellas depende también su precio (Web, Aguachica, 2022).

## 2 MARCO REFERENCIAL

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Antecedentes históricos.

La historia de los planes de negocios se remonta en el año 1878, cuando Federick Taylor generó sus observaciones sobre el trabajo en la industria del acero, las cuales fueron dichas en el año 1903, donde plantea la teoría de la administración científica, que surgía por la necesidad de aumentar la productividad incluyendo métodos e instrumentos científicos como la observación directa, con una medición, que permitiera lograr eficiencia industrial (S/N, S/F). En tal forma, Taylor como gerente adquirió nuevas atribuciones y responsabilidades descritas, por cuatro principios como Planeación, preparación, control y ejecución de tareas diarias, semanales, mensuales y anuales de la organización (S/N, S/F).

En Francia, Henry Fayol en el año 1916, es otro aportante a los planes de negocios con la Teoría Clásica, que surge en aspectos principales basados en los principios de la división del trabajo, unidad de mano, dirección, jerarquía, autoridad y responsabilidad, entre otros, con la obra llamada “La Incapacidad Industrial del Estado”, con ella realizó una salvaguardia de razonamientos de la independencia en las empresas contra la intervención del Estado en la vida económica (Weinberger, 2022). También, en el año 1931 florece la teoría situacional de Paul Hersey y Kenneth Blanchard, que a partir de las investigaciones indagaban para confirmar los patrones de estructuras organizacionales más eficientes con el nombre de “Teoría del ciclo de vida de liderazgo” (Beltrán, 2022). Además, en 1945 Abraham Wald y Savage proporcionó la teoría de estadística en las decisiones empresariales, basándose en el mejoramiento de la productividad usando los datos estadísticos, como estrategia de operacionales, bajo el método científico, tecnológico, entre otros (S/N, S/F).

En el año 1950 el biólogo alemán Ludwin Von Bartalonffy asevera que las propiedades de los sistemas no pueden separarse en sus elementos, debido a que la visión se da solo cuando se trabajan globalmente, proporcionando fundamentos a la teoría y al mismo tiempo los primeros estudios, que sujetaron la percepción de maniobra a las organizaciones por Von Neuman y Morgenstern en su obra "La teoría del juego", a través de una cadena de sucesos que ejecuta una empresa, los cuales son seleccionados de acuerdo con una situación que

puntualiza características modernas introducida por primera vez en algunas empresas comerciales, de esta manera, las primeras formas de negocios y tipos de organizaciones de producción (Weinberger, 2022). De igual forma, en los años 60 se da un período de estabilidad, después del boom de postguerra, donde las compañías industriales líderes extendían su proceso de presupuesto de 1 a 5 años, con actualizaciones anuales en el marco de un operativo quincenal y una proyección a largo plazo (Beltrán, 2022).

La planeación normalmente se refiere a la expansión y crecimiento de la organizacional, por ello, la diversificación, la expansión externa e interna, la adquisición y la fusión de las mismas, en el año 1962, Chandler la definió como estrategia de las empresa para determinar de metas, principios, objetivos, entre otros, es a corto, mediano y largo plazo, porque su curso de acción para alcanzarlos con una debida asignación de recursos (Vera, 2022). Para Alfred en su obra "Strategy and structure" llega al desenlace, que para alcanzar las metas influyen las estrategias con base en la orden administrativo utilizado, armado con los proposiciones de la teoría del Desarrollo Organizacional (DO), la cual nace como consecuencia de un complejo conjunto de ideas respecto del individuo, la empresa y el ambiente, alineando a propiciar la progresión y tratamiento de las capacidades (Pico, 2017).

Además en los años 1970, se desarrolló nueva variedades de métodos de planeación que estimulan estrategias empresariales, que deben ser preparadas con planes operacionales normalmente descrinados (Merizalde, 2019). Aunque la crisis energética de 1973 – 1974 facturó el escabroso final de este tiempo que resulto un gran período de crecimiento económico continuo y estable hasta la fecha; lo que a finales de los 70 caracterizar los recortes y racionalización para adaptarse en las primeras etapas de la recesión energética, además, Schandel y Hofer, describieron el proceso de la administración estratégica compuestas en etapas diferenciadas en análisis y planeación en la implementación de plan estratégico, donde comprender básicamente el proceso de metas basadas en las estrategias de la implementación y el control (Montesdeoca, 2020).

Seguidamente, en la década de los 80, comenzó por fortalecer la Gerencia Estratégica, con acciones positiva, empezando por cambiar las tendencias económica, en los Estados Unidos y en Europa Occidental, eligiéndose gobiernos con una clara visión del futuro para apoyar los planes de negocios de empresas, que ayudaran a confrontando la economía del países buscando reducir los niveles de burocracia del sector público e inventando un nuevo sistema de comercialización en los períodos de crisis económica (Baque, 2020). Finalmente en los años 90 Kotler y Armstrong en su libro “Fundamentos de Marketing” planteaban la planificación estratégica con enfoque y objetivo sistemático para la toma de decisiones en una organización, pero, como un proceso para desarrollar y mantener una dirección estratega con lineamiento definidas como metas y los recursos para aprovechar las oportunidades cambiantes de mercado (Barrios, et al, 2022).

## **2.1.2 Antecedentes investigativos.**

### ***2.1.2.1 Del orden internacional.***

Mercy Victoria Agila Maldonado, Sonia Elizabeth Vizueta León, Grace Elizabeth Tello Caicedo realizaron una investigación en el país de Ecuador, en el año 2018, con el nombre “elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial”; La metodología utilizada fue con un enfoque Cualitativo, con un diseño descriptivo, los resultados fueron la contribución de un Plan de negocios en el crecimiento y futuro desarrollo de las organizaciones como un tema siempre importante; El diseño que se realice y la metodología que se aplique pueden representar factores decisivos en cuanto a las metas que se propongan pero antes es necesario la organización y la planificación empresarial; El presente trabajo investigativo se propone como objetivo general la elaboración de un Plan de negocios que sea de utilidad para la empresa ecuatoriana actual (Agila, 2018).

Jorge Jesús Vera Peñafiel, en el país de Perú en el año 2022, desarrollo una investigación en la Universidad Cesar Vallejo en la escuela de posgrado programa académico de maestría en administración de negocios – MBA, con el nombre Diseño básico de un plan de negocio para emprendedores de la micro empresa del cantón Babahoyo, 2022; la metodología utilizada cuantitativo con un diseño descriptivo, los resultados arrojados fueron las variables de estudio

fueron plan de negocios y emprendimiento, entre ellas se estableciendo la existencia de relación directa con significancia de 0,003, de igual forma se comprobó la relación entre las dimensiones de las dos variables donde se obtuvo como resultado una relación significativa en las combinaciones propuestas, concluyendo que existe relación significativa entre las variables de la investigación y proponiendo un plan de negocios para emprendedores de la microempresa y recomendando su aplicación en base a los resultados de la investigación (Vera, 2022).

Karen Weinberger Villarán, realizó una investigación en los Estados Unidos de América, para la USAID con el nombre Plan de Negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio; la metodología utilizada fue de carácter cuantitativo con un diseño descriptivo; Los resultados fueron la importancia del planeamiento en general, que tiene que ver con la fijación de objetivos, la determinación de actividades y el diseño de procedimientos, por otro lado, la experiencia nos enseña que no basta con tener objetivos y cursos de acción magníficos en la cabeza; sino, que es necesario ponerlos en negro sobre blanco, es decir, redactar el documento que los contenga que se conoce como “plan” o “proyecto.” Los sueños más maravillosos y las mejores oportunidades de negocios, se quedan sólo en buenas intenciones, precisamente porque no son materializados en proyectos factibles. La opción es clara para el emprendedor que quiere alejarse del fracaso asegurado elaborar su Plan de Negocios, tanto para iniciar una nueva empresa, como para mejorar o ampliar la que ya tiene (Weinberger, 2022).

#### ***2.1.2.2 Del orden nacional.***

Lina Marcela Álvarez Arteaga desarrolló una investigación en la ciudad de Bogotá DC, en el año 2018 en la Universidad Católica de Colombia Facultad de Ingeniería Programa de Ingeniería Industrial, cuyo nombre fue “plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado sobre medida para dama”; la metodología utilizada fue cualitativa con un diseño exploratoria; los resultados fueron fortalecer la industria del sector del calzado, es preciso que las empresas planteen estrategias que les permitan ser más competitivas en el mercado a nivel nacional e internacional y a su vez, posicionarse como productores y comercializadores de calzado con alto valor agregado en sus productos (Álvarez, 2018).

Naila Ximena Domínguez Cardona y Yonatan Noreña Giraldo, realizaron una investigación en la ciudad de Guadalajara de Buga de Colombia, en el año 2020, en la Universidad del Valle en la Facultad de Ciencias de la Administración Programa Académico de Administración de Empresas, la metodología fue bajo el enfoque cualitativo con diseño descriptiva; los resultados tuvo la finalidad de creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas para vestir en la ciudad objeto de estudio, ofreciendo diseños exclusivos en diferentes estilos y materiales, elegantes y contemporáneos, entregando piezas únicas en ediciones limitadas, mediante prendas de vestir sobre medida y la línea de "listo para usar"; Este plan se desarrolló a partir de estudios, incluyendo el estudio de mercado, administrativo, técnico y financiero que permitieron determinar factores claves directamente de la empresa y el conjunto de escenario positivo para la viabilidad (Domínguez & Noreña, 2020).

### ***2.1.2.3 Del orden regional o local.***

Ángel Humberto Jurado Uribe y Carlos Andrés Herrera Muñoz en al año 2020 realizaron una investigación cuyo nombre es “plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la financiación de créditos comunales para fomentar el desarrollo del sector rural” en la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica; el objetivo general fue conocer la viabilidad de la creación de la empresas; La metodología utilizada fue con un enfoque cualitativo y un diseño interdisciplinario e transdisciplinario; Los resultados fueron arrojar el estado positivo de la creación de la entidad financiero que favorezca al sector comunal de la zona rural, tal como se evidencio en la aplicación de la herramienta de recolección de información del presente estudio.

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1 La planeación estratégica en los planes de negocio.**

Las herramientas administrativas son instrumentos están concatenados e interrelacionados estrechamente con la planeación estratégica, esto busca planificación empresarial con conceptos, ideas y elementos diferentes con distintivos personalizados que definen un Plan de Negocio, siempre para demostrar la factibilidad técnica, operativa, económica, financiera, administrativa como emprendimiento con poca inversión (Agila, 2018). La información necesaria para evaluar y colocar lineamientos pone en marcha un plan fundamental de financiamiento como socios, inversionistas, o créditos financiero, para quienes quieren enfrentar la organización, por esto, un proceso empresarial de emprendimiento gira en el entorno de la actividad empresarial y la evaluación de los resultados durante su accionar determinado (Vera, 2022).

Las muchas variables involucradas en los planes de negocios deciden la asignación óptima de recursos con gran magnitud, situación que se trata, sólo con imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica desde cantidad, precio, organización, estructura, demanda, inversión, crecimiento proyectado, entre otros, que son importante destacar en los aspectos financieros y económicos fundamentales sustentados en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos (Weinberger, 2022). Por esto, toda empresa, que pretenda competir en los mercados actuales debe imaginar escenarios futuros comprobables para facilitar el análisis integral y presentar partes involucradas ante los inversionistas, socios, bancos, proveedores, entre otros, para transformar la realidad y no tambalear frente a los problemas en el tiempo (Álvarez, 2018).

En Colombia la elaboración de planes de negocios difieren del momento y el tipo de empresa que vaya a planificarse, entre las que se encuentran pequeñas y medianas, donde, las decisiones deben estar fuertemente concentradas en los pocos participantes como ventajas que permite establecer una distancia entre la información y análisis que se confunde al lanzarse al escenario, necesidad muy cuidadosa con la idea, como lo decía Peter Drucker (Domínguez & Noreña, 2020). Esta acción no se realiza limitadamente porque no es un proceso lineal y que debe resultar necesariamente estar constantemente analizando en cada punto de avance durante su operacionalización logrando la aprobación de los interesados, análisis que no se

puede dejar para otro tiempo, porque se debe considerar la información e intentar convencer a los inversionistas, socios, bancos, proveedores, entre otros (Ayala & Torres, 2018).

En conclusión la visión sustenta los objetivos, que están lleno de características que facilitan la medición de los resultados a corto, mediano y largo plazos, por ello, establecer con claridad criterios de medición para saber identificar posibles oportunidades para aprovecharlas involucrando los responsables en las dificultades con medidas correctivas programas para su ejecución (Vega & Guerrero, 2020). Lo antes expuesto, se considera un proceso lógico necesario para obtener las actividades empresariales bajo un plan estratégico que generalmente incluye planteamiento formal donde la misión, la visión, los valores y las metas queden bien establecidas marcando el futuro con una clara importancia por el uso de las herramientas como las tecnologías para lograr llegar al cliente de una forma segura y sin miedo a la desesperanza administrativas y operativas (Domínguez & Noreña, 2020).

Finalmente, la planeación estrategia, es una herramienta administrativa positiva de las empresas, que se utiliza en los planes de negocio para el crecimiento y desarrollo de sus operaciones, es de manifestar, que todas estas funciones son sistemáticas mediante las actividades como proceso como lo afirmaba Ludwin Von Bertalanffy en su teoría y fundamento que hasta el día de hoy se sostiene en la administración general y por dependencia en las organizaciones (Vega & Guerrero, 2020). Los grandes pensadores de la administración dejaron instrumentos valiosos como aportes para los sistemas empresariales, sin desconocer su tamaño, aunque algunos autores manifiestan que ciertas técnicas son utilizadas en las grandes empresas, muchas investigaciones llevan a la comprobación que también se pueden utilizar en entes económicos pequeños, como por ejemplo en la empresa objeto de estudio aquí presente (Vera, 2022).

### **2.2.2 Las reingenierías en los planes de negocios.**

Los procesos de reingeniería, son una forma de solución minuciosa, que implica reinvertir en los procedimientos, buscando mejorarlos mediante la reestructuración, con el fin de proporcionar ventajas competitivas en las organizaciones, minimizando fuerzas en los costos,

comercialización, operatividad, administración, financiero, entre otros, que redunden en los resultados bajo la implementación de las estrategias escogidas para la empresa REDEPECES (Huamaní, 2022). La reinvención corporativa, se componen de gestión administrativas con funciones de renovación organizacional, ajustándose los incrementos de una mejora continua en el proceso general con calidad, desempeño, evaluación financiera y tecnológica con recursos humanos moderados, confirmando la gestión significativa y competitividad, que conduzca a la optimización de los recursos (Emam & Diab, 2021).

La gestión empresarial, es el corazón de la efectividad de las empresas, por esto, la reingeniería genera un desempeño y fortalecimiento en redefinir la misión y el propósito para dirigir las actividades y no causar sensibilización al cambio y a la adaptación de nuevos ambientes y mercados, sin ver las infinidades de problemas y lograr conseguir acuerdos con los diferentes tipos, niveles y maneras de administrar los componentes relacionados con la producción de pésima calidad, ofreciendo de esta manera oportunidades llenas de estrategias organizacionales con satisfacción en la aplicación, análisis y conocimiento para realizarlo (Chiavenato, 2019). Realizar estrategia organizacional, es proyección para cada plan, no considerarlo como un fracaso, las investigaciones centran su foco en construir un entorno sin problemática con procedimientos de trabajo en función a los cambios paulatinos que suscitan en la empresa REDEPECES (Loa, 2021).

Los procesos convencionales arriesgan capital, por eso se requiere de nuevas estrategias que ameritan ventajas competitivas en el mercado potencial, porque, los tiempos perdidos están ligados a acciones correctivas y preventivas para una mejor gestión eficiente, llevando a la relación entre Reingeniería como Procesos administrativos y operativos en los planes de negocios de la empresa REDEPECES (Pilco, 2020); Una buena justificación corresponde al análisis y discusión de variables de la reingeniería eficiente de gestión, que brinda aporte al conocimiento logrando minimizar los errores y coadyuvando a resarcir de forma óptima en los recursos internos sustentados en responder a los objetivos para determinar la relación entre los esfuerzos relacionados para el logro de los resultados bajo la planeación, organización, dirección y control (Rojas, 2021)

### 2.3 Marco Conceptual

**Adiestramiento:** formar por medio de la instrucción, orientación, disciplina y repetición, enseñar, entre otros; en sentido restringido: enseñar de manera que se capacite, cualifique o se imparta conocimiento (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Administración:** conjunto de técnica sistemática que permite que las organizaciones sociales logren sus fines. También puede ser, acción de planear, controlar y dirigir los recursos de una organización, con el fin, de lograr los objetivos deseados (Hernández y Sergio, 2011).

**Administración de personal:** parte de la dirección de la organización, que se ocupa del aprovechamiento eficaz del potencial humano, reclutando y contratando personal, mediante el estableciendo y manteniendo condiciones adecuadas de trabajo y llevando historiales o expedientes de los empleados (Hernández y Sergio, 2011).

**Burocracia:** estructura administrativa ideal y mecanizada, caracterizada por una división específica del trabajo y con líneas definida de autoridad, política y parámetros para el desempeño (Hernández y Sergio, 2011).

**Capacidad:** la confianza de saber hacer algo en forma correcta, basándose en la educación y en la experiencia (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Capital:** recursos económicos utilizados en la producción y distribución de bienes de consumo, dinero, crédito, equipo, materia prima y derechos asociado a la institución (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Competencias:** Fortalezas específicas de la compañía que le permiten diferenciar sus productos y/o tener costos sustancialmente más bajos para lograr una ventaja competitiva (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Comportamiento Organizacional:** Recurso decisivo de toda organización que implica que el personal forme parte de un clima laboral agradable (Plataforma Tecnológica, 2015).

**Competidores:** empresas que ofrecen o tiene el potencial de ofrecer productos de bienes y servicios con rivalidades (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Conflicto:** un diferencia percibida entre dos o más personas que resulta una oposición mutua (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Clima organizacional:** ambientes de relaciones sociales interna de una organización (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Eficacia:** capacidad de lograr, se mide por los resultados, sin importar los recursos o medios por los que se lograron (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Estrategia:** Conjunto de acciones relacionadas que ejecutan los administradores con la intención de mejorar el desempeño de su compañía (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Informática:** ciencia de la gestión de datos para obtener información (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Incertidumbre:** momento de desestabilizado de una persona.

**Liderazgo estratégico:** Crear una ventaja competitiva por medio de la administración efectiva del proceso de creación de estrategias (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Modelo:** representación de la realidad, figurada o en forma abstracta. Molde. Patrón para seguir o considerar (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Modelo de negocios:** Concepción del modo en que las estrategias deberían trabajar juntas como un todo para que la compañía pueda ganar una ventaja competitiva (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Norma:** expectativa ampliamente compartida en el seno de la sociedad... involucra conductas esperadas y sancionadas por el grupo, y regula y fomenta la uniformidad de las conductas de los miembros (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Política:** las decisiones preestablecidas que orientan la acción de los ejecutivos, mandos medios y operativos. Su propósito es unificar las interpretaciones sobre aspectos repetitivos muy concretos (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Planeación:** decidir con anticipación el qué, el cómo, el cuándo, el cuanto debe producir la empresa o una institución (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Código del régimen municipal:** se incorporan normas constitucionales relativas a la organización y funcionamiento de la administración municipal y se codifican las disposiciones legales vigentes sobre la materia (Ley 134 de 1994) (Ley 617, 2000).

**Recursos:** activos de una compañía (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Reingeniería:** Replanteamiento de los procesos de trabajo, negocio y administrativo de la empresa con el fin de mejorar su competitividad (Hernández y Rodríguez, 2011).

**Rentabilidad:** Rendimiento que una compañía genera sobre el capital invertido en ella (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Responsabilidad social:** es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad donde realiza su operaciones (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Unidad de negocios:** División desconcentrada que ofrece un producto o servicio para un mercado particular (Hill, Jones & Schilling, 2015).

**Sistema de Seguridad Social Integral:** sistema comprende las obligaciones del Estado y la sociedad, las instituciones y los recursos destinados a garantizar la cobertura de las prestaciones de carácter económico, de salud y servicios complementarios, materia de esta Ley, u otras que se incorporen normativamente en el futuro (Ley 100, 1993).

## 2.4 Marco Legal

Tabla 1. Descripción de las leyes y normas relevantes con el tema

Normas y Leyes colombianas	Detalle o especificaciones
Constitución Nacional de Colombia	Toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección
Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020	Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.
Ley 1780 del 2 de Mayo de 2016	Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones
Ley 1676 del 20 de Agosto de 2013	Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias
Ley 1429 de 29 de Diciembre de 2010	Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo
Ley 905 del 2 de Agosto de 2004	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones
Ley 590 del 10 de Julio de 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresa
Ley 67 del 26 de Diciembre de 1979	Por el cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República para fomentar las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior
Decreto 410 de 1971	Por el cual se expide el Código de Comercio en Colombia
Ley 527 de 1999	Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. - Comercio Electrónico
Ley 13 de 1990	Por medio del cual se regula el Estatuto general de pesca
Decreto Ley 1835 del 2021	Por medio del cual se modifican, adicionan y derogan algunas disposiciones de la Parte 16 del Libro 2, del Decreto 1071 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural en lo relacionado con la administración, ordenación y fomento de la Pesca y la Acuicultura

---

Ley 2268 del 2022

Por medio de la cual se expiden normas para garantizar beneficios sociales focalizados a los pescadores artesanales comerciales y de subsistencia.

---

Fuente: Autores, 2022.

---

La tabla anterior identificada con el número 1, manifiesta todas las normas o leyes que se relacionan con el proyecto de investigación presente, en el cuál, la beneficiaran tal como lo estipulan ellas en su enunciado, como por ejemplo el derecho a asociarse, al emprendimientos, a créditos para su capital, al marketing físico y virtual, salud, pensión, estabilidad jurídica, entre otros, que permite el normal desarrollo de sus operaciones y administración con autonomía en todos los sentidos. Todas y cada una de estas normas son aplicable con las diferentes herramientas administrativas y de apoyo en los aspectos que la identifican, desde la misión, visión, políticas, principios, entre otros.

## **3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Enfoque y Tipo de Estudio**

La investigación presente, se desarrolló bajo enfoque cuantitativo, porque trabaja con elementos individuales y existentes en la sistemas organizacionales, develando resultados reales y con profundidad proporcionando la razón de un proceso y procedimientos participativo enfrentando los problemas empresariales, económicas, organizativos y sistemáticos del contexto al que se desea conocer (Hernández, et al, 2020). Este tipo de enfoque, tienen visiones como ventajas en los eventos de negocios y organizacionales, sin importar la adscripción política y económica, que responden a los resultados como hallazgos como parte del trabajo en área y con fundamentos teóricos y estructurales de forma administrativa y operacional, además que los trata de forma minuciosa garantizando los hechos en las diferentes problemáticas (Arias, 2012).

### **3.2 Diseño de la Investigación**

Con base en el enfoque descrito anteriormente, se requiere de un diseño como modelo de análisis, para ello, se escogió, debido a que responder a las causas de los fenómenos empresariales (Hernández, et al, 2020). Este tipo de investigación va alineado con el esclarecimiento y determinación de las variables que llevaron a la problemática a ser estudiada y comprobadas (Galeano, 2020). Las investigadoras reflexionan de este diseño, porque, escudriña en forma de análisis y descripciones la problemáticas. También deja conocer situaciones, costumbre, comportamiento y actitudes, procesos, sociedad, escenario empresariales, entre otros, debido a que no se delimita simplemente a la recolección de la información sino al pronóstico e individualización de las variables e hipótesis (Hernández, et al, 2020).

### **3.3 Formulación de Hipótesis.**

#### **3.3.1 Hipótesis**

En forma permitió el diseñar del plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar.

### **3.3.2 Hipótesis nula.**

El diseñar del plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar, no llevará a ningún sentido estructural.

### **3.3.3 Hipótesis alternativas.**

La factibilidad del diseño del plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar, en gran parte dependerá de la aplicación de la herramienta de recolección de información del presente trabajo investigativo.

## **3.4 Sistema de Variables**

Las problemáticas empresariales en forma científicos develan una eventualidad nacida de las acciones y tareas del sector empresarial y social organizando nuevas nociones específicas (Galeano, 2022), propias de concepciones y quehaceres lleno de elementos y características de estudios, que de forma científica van recogiendo y transformando las variables y sus metodologías de aplicación (Arias, 2012). Las variables, son punto de vista, que escudriña los sistemas empresariales, buscando el nacimientos de análisis y medición expuestas por las investigadoras en los procesos de investigación (Hernández, et al, 2020). Con base en lo anterior, el presente espacio investigativo generó variables como:

### **3.4.1 Variable independiente.**

Estar se reflejan con los instrumentos del trabajo investigativo buscando siempre con demostración de los cambios, que se generan normalmente en estos procesos (Hernández, et al, 2020). Por ello en la tabla 2, se evidencia esta variable compuesta por su dimensión e indicadores, cada uno de ellos relacionados con sus elementos que lo constituyen y dan formas al esquema teórico, metodológico y de los resultados como se observa a continuación:

---

Tabla 2. Variables independiente del trabajo de investigación

---

**Variables independiente, dimensiones e indicadores**

---

Objetivo general	Variables independientes	Dimensiones	Indicadores
Diseñar un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar.	Plan de negocio para la modernización	Técnico	Productos
		Administrativo	Oferta
		Financiero	Demanda
		Mejoramiento	Organización
			Estructura
			Recursos financiero
			Marketing

Fuente: autores, 2022.

### 3.4.2 Variables dependientes.

Las variables independiente tiene su proceso, de donde emergen subproceso como variables dependiente, estas configuraciones cambian las operaciones del aspecto central en los resultados finales como hallazgos (Arias, 2012). Además, establece herramientas y ramificaciones evaluándose, desde su inicio hasta el final como resultado del trabajo investigativo (Hernández, et al, 2020); por lo anterior, se refleja variables dependientes seguidamente en la tabla número 3:

Tabla 3. Variable dependiente del trabajo investigativo

<b>Objetivo general:</b> Diseñar un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar.			
Objetivos específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores
Diagnosticar el estado actual de la empresa REDEPECES para conocer su funcionamiento administrativo, financiero y operativo.		Diagnosticar el estado actual de la empresa REDEPECES para conocer su funcionamiento administrativo, financiero y operativo.	Estado actual Ventajas y desventajas Oportunidades empresariales y de mercado Economía actual Pasivos

<p>Identificar el reconocimiento y operatividad de REDEPECES en el municipio de Aguachica para ver su crecimiento bajo la favorabilidad y desfavorabilidad de su ejercicio comercial.</p>	<p>Plan de negocio para la modernización</p>	<p>Identificar el reconocimiento y operatividad de REDEPECES en el municipio de Aguachica para ver su crecimiento bajo la favorabilidad y desfavorabilidad de su ejercicio comercial.</p> <p>Favorabilidad y desfavorabilidad Reconocimiento por el mercado Aceptación Futuro crecimiento</p>
<p>Realizar un estudio técnico, administrativo y financiero para determinar la funcionalidad y rentabilidad en la modernización de la empresa REDESPESCES..</p>		<p>Realizar un estudio técnico, administrativo y financiero para determinar la funcionalidad y rentabilidad en la modernización de la empresa REDESPESCES.</p> <p>Materiales Elemento constitutivos Oferta Demanda Recursos financieros Gestión de personal Estructura administrativa Crecimiento Actualización Clientes</p>
<p>Establecer políticas de mejoramiento continuo cada periodo de año, para que la empresa REDEPECES, continúe en un crecimiento en su estructura administrativa, financiera y operativa en el tiempo, con posibilidad de actualizarse.</p>		<p>Este objetivo se logrará por los resultados de la investigación.</p>

Fuente: autores, 2022

### 3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra

#### 3.5.1 Población.

Está constituido por el total de los colaboradores (Habitantes) del municipio de Aguachica de donde se devala los datos a considerar como análisis en todas y cada una de las unidades que se relaciona componiendo los resultados (Galeano, 2020), posteriormente de ella, emerge una cantidad mínima, que se llama muestra, quedando como un conjunto chico del universo de la población (Hernández, et al, 2020). Con base en lo anterior, el presente trabajo investigativo cuenta con un total de participantes de 106,368 habitantes equivalente al 100%

(Oficina de planeación, 2022); de esta cantidad como base se analiza para obtener como resultado el número de muestra, que se la aplicará las herramientas de recolección de los datos que llevara a los hallazgo como resultados (Galeano, 2020).

### 3.5.2 Método de muestreo.

Es el conjunto mínimo que simboliza la población total, las cuales reúne elementos con características de pertinencia y disponibilidad, por ello, la individualización y la afluencia de esto participantes aporta la información con exigencia de la meta propuesta por medio de los objetivos (Hernández, et al, 2020) y el camino libre en un zona de acontecimientos para la culminación del trabajo investigativo (Galeano, 2020). Por esto, la obligatoriedad de la realización de forma estadística para encontrar el número directo de los colaboradores positivos para la aplicación de las técnicas (Arias, 2012); La fórmula estadísticamente pertinente, busca conocer con precisión, el total de habitantes del municipio de Aguachica que se debe tener en cuenta, tal como se observar seguidamente en la tabla 4 y la ilustración 1.

### 3.5.3 Determinación de la muestra.

Es la cantidad de colaboradores del trabajo investigativo, que suministran la información desde el trabajo de campo que se va a analizar y exponer en el espacio científico, además es la parte mínima del universo de la población (Hernández, et al, 2020); Pero, se consigue de forma estadístico suministrando el número de colaboradores para develar la información para seguir con el proceso y procedimiento, como se observar a continuación con cada uno de los elementos en la ejecución de la fórmula para llegar a los hallazgo como final del proceso (Galeano, 2020).

Tabla 4. Elementos y valores de la formula de la muestra

Símbolo	Detalle	Valor
N	Tamaño de la muestra	106.368
P	Probabilidad de Éxito	0,9
Q	Probabilidad de Fracaso	0,5
Zc	Índice de confiabilidad	1,96
E	Error muestral (5%)	0,5
Fuente: Autores, 2022		

Ilustración 1. Formula y aplicacion para hallar la muestra de la poblacion.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot q}{e^2(N - 1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(106368)(1.96)^2(0.9)(0.5)}{(0.05)^2(106368 - 1) + (1.96)^2(0.9)(0.5)}$$

$$= \frac{183,880489}{2,6593}$$

= **69 Encuestas**

Fuente: Autores, 2022

Con la aplicación de la formula estadística como se muestra en la ilustración 1, se halla la muestra, determinando así la cantidad mínima de participantes en la investigación aquí sustentada con un total de 69 encuesta, quedando como la población objetivo y finalmente emergiendo la información necesitada para el análisis del proceso.

### **3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información**

Para Hernández, Baptista y Collado (2020), Galeano (2020) están dividida en varias fracción, que son, primarias es donde, se obtiene de forma clara y concisa la información de la realidad problemática y las secundarias, reflejan el acercamiento de los objetivos profundizando en los primeros hallazgo, en todos los casos ambas herramientas son contextos contrapuestos y viables de aplicar, analizar y de razonar de manera compleja, que no cambian el escenario con el conjunto de herramientas, que no tienen dificultad para precisar con congruencias. Lo anterior, se puntualizó para construir la realidad de la problemática a investigar.

#### **3.6.1 Fuentes de información primarias.**

Este espacio se convierte en una fuente de herramienta aplicada en el presente espacio, logrando conseguir, registrar y almacenar la información pertinente para deducir de acuerdo a la metodología expuesta anteriormente (Hernández, et al, 2020). Por su posición, se convierte en la primera en ser aplicada para iniciar con la realización de los objetivos planteados anteriormente en la investigación presente (Galeano, 2020). Con lo anterior, se presenta las siguientes fuentes de información primaria:

### **3.6.1.1 *La encuesta.***

Es catalogada una de las herramientas más utilizadas en los proceso de investigación, sirvió para extraer información pertinente, a partir, de los datos en vivo de los colaboradores de la muestra escogida, desde la población universo, que describe los elementos con detalles para el análisis requerido como hallazgo (Galeano, 2020); Los aspectos una vez identificado se realiza registros, tabulación y análisis, con el fin de llegar a los hallazgos satisfactorios y esperados (Hernández, et al, 2020). La encuesta (Ver Apéndice A), se fundamentó en una series de preguntas, realizadas directamente y frente a frente con uno a uno de los participantes de la muestra de la investigación y fue desarrollada por las investigadoras (Ver apéndice A) (Arias, 2012).

### **3.6.2 Fuentes de información secundaria.**

Es una fuente de recolección de información en profundidad, trascendió para encontrar puntos de análisis que sirvieron como aspectos, particularidades y técnicas en auxiliar al proceso investigativo (Hernández, et al, 2020). Todo esto, la convierte en una herramienta importante para acumular, encausar y analizar la información por las investigadoras, con el fin de llegar a los hallazgos como resultado final (Galeano, 2020). Para este punto de referencia realizó de apropiarse de los eventos y acciones del trabajo investigativo con mucho más importancia que pueden dar la vuelta a la realidad que se está indagando para armar un grupo de elementos, donde se debe hacer reflexiones claras, precisas y adecuadas en la investigación (Arias, 2012). Por lo anterior, se eligió la siguiente fuente secundaria de datos como:

#### **3.6.2.1 *Análisis de documento.***

Es un instrumento que lleva a la exploración de lectura, entendimiento, retención de libros, revistas científicas, concernida con el objetivo de la investigación presente, también en investigaciones, archivo, fuentes documentales ya sea física y digitales, como, ponencias, informes, actas, boletines, censos, bases de datos, periódicos, leyes, resolución nacional y local, fallos judiciales, disciplinarios, enciclopedias, entre otros (Arias, 2012). Todo lo

anterior, se realizó procedimiento de digitalización de fuentes en formato tradicionales de Excel y Word, para su análisis respectivo (Hernández, et al, 2020).

### **3.7 Procedimiento**

Comenzó mediante la aplicación de las técnicas programadas en el presente estudio que explican el procedimiento que se realizó en cada etapas sucesivamente, que debe ser necesaria y para resolver en los tiempos proyectados de forma concreta (Galeano, 2020). El trabajo investigativo se desarrolló sistemáticamente, para ir encausando el informe final, con el fin de generar conocimiento científico nuevo (Hernández, et al, 2020). Por ello, se planteó la realización de los objetivos que a continuación se describen.

#### **3.7.1 Desarrollo del primero objetivo:**

##### ***3.7.1.1 Diagnosticar el estado actual de la empresa REDEPECES para conocer su funcionamiento administrativo, financiero y operativo.***

Se inició con un análisis actual de la empresa REDEPECES bajo las herramientas administrativa con matrices relacionando las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA), identificando todos los elementos necesarios, donde existen externa e internos y se tuvo o no en cuenta en su normal desarrollo de su objeto social que son los fines para los que fueron creados.

#### **3.7.2 Desarrollo del segundo objetivo.**

##### ***3.7.2.1 Identificar el reconocimiento y operatividad de REDEPECES en el municipio de Aguachica para ver su crecimiento bajo la favorabilidad y desfavorabilidad de su ejercicio comercial.***

El desarrollo del presente objetivo se desarrolló bajo la fuente de información primaria en este caso, la encuesta, su proceso se dio con el procedimiento de la agrupación, tabulación y análisis de los datos recolectados en forma directa para analizar de manera cuantitativa en tablas y gráficas, que sirvió para fomentar su estructura real bajo los teóricos administrativos.

### **3.7.3 Desarrollo del tercer objetivo.**

#### ***3.7.3.1 Realizar un estudio técnico, administrativo y financiero para determinar la funcionalidad y rentabilidad en la modernización de la empresa REDESPESCES.***

Se realizó mediante la indagación de lecturas, libros, revistas científicas de acuerdo el objetivo presente. Además de buscar investigaciones, archivos, documentos físicos y digitales; también, ponencias, informes, actas, boletines, censos, bases de datos, periódicos, leyes, resolución nacional y local, fallos judiciales, disciplinarios, enciclopedias, entre otros (Arias, 2012). Todo lo anterior, se realizó procedimiento de digitalización de fuentes en formato tradicionales de Excel y Word, para su análisis respectivo llegando a los hallazgos como resultado final (Hernández, et al, 2020).

### **3.7.4 Desarrollo del cuarto objetivo.**

#### ***3.7.4.1 Establecer políticas de mejoramiento continuo cada periodo de año, para que la empresa REDEPECES, continúe en un crecimiento en su estructura administrativa, financiera y operativa en el tiempo, con posibilidad de actualizarse.***

Con base en el desarrollo de los tres objetivos anteriores, siendo resultados claros, concisos, relativos con el trabajo, se propondrán estrategias de mejoramiento continuo, que permitan hacer actualizaciones cada periodo de tiempo, dependiendo de la misión, visión, políticas, principios, entre otros, esto con el fin de que no sigan sucediendo lo que venía pasando, los programas de progreso hace que la empresa tenga perspectivas totalmente amplias llevando a permanecer en el mercado y obteniendo ganancias como utilidades y mejor calidad de vida del personal interno de la empresas REDEPECES.

## **3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información**

Se realizó desde una perspectiva cuantitativo llegando a resultados claros, concisos y relativos al trabajo presente, se logró establecer datos con análisis estadísticos profundo

realizando tablas, distribución de frecuencias, matrices, y graficas porcentuales, entre otras, esto para ser concretos bajo análisis de niveles de marcación correcta y determinada en grado con se debe tratar y entender la información obtenida de los participantes y como resultado final (Hernández, et al, 2020). En conclusión fue directo el acatamiento de los objetivos con resultados, conclusiones, recomendaciones, entre otros, teniendo como perspectivas y control procesal de continuo que llevaron a dejar acotaciones con progreso y utilidad para generar posiciones exitosas desde su inicio (Galeano, 2020).

## 4 ESQUEMA TEMÁTICO

### 4.1 Diagnostico del estado actual de la empresa REDEPECES para conocer su funcionamiento administrativo, financiero y operativo.

Se empezó con el análisis actual de la empresa REDEPECES bajo las herramientas administrativa con matrices relacionando las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA), identificando todos los elementos necesarios, donde existen externa e internos y se tuvo en cuenta del normal desarrollo del objeto social, que son los fines para los que fueron creados.

Tabla 5. Identificación de las Debilidades de la empresa REDEPECES

Debilidades de la empresa REDEPECES
D1. No existe una estructura que identifique los niveles de jerarquización y normatización que especifique los roles con su independencia.
D2. No tiene un manual de funciones que relaciones cada uno de las actividades y tareas por cada uno de los niveles existente.
D3. No presenta una visión, misión, políticas y principios que identifiquen la empresa dentro de los elementos administrativos por Taylor y Fayol.
D4. No hay un plan (Presupuesto) financiero con proyecciones a cierto periodo de tiempo que garantice la estabilidad económica de la empresa.
D5. No se encuentra un plan administrativo organizado para el mejoramiento continuo de la empresa con fines de sostenibilidad.

Fuente: Autores, 2022

Con estas debilidades halladas en la empresa REDEPECES, se llega a la conclusión como investigadoras, que aunque existe, no tiene ciertos requisitos fundamentales administrativos con perspectivas guiadoras como proceso con procedimientos continuos y permanentes para seguir creciendo en todos los sentidos como el mismo ente económico junto con sus colaboradores que están entre las edades de juventud buscando mejores momento en su vida pensando en mejorar su calidad tanto personal como familiar, que algunos tienen ya su núcleo familiar como eje central de crecimiento moral y social.

Otro aspecto que se tuvo en cuenta fue las Oportunidades como elemento de herramienta administrativa importante en el desarrollo de este objetivo, por lo que se hallaron los siguientes como se observa en la tabla 6.

Tabla 6. Identificación de las Oportunidades de la empresa REDEPECES.

Oportunidades de la empresa REDEPECES
O1. Un mercado potencial lleno de muchas personas que le gusta pescar por los diferentes puntos de vista como su forma de empleo, deportes, ratos libres, por paseo, entre otros.
O2. Crecimiento con nuevos puntos de ventas debido al acercamiento con poblaciones como municipios, veredas y corregimiento aledaños cerca del río Magdalena.
O3. Puntos estratégicos por estar cerca del río Magdalena para realizar la actividad de la pesca.
O4. Ser la única empresa que vende y distribuye los instrumentos que se utilizan para la actividad de la pesca.
O5. Buscar ser reconocida en el municipio y las regiones cercanas en la comercialización de estos productos que se utilizan para realizar la actividad de la pesca.
D6. Ofrecer toda una gama de elementos que se lleva en la utilización de la pesca, por personas expertas o proceso de enseñanza.

Fuente: Autores, 2022

Con el hallazgo de las Oportunidades, se concluye que la empresa REDEPECES tiene grandes elementos fundamentales para aprovecharlas y establecer diferentes líneas de comercialización y distribución para generar un gran impacto, además de aplicar los procesos administrativos y operativos, con el fin, de proyectar de manera perspectiva todas las funcionalidades tratando de llegar a todo el mercado potencial, y de esta forma tener el crecimiento estructural con fundamentación teórica administrativa según los procesos que desarrolla de forma interna y externa.

Seguidamente, se realizó el análisis de las Fortalezas, otra parte de la herramienta administrativa de la matriz DOFA, que llevó a la identificación de forma interna que les permite mejoramiento y mantenerse en el mercado que está lleno de muchas posibilidades que garantizan el éxito de la empresa REDEPECES en el municipio de Aguachica.

Tabla 7. Identificación de las Fortalezas de la empresa REDEPECES.

Fortalezas de la empresa REDEPECES
F1. Posee un recurso humano muy interesado en crecer con la empresa, esperando oportunidades de hacerlo
F2. Crecimiento planificado con nuevas sedes por las poblaciones como municipios, veredas y corregimiento aledaños cerca del río Magdalena.
F3. Ser la única empresa que vende y distribuye estos tipos de productos.
F4. Tiene variedades de productos para ofrecer a los pesadores dependiendo de su estilo de hacerlo.
F5. Por lo menos tiene un reconocimiento mínimo en el municipio y experiencia en los productos que ofrece para realizar la actividad de la pesca.
F6. Cuenta con un capital para mantenerse durante un periodo bastante grande para seguir en el mercado potencial.
F7. Posibilidad de crecimiento estructural con mejoras continuas.
F8. Ayuda a generar empleos directos e indirectos.

Fuente: Autores, 2022

Una vez develadas las Fortalezas encontradas en la empresa REDEPECES reflejadas en la tabla anterior número 7; Estas ventajas llevan a muchas perspectivas, que son el sostenimiento para mantenerse en el mercado y seguir con los elementos necesarios proyectados hacia los mejores resultados. Este resultado lleva a la adaptabilidad de los procesos administrativos y operativos permitiendo alcanzar los objetivos organizacionales corrigiendo las falencias existentes durante la aplicación de las técnicas que se utilizan en la administración de empresas.

Como último procedimiento de la matriz DOFA, se tiene las Amenazas, como resultado del diagnóstico realizado en la empresa REDEPECES, se encontraron los siguientes hallazgos que permitieron identificar los elementos que hacen parte de espacio amenazante directos e indirectos para la empresa objeto de estudio, situación que la hace vulnerable ante estos hechos, tal como se observa en la tabla 8 seguidamente.

Tabla 8. Identificación de las Amenazas de la empresa REDEPECES

Fortalezas de la empresa REDEPECES
A1. Recesión económica en el país Colombiano
A2. Una posible pandemia o epidemia en Colombia.
A3. Ser la única empresa que vende y distribuye estos tipos de productos.

Fuente: Autores, 2022

Finalmente se cumplió con el desarrollo del primer objetivo de la presente investigación, construyendo la matriz DOFA que especifica cada uno de sus elementos como hallazgos siendo estos los resultados; El cumplimiento de este objetivo devela aspectos relevantes que dieron orígenes al presente estudios y para proponer estrategias de mejoramiento continuo con fases importantes para el proceso junto con sus procedimientos.

#### **4.2 Identificación del reconocimiento y operatividad de REDEPECES en el municipio de Aguachica para ver su crecimiento bajo la favorabilidad y desfavorabilidad de su ejercicio comercial.**

El desarrollo del presente objetivo se desarrolló bajo la fuente de información primaria en este caso, la encuesta, su proceso se dio con el procedimiento de la agrupación, tabulación y análisis de los datos recolectados en forma directa y cuantitativa con tablas y figuras, que sirvió para fomentar su estructura real bajo los teóricos administrativos.

Por todo lo anterior, con base en la encuesta en la primera pregunta como ¿Conoce usted la empresa REDEPECES?, los participantes en 94% manifestaron que no, dejando en un 6% el resto de los colaboradores como se explica en la información de la tabla 9 y figura 1. En conclusión según la población encuestada el nivel de reconocimiento de la empresa REDEPECES, es bastante bajito, lo que lleva a manifestar a las investigadoras, que con urgencia se necesita un plan de marketing de todo tipo y en todos los sentidos y empezar por un reconocimiento con urgencia para que pueda aplicar a un crecimiento planeados con perspectivas futurista, dejando atrás los malos momentos de crisis que esté viviendo en la actualidad y que pueda presentar.

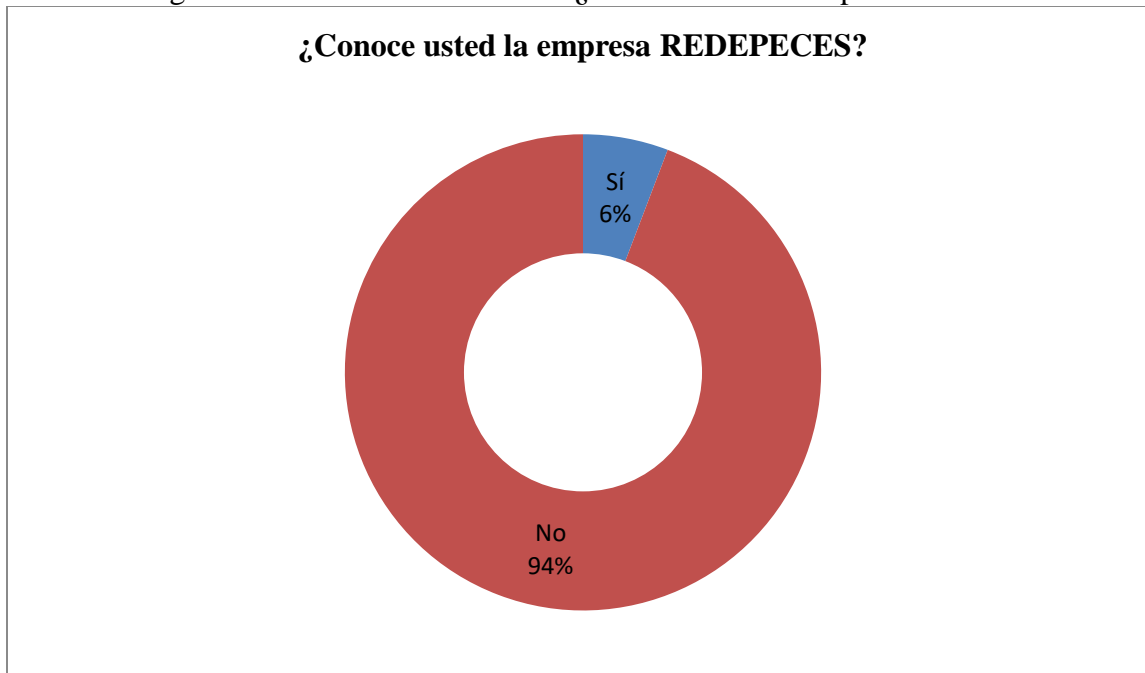
Esta pregunta, conserva situaciones, desde, todos los puntos de referencias en la aplicación de estrategias administrativas que no van con el desarrollo de políticas y principios acordes bajo normas y estándares de calidad en la promoción y expansión empresarial, llegando a la conclusión, que esta empresa tiene una crisis administrativa llevándola a la posible desaparición del mercado potencial con forme a la situación analizada por los investigadoras presente.

Tabla 9. Información de analisis ¿Conoce usted la empresa REDEPECES?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	Sí	4	6%
2	No	65	94%

Fuente: autores, 2022.

Figura 1. Información de analisis ¿Conoce usted la empresa REDEPECES?.



Fuente: autores, 2022.

Frente al análisis de la pregunta 2 de la encuesta de instrumentos de recolección de información el cual se analiza ¿Por qué no la conoce? Los encuestados respondieron en un 80% que no han escuchado publicidad de esa empresa, el 7% de los que contestaron fueron mujeres manifestando que son amas de casa y no salen casi de ellas, el 6% de los participantes

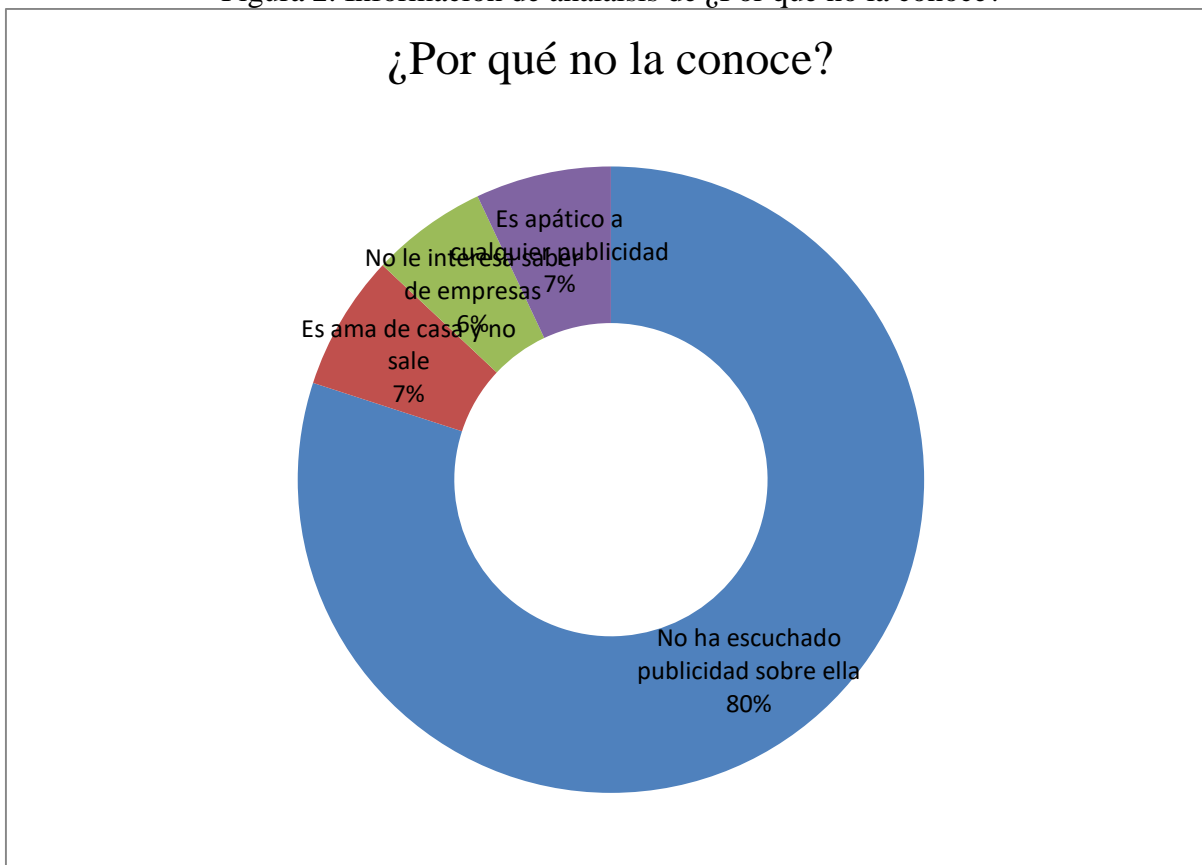
que no les interesan saber nada de empresas y el 7% restantes se considera muy apático a cualquier publicidad por lo que no les interesan; en conclusión las investigadoras presente manifiestan que la empresa no tiene un reconocimiento que debe ser importantes para unas políticas de ventas con nivel de crecimiento futuro; es claro y evidente, que no existe estrategias que apunten a mejorar en todos los niveles de la empresa REDEPECES, este análisis se refleja de la información emergida de la población encuestada como se observa en la tabla 10 y en la figura 2.

Tabla 10. Información de análisis de ¿Por qué no la conoce?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	No ha escuchado publicidad sobre ella	55	80%
2	Es ama de casa y no sale	5	7%
3	No le interesa saber de empresas	4	6%
4	Es apático a cualquier publicidad	5	7%

**Fuente: autores, 2022.**

Figura 2. Información de análisis de ¿Por qué no la conoce?



Fuente: autores, 2022.

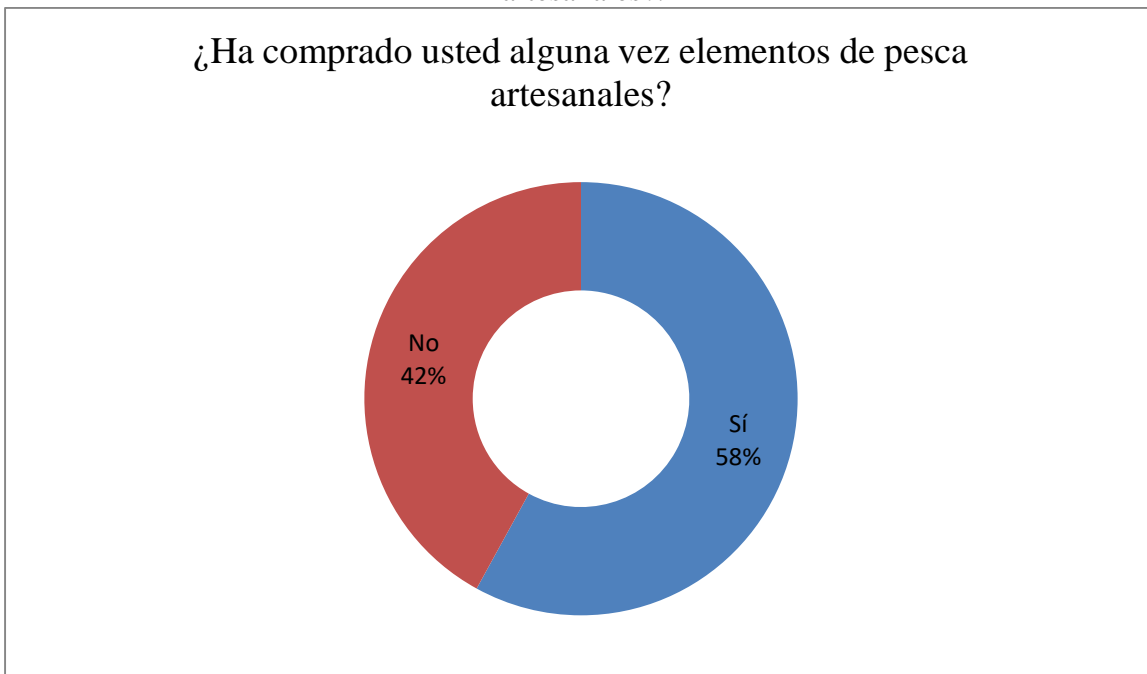
Relacionando la pregunta 3 de la encuesta como ¿Ha comprado usted alguna vez elementos de pesca artesanales?, los encuetados respondieron, que sí en un 58% y el 42% restante manifestaron que no; En conclusión se analizan que existe un alto porcentaje superando el 50% han comprado elementos de pesca artesanales, lo que se interpreta como un gran mercado potencial ya existente y porcentaje menos del 50% por explotar para ampliar el mercado que ha venido comprando, finalmente se puede argumentar con los datos develado la posibilidad de ampliar en todos los sentidos la empresas REDEPECES con los diferentes planes empresariales para optimizarla, teniendo en cuenta estrategia, políticas, principios, normas, entre otras, para su mejoramiento.

Tabla 11. Analisis de la información ¿Ha comprado usted alguna vez elementos de pesca artesanales?.

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	Sí	30	58%
2	No	39	42%

Fuente: autores, 2022.

Figura 3. Analisis de la información ¿Ha comprado usted alguna vez elementos de pesca artesanales?.



Fuente: autores, 2022.

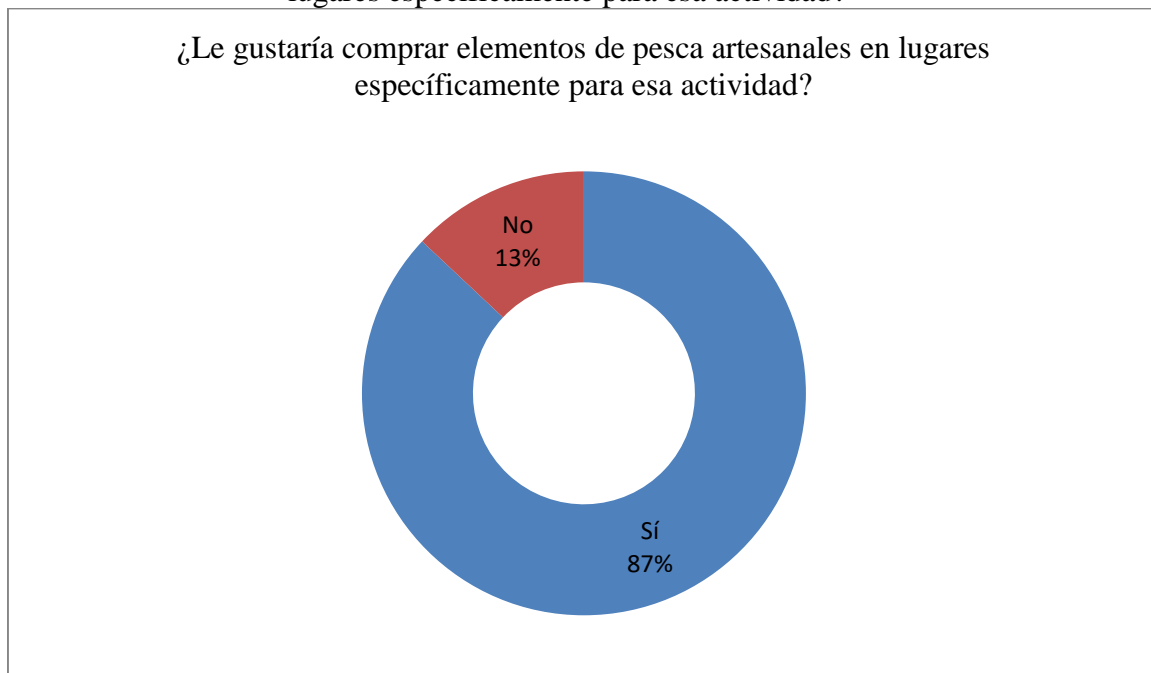
Siguiendo con el análisis de la herramienta de recolección de información del presente trabajo en la pregunta 4 que indaga sobre ¿Le gustaría comprar elementos de pesca artesanales en lugares específicamente para esa actividad?, donde los encuestado manifestaron que Sí en un 87% y el 13% que No; En conclusión se analiza que existe un gran número de personas o clientes que favorecen a la empresa REDEPECES, donde existe un gran potencial de clientes, dejando un porcentaje mínimo que no compran, esto quiere decir que existe un mercado potencial lleno de oportunidades a los cuales se debe aplicar un plan de marketing publicitario que permita ampliarlo en todos los sentidos, tal como se observa en la tabla 12 y la figura 4.

Tabla 12. Análisis de la información ¿Le gustaría comprar elementos de pesca artesanales en lugares específicamente para esa actividad?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	Sí	60	87%
2	No	9	13%

Fuente: autores, 2022.

Figura 4. Análisis de la información ¿Le gustaría comprar elementos de pesca artesanales en lugares específicamente para esa actividad?



Fuente: autores, 2022.

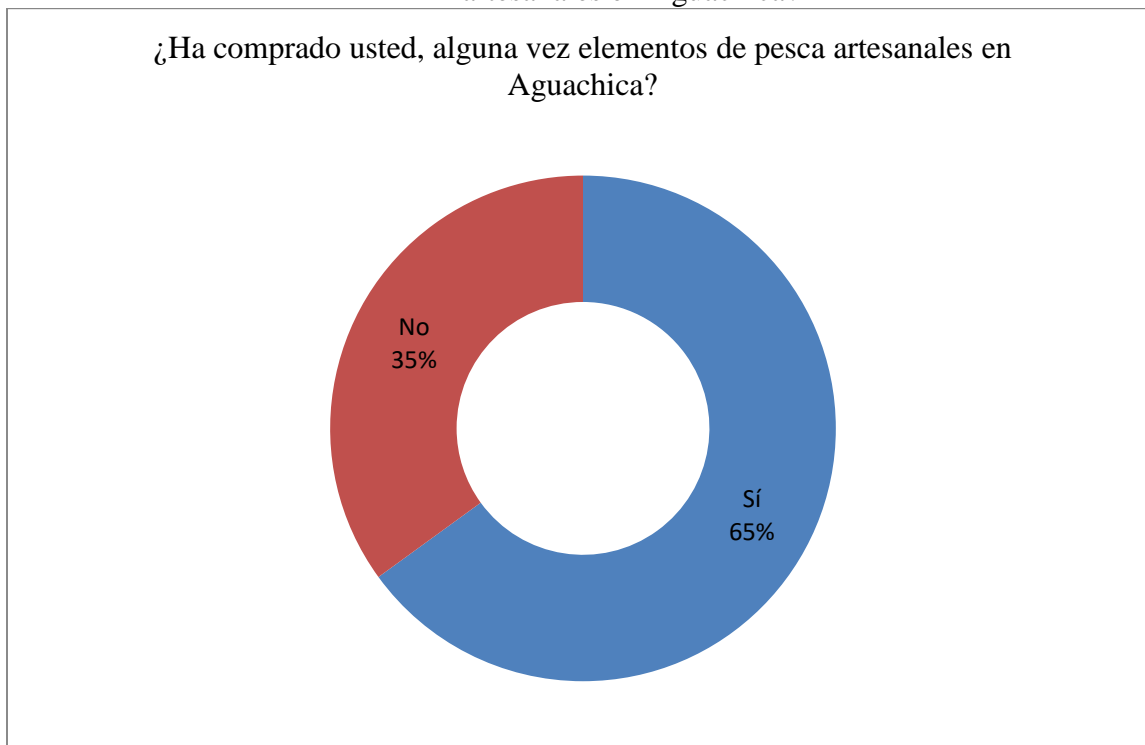
Seguidamente en la pregunta 5 de la encuesta, refiriéndose a ¿Ha comprado usted, alguna vez elementos de pesca artesanales en Aguachica?, los participantes informaron que, Sí 65% mientras que el 35% restante manifestaron que no; En conclusión estos hallazgos dejan claro que existe un mercado amplio de más del 60% de los encuestado, pero existe otro porcentaje mínimo, donde se puede ampliar dicha clientela dejándole un potencial de mercado amplio para seguir explorando llegando a cualquier punto del municipio y sus alrededores, esto deja claro que la empresa REDEPECES tiene mucho por crecer, pensando siempre en ideas de estrategias muy acertadas para generar una estabilidad comercial y operativa de ella, tal como se puede observar en la tabla 13 y la figura 5.

Tabla 13. Análisis de la información ¿Ha comprado usted, alguna vez elementos de pesca artesanales en Aguachica?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	Sí	45	65%
2	No	24	35%

Fuente: autores, 2022.

Figura 5. Análisis de la información ¿Ha comprado usted, alguna vez elementos de pesca artesanales en Aguachica?



Fuente: autores, 2022.

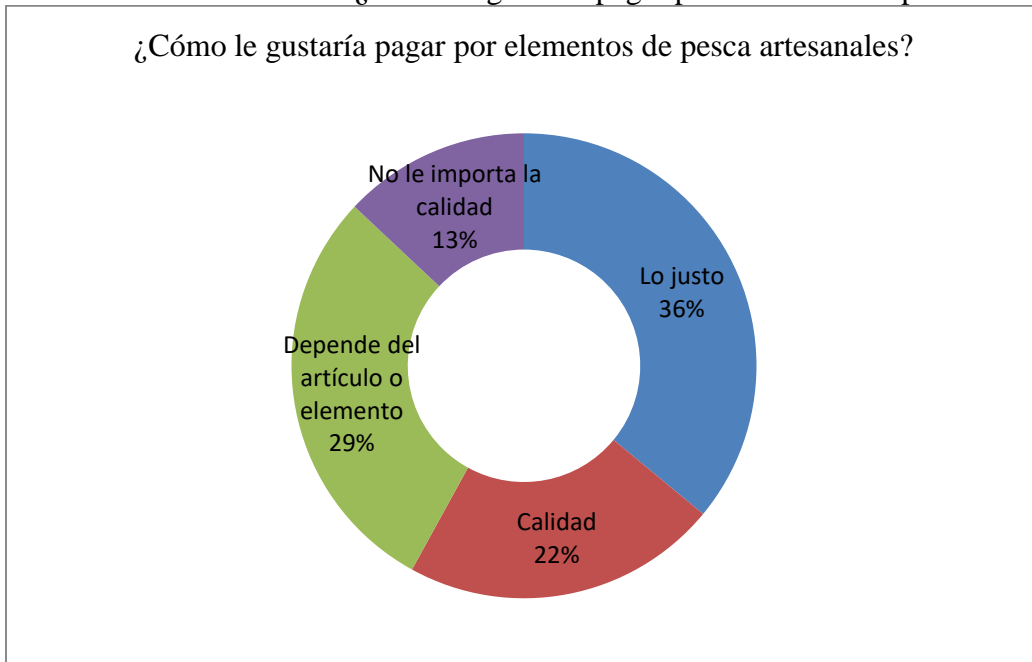
Frente a la pregunta número 6 correspondiente ¿Cómo le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales? de la herramienta de recolección de información del presente trabajo investigativo los encuestados respondieron que, el 36% considera que se debe pagar lo justo en equivalencia de lo que es realmente del producto, además el 22% manifiesta que pagaría por la calidad del producto, también el 19% de los mismo que se les aplico el instrumento, dice que lo pagaría dependiendo del artículo o del elemento que desea comprar, finalmente el 13 de participantes informaron que no les importa la calidad solo el producto que desean comprar, debe ser porque solo lo utilizan una sola vez y no lo van a tener en el almacén de sus casas.

En Conclusión, se analizar que, existe una gran variedad de clientes que, buscan tener un sitio, donde, puedan comprar o poder obtener el producto que necesitan para la actividad de la pesca, por ello, se hace necesarios estrategias, políticas, normas, institucionalidad, principios, entre otros, que buscan mejorar su parte administrativas y operativas para mantenerse en el mercado, situación que debe ser prioritaria en la empresa REDEPECES, debido a su situación de en el desarrollo del primer objetivo de la presente investigación y de la realización del trabajo de campo, donde se develan las falta de estos procesos y procedimientos administrativos. Por todo lo anterior, es evidente la reingeniería de la empresa objeto de estudio, como se observa en la tabla 14 y la figura 6.

Tabla 14. Analisis de información ¿Cómo le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	Lo justo	25	36%
2	Calidad	15	22%
3	Depende del artículo o elemento	20	19%
4	No le importa la calidad	9	13%
<b>Fuente: autores, 2022.</b>			

Figura 6. Analisis de información ¿Cómo le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?



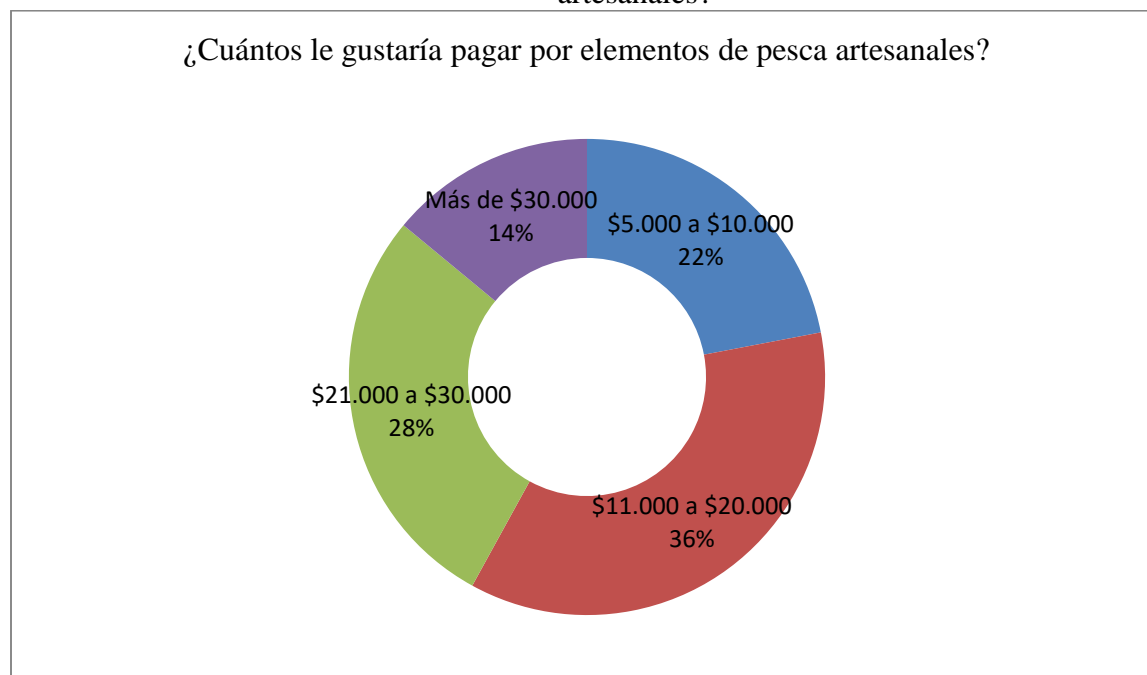
Fuente: autores, 2022.

En la pregunta 7 que se refiere a ¿Cuántos le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales? de la encuesta, los participantes manifestaron, que les gustaría pagar entre \$5000 y \$10.000 el 22%, el 36% compraría los productos con valores de \$11.000 a \$20.000, el 28% también manifestaron que estaría de acuerdo en pagar entre \$21.000 a \$30.000, terminando en el 14% comprarían los productos con costos de más de \$30.000 colombianos; En conclusión los habitantes del municipio de Aguachica departamento del Cesar estarían dispuesto a cancelar cualquier valor por los diferentes productos artesanales de pesca, esta información muestra que existe una gran favorabilidad hacia los productos y la misma empresas REDEPECES.

Tabla 15. Análisis de la información ¿Cuántos le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	\$5.000 a \$10.000	15	22%
2	\$11.000 a \$20.000	25	36%
3	\$21.000 a \$30.000	19	28%
4	Más de \$30.000	10	14%
<b>Fuente: autores, 2022.</b>			

Figura 7. Análisis de la información ¿Cuántos le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?



Fuente: autores, 2022.

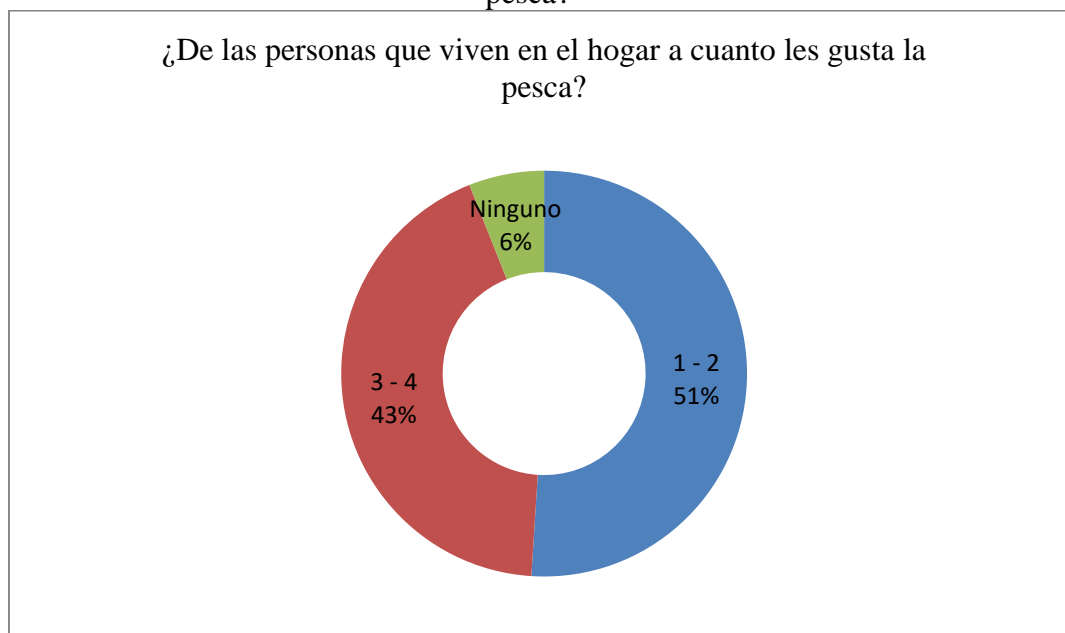
Relacionando el análisis de la pregunta 8 que indaga sobre ¿De las personas que viven en el hogar a cuanto les gusta la pesca?, los encuestados respondieron en un 51% que existen entre las familias 1 y 2 personas, que les gusta pescar con productos artesanales, además el 43% de los hogares tienen 3 y 4 familiares que les gusta pescar como actividad de paseo y finalmente, el 6% restantes de los participantes no les gusta la pesca de ninguna manera; En Conclusión existe un gran porcentaje equivalente el 94% porcientos de los encuestados que les gusta la pesca, de otra manera es un factor de favorabilidad de la empresa REDEPECES toda vez que tiene un mercado amplio y lleno de muchas oportunidades tal como se refleja en la tabla 16 y en la figura 8.

Tabla 16. Analisis de la información ¿De las personas que viven en el hogar a cuanto les gusta la pesca?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	1 - 2	35	51%
2	3 - 4	30	43%
3	Ninguno	4	6%

Fuente: autores, 2022.

Figura 8. Analisis de la informacion ¿De las personas que viven en el hogar a cuanto les gusta la pesca?



Fuente: autores, 2022.

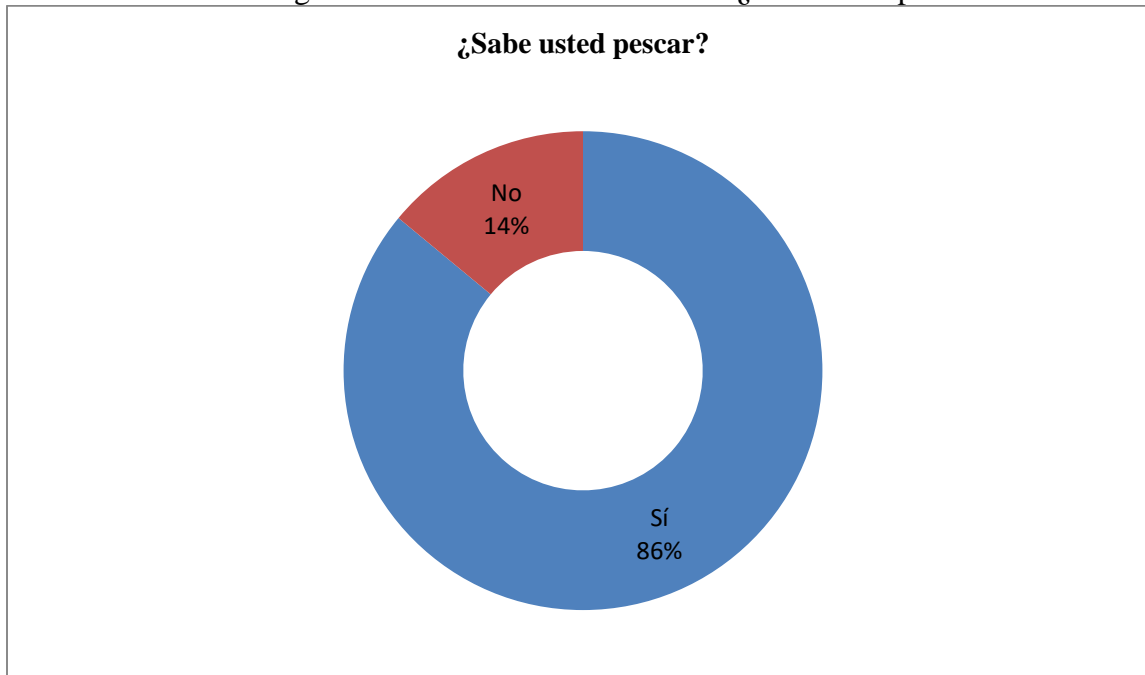
Siguiendo con el análisis en la pregunta 9 que se refiere a si ¿Sabe usted pescar?, los encuestado respondieron por el sí el 86% de los participantes y el 14% restante manifestaron que no, esto deja claro un mercado potencial para la empresa REDEPECES quien debe retomar las acciones de estrategias y restauración para volver a reingeniarse en los procesos administrativos y operativos; Estos hallazgos permiten corroborar el estado de arte de la presente investigación desde el comienzo hasta el final, situación que hace que nuestros pensamientos organizacional lleve al cambio lleno de estrategias, políticas, normas, estructura, sistemas de información, entre otros, que permitan la adaptación a los nuevos proceso que se identificaron desde los instrumentos de recolección y análisis de la información recolectada identificando vulnerabilidad dentro y fuera de la empresas.

Tabla 17. Análisis de la información ¿Sabe usted pescar?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	Sí	59	86%
2	No	10	14%

Fuente: autores, 2022.

Figura 9. Análisis de la información ¿Sabe usted pescar?



Fuente: autores, 2022.

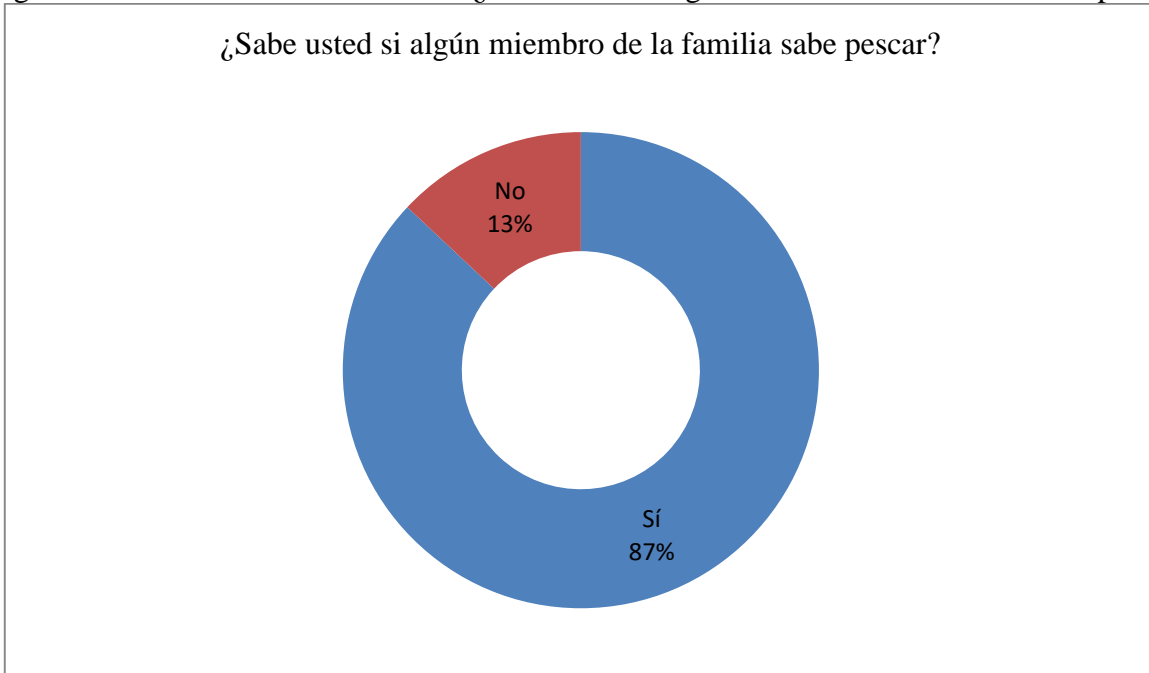
Finalmente, en la pregunta 10 correspondiente a ¿Sabe usted si algún miembro de la familia sabe pescar? Se evidenciaron los siguientes hallazgos por el Sí un respondieron un 87% de los encuestados y el 13% restante manifestaron que no; Evidentemente desde los resultados de la encuesta se puede analizar que existe y sigue existiendo desde el comienzo del desarrollo de este objetivo una gran mercado que no todavía no ha explorado frente a los productos de pesca artesanal que vende la empresa REDEPECES en el municipio de Aguachica, llegando a reflexionar sobre la gran importancia de las estrategias de marketing, además de la necesidad de los principios y normas empresariales que se pueden observar que no se están aplicando, es por ello, este trabajo investigativo se desarrolla con base en esta problemáticas observada como estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica.

Tabla 18. Análisis de la información ¿Sabe usted si algún miembro de la familia sabe pescar?

Orden	Pregunta	Cantidad de participantes	Porcentaje
1	Sí	60	87%
2	No	9	13%

Fuente: autores, 2022.

Figura 10. Análisis de la información ¿Sabe usted si algún miembro de la familia sabe pescar?



Fuente: autores, 2022.

Finalmente, con la descripción de las tablas y figuras con su respectivo análisis se da por terminado el desarrollo del segundo objetivo del presente trabajo de investigación, tal como se puede observar durante su aplicabilidad, la empresa REDEPECES debe tomar de manera inmediata acciones, que vayan en su mejoramiento en todos los casos administrativos y operativos, con el fin de mantenerse en el mercado, este estudio permitirá planificar todos los casos anteriormente mencionados con perspectivas y mejoras incluyentes adaptativas para establecer los mejores métodos y formas, que permitan avanzar en la continuidad y mantenimiento de todos los procesos y procedimientos empresariales.


En el primer objetivo el presente trabajo, se desarrolló la matriz DOFA las cuales corresponde a cuatro niveles de estudios que son 2 internos y dos externos, todos relevantes con las organizaciones o empresas, en ella se estudia paso a paso su funcionamiento examinando los diferentes problemas internos y externos como se han observado durante todo el documento presente.

### 4.3 Realizar un estudio técnico, administrativo y financiero para determinar la funcionalidad y rentabilidad en la modernización de la empresa REDESPESCES.


La realización de este objetivo fue mediante la indagación de lecturas, libros, revistas científicas de acuerdo a su pertinencia. También se buscó investigaciones, archivos, documentos físicos y digitales, ponencias, informes, actas, boletines, censos, bases de datos, periódicos, leyes, resolución nacional y local, fallos judiciales, disciplinarios, enciclopedias, entre otros. Todo lo anterior, se realizó procedimiento de digitalización de fuentes en formato tradicionales de Excel y Word, para su análisis respectivo llegando a los hallazgos como resultado final.

#### 4.3.1 Plan técnico


El presente espacio abarca el proceso de ingeniería, que identificar y establecer cada uno de los productos, que comercializa la empresa REDEPECES bajo los parámetros de cantidad, calidad y tiempos requeridos de su entrega, además de la elaboración con la mejor disponible para el mercado teniendo cuenta el precio, la rentabilidad, el impacto ambiental, la vida útil y la posible obsolescencia. Como se puede observar en las tablas y figuras:

Producto: Hilo	Características	Uso	Costo
	Hilo blanco con alta tenacidad, hilos de polipropileno multifilamento, compuesto por hilo de 3 cabos.	Sirve para calzar trasmallo, para tejer chinchorra y atarraya.	Por mayor a \$ 20.000mil pesos
			Detal a 22.000 mil pesos el hilo #4, 5 y 6.  Hilo # 15, 18 costo a detal \$ 24.000 mil pesos


Fuente: autores, 2022.

Producto: Trasmallo	Características	Uso	Costo
	Los trasmallos son las redes de enmalle fijas más conocidas.		De fábrica a \$ 42.700 mil pesos.
	constan de tres paredes de red superpuestas, los dos paños exteriores son idénticos y formados por mallas muy grandes, mientras que el paño interior es más grande y de malla más pequeña.	Sirve para coger bocachico y mojarra, con sus medidas reglamentarias que es de 8cm en adelante.	Por mayor a \$ 49.000 mil pesos.
			Detal a \$ 53.000 mil pesos.


Fuente: autores, 2022.

Producto: Trasmallo Nailon Mono Filamento	Características	Uso	Costo
	Trasmallo monofilamento (plástico), óptimo para mallas de arrastre y atarraya, alta resistencia y durabilidad.	Sirve para coger con la maya 2/8. Con la maya 10cm se coge mojarra roja y bagre.	Costo de fábrica a \$ 61.000 mil pesos.
			Costo al por mayor a \$ 80.000 mil pesos.
			Costo al detal a \$ 85.000 y a 90.000 mil pesos.


Fuente: autores, 2022.

Producto: Hilo de color	Características	Uso	Costo
	<p>Hilo de colores de nailo, compuesta por único filamento, normalmente hecho de fibra de nylon. Este material es muy resistente, elástico y de especial densidad, por lo que se hunde en el agua.</p>	<p>Sirve para tejer atarraya, hacer mochila y riendas para bestias.</p>	<p>Costo de fábrica hilo de color de 100 gramos a \$ 4.500 mil pesos</p> <p>Costo al por mayor a \$ 6.000 mil pesos.</p> <p>Costos al detal a \$ 7.000 mil pesos.</p>


Fuente: autores, 2022.

Producto: Atarraya	Características	Uso	Costo
	<p>Atarrayas, red de pescar con plomo de correa.</p>	<p>Sirve para pescar de todo, como bocachico, bagre, nicuro, etc.</p>	<p>Costo de fábrica a \$ 300.000 mil pesos</p> <p>Costo al por mayor a \$ 350.000 mil pesos</p> <p>Costo al detal a \$ 400.000 mil pesos.</p>

Fuente: autores, 2022.

Producto: Plomo de correa	Características	Uso	Costo
	<p>Las plomadas son pesas hechas de plomo vertido que se pueden atar o sujetar a tu línea de pesca para hacer que el cebo se hunda a ciertas profundidades.</p>	<p>Sirve para empalmar atarraya, chinchorra.</p>	<p>Costo de fábrica, el guacal de 40 kilos a \$ 500.000 mil pesos</p>
			<p>Costo de fábrica por kilo a \$12.500 pesos.</p>
			<p>Costo al detal por kilo a \$ 16.000 mil pesos.</p>

Fuente: autores, 2022.

Producto: anzuelos	Características	Uso	Costo
	<p>El anzuelo de pata larga es recomendable para cebos vivos de mayor longitud. Los anzuelos de pata corta son utilizados para cebos más gruesos, además son anzuelos mucho más resistentes por lo que nos permite pescar cualquier pieza de pescado.</p>	<p>Sirve para pescar con cuerda plástica, coge bagre, nicuro y comelón y doncella.</p>	<p>Costo de fábrica según el número de anzuelo varía el precio.</p>
			<p>#4 la caja a \$ 52.000mil pesos. Precio al público: \$60.000</p>
			<p>#5 la caja a \$ 45.000mil pesos. Precio al público: \$55.000</p>
<p>#6 la caja a \$ 40.000mil pesos. Precio al público: \$50.000</p>			

Fuente: autores, 2022.

### **4.3.2 Plan administrativo**

El proceso administrativo corresponde a lo que la empresa REDEPECES desea aplicar para mantenerse en el mercado, todo esto va encaminado a la parte organizativa de la misma, desde cada uno de los sentidos, forma, método, perspectivas, entre otros, que no permiten que la empresa objeto de estudio llegue a un estado de vulnerabilidad o colocando en riesgo el capital y los intereses propios o de los socios, eventualidad que sucede si no se tiene conocimientos del proceso y los procedimientos administrativos.

#### ***4.3.2.1 Nombre de la empresa***

La empresa tiene como nombre REDEPECES por similitud, apoyo y labor que su dueño realizó durante toda su juventud, además porque su significado va directamente con la actividad que realiza cada persona o grupos que desarrollan esta tarea de forma de empleo o como actividad deportiva u ocasional; REDEPECES, como su nombre lo indica conlleva a la activa relación con dicha actividad.

#### ***4.3.2.2 Eslogan de la empresa.***

El eslogan aquí presente reúne las características, principios, reglas, normas, funciones, tarea, actividades, entre otras, de los empleados en la empresa REDEPECES, por ello, fue necesario construir de forma futurista para cumplir con los procedimientos administrativos que reúnen en el proceso general como eje central para su direccionamiento estratégico funcional como lo establecía Henry Fayol, por lo anterior, el eslogan es

*“Tú mejor accesorio para pescar encuentre lo aquí”.*

#### ***4.3.2.3 Logotipo de la empresa.***

El presente espacio permite obtener una imagen que identifique la empresa en cualquier parte de Colombia y el mundo, esta, no debe tenerla ninguna otra empresa, porque, es su

identidad en todos los fundamentos administrativos y operacionales, expuestos en su visión y misión representativos en todos los elementos que la constituyan, por lo anteriormente dicho se presenta la siguiente imagen:

Figura 11. Imagen que identifica a la empresa



Fuente: autores, 2022.

#### **4.3.2.4 Visión.**

Este aparte tiene como finalidad la dirección de la empresa en el tiempo, en ella se refleja generalmente todo de forma globalizada y generalizada, constituyéndose el camino a seguir durante su existencia, en ella se tener presente lo que se quiere para navegar con la competencia, las cuales está llena de rivalidades que y que no debe dejarse consumir, por lo anterior, seguidamente se devela la Visión:

*“Ser en el año 2030, la empresa líder de la región, en la venta de los diferentes accesorios artesanales para la actividad de la pesca en cualquiera de sus practica”*

#### 4.3.2.5 *Misión.*

Es la carta de navegación, además relaciona cada uno de los pasos que deben seguirse, en otras palabras, calcula cada paso, referencia y estipula un procedimientos acorde a las metas propuestas en la visión, se puede decir que, es la escalera para poder llegar a la parte alta o al éxito de la misma, por ello, identifica sus metas para saber su ambiente logístico, por lo anterior, seguidamente se describe la misión para la empresa REDEPECES:

*“Somos una empresa, que comercializa productos artesanales para la actividad de la pesca cualquiera fuera su forma, los elementos ofrecidos son originales, su venta se realiza mediante el método de venta directa persona a persona, de forma digital como marketing digital, entregada en la puerta de la casa, también por llamadas de celular y cualquier otro medio de venta”*

#### 4.3.2.6 *Valores institucionales (empresariales).*

Constituyen la identidad de la empresa las cuales van relacionadas con la misión y visión, reglamentada por palabras que brindan autoestimas dentro y fuera la misma, por ello, es necesario establecerla para generar elementos y aspectos que buscan mejorar cada día. Por lo anteriormente dicho se describen cada una con el fin de comprobar su efectividad en los procedimientos que se aplican:

**Amor:** sencillez y humildad en la atención de nuestros clientes y en el trato con los demás compañeros de la empresa REDEPECES.

**Compromiso:** comprometidos con la estabilidad y las buenas condiciones laborales de los trabajadores de la empresas REDEPECES, además de entregar los elementos con calidad a nuestros clientes, siendo la razón de ser de la misma.

**Disciplina:** Somos la manera de realizar nuestras actividades con una planeación de tiempos como de recursos con el fin de lograr los objetivos y metas establecidas de cada una de las áreas y de la empresa REDEPECES.

**Honestidad:** respetar los espacios y recursos de los clientes y colaboradores de la empresa REDEPECES, son elementos constitutivos de la formación de las personas que llega a la misma.

**Integridad:** actuar con rectitud, honestidad, confiabilidad, entre otros, teniendo en cuenta los principios éticos y de cumplimiento, realizando la gestión de forma objetiva en la empresa REDEPECES.

**Responsabilidad:** actuar bajo los parámetros de legalidad fundamentada en la forma de hacer las actividades laborales con ejemplo y seriedad en la empresa REDEPECES.

**Seriedad:** aplicación de los valores de las personas bajo la distancia y entrega en los conceptos propios de la empresa REDEPECES.

#### 4.3.2.7 *Objetivos y planes estratégicos.*

Son aquellos que hacen parte importante en el direccionamiento de la empresa REDEPECES, estos, se basan en la visión, la misión y los principios condicionando las acciones que se llevarán a cabo, además ofreciendo directrices encaminadas en la mejora de la actividad y el rendimiento de la misma. Seguidamente, se presentan en la tabla 19.

Tabla 19. Objetivos y planes estratégicos de la empresa REDEPECES

Objetivos estratégicos	Planes estratégicos
Asegurar la posición competitiva estable en el mercado de la empresa REDEPECESE.	Ofrecer diferenciación de productos con un alto nivel de calidad. Alcanzar menores costos en los rivales y ofrecer lo más bajos precios. Buscar, atraer y retener a las mejores personas como trabajadores logrando su compromiso y alta productividad.

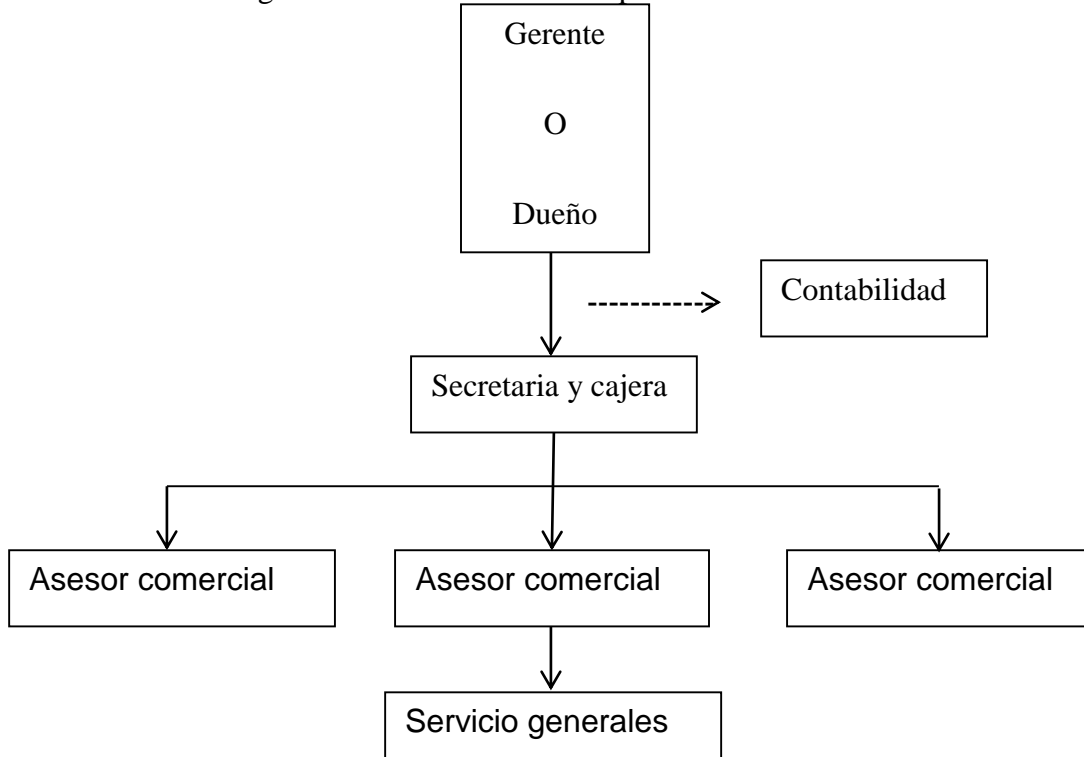
Enseñar, formar y conservar el personal que trabaran en la empresa constituido en la misión de la empresa REDEPECES.	Capacitar constantemente a los empleados, con el fin de adquirir nuevos conocimientos que permitan desarrollar habilidades para realizar eficaz y eficientemente las actividades correspondientes dentro de la empresa.
Brindar y mantener el mejor servicio al cliente en la empresa REDEPECES	Brindar un servicio postventa Asegurar ofertas con valor a los clientes, buscando atraerlos y conservarlos bajo la libertad de diseño y colores
Consolidar y ampliar la imagen de la empresa REDEPECES en el mercado potencial	Buscar los mejores y actuales planes de marketing hacia los clientes. Establecer altos estándares de calidad
Alcanzar la rentabilidad de la empresa REDEPECES.	Convertir al cliente en fiel, con el fin, de que continúe comprando los elementos de pesca en la empresa Administrar eficientemente el stop inventario
	Integración de tecnología de la información para tomar Decisiones acertadas en tiempo. Posibilitar la búsqueda de oportunidades de asociación, mediante la unión con otras empresas para ganar poder de negociación y tener la posibilidad de acceder a descuentos por volumen
	Contemplar un control de gastos y costos a fin de conocer la gestión de los recursos, permitiendo ajustar las utilidades y aumentar la rentabilidad de la empresa REDEPECES.
	Aumentar las ventas para subir el margen de ganancias
Fuente: autores, 2022	

#### 4.3.2.8 Estructura de la empresa REDEPECES.

La empresa REDEPECES tendrá una modelo estructural de forma funcional adecuado para pequeñas y especializada en su actividad de objeto social, permitiendo tener mayor eficiencia del personal para facilitar su supervisión y el desarrollo de las tareas laborales de los mismos. También, para que disminuye el número de especialistas quedando solo el gerente o dueño, con el fin, de desarrollar y facilitar la comunicación directa hacia los demás empleados. Con base en todo lo anterior, se establecen líneas de mando y responsabilidad para la buena dirección y control de las funcionalidades planeadas pudiendo cumplir con los objetivos propuestas logrando una mejor integración y coordinación de los integrantes del ente

económico objeto de estudio; A continuación en la siguiente figura 12 se observa su constitución interna.

Figura 12. Estructura de la empresa REDEPECES.



Fuente: Autores, 2022.

#### 4.3.2.9 *Perfiles y cargos de la empresa REDEPECES.*

Con base en todo lo anterior, la empresa REDEPECES en reingeniería no cuenta con un capital amplio y requerido, por ello, se hace necesario una pequeña nómina y disminuir gastos en todos los sentidos como operacionales y no operacionales, por lo tanto, no se realizará la contratación de todo el personal en la estructura administrativa, en otras palabras, se omitirá la inicialmente 2 asesores comerciales y servicio generales, sin embargo, se fusionaran las funciones de estas área a través de las que se nombre, por esto se cancelaran los honorarios mensuales de los cargos de la gerencia, contabilidad, secretaria y una asesora comercial. Lo anterior, se desarrollará durante el tiempo que se requiera para generar utilidades, que

permitan sustentarla y adquirir personal en cada una de las áreas que hacen falta, ver seguidamente en las tablas de cada cargo con sus respectivos perfiles:

#### 4.3.2.9.1 Cargo de gerente o propietario o representante legal.

El gerente o propietario o representante legal, estará a cargo de una persona natural, designada en la forma prevista, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la empresa REDEPECES, quien será el dueño o el que el designe.

Tabla 20. Descripción del cargo del gerente o propietario.



**REDEPECES**

Formato 01, Diciembre 2022,  
REDEPECES

Nombre del cargo	Gerente o propietario
Dependencia	Ninguna
Formación académica	Profesional en áreas administrativas
Tiempo de experiencia	2 años en cargos administrativos
Objetivos del puesto	<p>Velar porque las operaciones de la empresa se produzcan de forma efectiva y cumpliendo con los estándares de calidad,</p> <p>Supervisar, firmar, celebrar y ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la REDEPECES.</p> <p>Designar la elección de nuevos integrantes nuevos y la movilidad o salida de los ya existente.</p>

<p>Conocimientos o competencias obligatorias</p>	<p>Formar maximizar la rentabilidad de la empresa y el buen uso de los recursos financieros</p> <p>Conocimientos en investigación de mercados y elaboraciones de planes y estrategias de marketing mix.</p> <p>Preciar productos y proyección de ventas.</p> <p>Promover campañas publicitarias y elaboración de presupuestos publicitarios.</p> <p>Diseñar de página web.</p> <p>Conocimiento en el área de logística,</p> <p>Ser una persona que tenga buena planificación y organización de manera sistémica y metódica, buen manejo del trabajo en equipo, una persona investigativa, que tenga tolerancia, flexibilidad y liderazgo, tener facilidad de palabra y de entendimiento,</p> <p>Manejar normativas de seguridad y de desempeño de producción,</p> <p>Ser ordenado, organizado, proactivo, dinámico y enfocado a resultados.</p> <p>Ser una persona analítica, muy ordenada y organizada en su tiempo, conocer los programas contables actuales y las normativas contables colombianas.</p>
<p>Funciones principales del puesto</p>	<p>Definir y planificar los accesorios de pesca.</p> <p>Diseñar elementos exclusivos.</p> <p>Definir especificaciones técnicas para cada accesorio con patrones, formas y colores.</p> <p>Conocer y apropiar adecuadamente los materiales, textiles y colores, de manera funcional y creativa.</p> <p>Supervisar el control de calidad, el patronaje.</p> <p>Realizar las revisiones mensuales de la información contable,</p>

Revisar los costos y avalúos de los activos de la empresa y controlar las depreciaciones de los activos,

Firmar los estados financieros mensuales previamente revisados y corregidos,

Velar por que la contabilidad se mantenga al día.

Emitir los reportes tributarios y realizar las presentaciones de dichos, pagos tributarios,

Revisar que la contabilidad se mantenga sobre los lineamientos financieros colombianos,

Buscar fuentes de inversión y crear el plan de retorno y de factibilidad de las inversiones,

Elaborar y controlar el presupuesto anual,

Control del flujo de caja y efectivo de la empresa.

Revisar y/o determinar el plan de distribución de la empresa, revisar y aprobar los planes con su respectiva planificación, optimizar la política de provisiones de inventarios y distribución de la empresa.,

Crear estrategias de reducción de costos a partir del análisis de la cadena de valor.

Desarrollar planes estratégicos de producción para la solución de incidentes,

Coordinar y verificar el cumplimiento de los planes de seguridad establecidos.

Verificar la calidad de los ingresos de la materia prima,

Elaborar los reportes de resultados mensuales de actividad, quejas e incidentes.

Las demás funciones asignadas por la autoridad competente de acuerdo con el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo

---

Fuente: Autores, 2022.

#### 4.3.2.9.2 Perfil del cargo contabilidad o contador.

Es la persona encargada de todos los procesos contable, además debe ser una persona analítica, ordenada y organizada, debe conocer los programas contables actuales y las normativas contables colombianas, además, revisar los costos y avalúos de los activos de la empresa y controlar las depreciaciones de los activos, también elaborar y controlar el presupuesto anual de la compañía.

Tabla 21. Descripción del cargo de contabilidad o contador



**REDEPECES**

Versión 01, formato 01, Diciembre 2022,  
REDEPECES

Nombre del cargo	Contabilidad o contador
Dependencia	Gerente o propietario
Formación académica	Profesional en áreas contabilidad o contador
Tiempo de experiencia	5 años en proceso de contabilidad
Objetivos del puesto	Supervisar y Realizar la contabilidad de la empresa REDEPECES.  Elaborar todas las herramientas contables para la toma de decisiones de la empresa.  Maximizar la rentabilidad de la empresa y el buen uso de los recursos financieros.
Conocimientos o competencias obligatorias	Debe ser una persona analítica, muy ordenada y organizada en su tiempo,  Conocer los programas contables actuales y las normativas contables colombianas.
	Realizar las revisiones mensuales de la información contable.

Funciones principales del puesto	<p>Revisar los costos y avalúos de los activos de la empresa y controlar las depreciaciones de los activos.</p> <p>Firmar los estados financieros mensuales previamente revisados y corregidos,</p> <p>Velar por que la contabilidad de la empresa se mantenga al día.</p> <p>Emitir los reportes tributarios y realizar las presentaciones de dichos pagos tributarios.</p> <p>Revisar que la contabilidad se mantenga sobre los lineamientos financieros colombianos.</p> <p>Buscar fuentes de inversión y crear el plan de retorno y de factibilidad de las inversiones.</p> <p>Elaborar y controlar el presupuesto anual de la compañía.</p> <p>Control del flujo de caja y efectivo de la empresa.</p> <p>Las demás funciones asignadas por la autoridad competente de acuerdo con el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo</p>
----------------------------------	--

Fuente: Autores, 2022.

#### 4.3.2.9.3 Análisis de cargo de Secretaria y cajera.

Graduada en secretariado en auxiliar contable y/o gerencial o haber terminado la educación básica secundaria y curso mínimo de 100 horas relacionada con las funciones del cargo. Además de organizar y responder por la eficiencia en las actividades secretariales en la gerencia. También atender a los clientes, personal o telefónicamente, e informar al funcionario competente sobre los asuntos donde se deban tomar decisiones de carácter importante en la gestión de la clínica.

Tabla 22. Descripción del cargo de secretaria y cajera



**REDEPECES**

Versión 01, formato 01, Diciembre 2022,  
REDEPECES

<b>Nombre del cargo</b>	Secretaria y cajera
<b>Dependencia</b>	Gerente o propietario y/o
<b>Formación académica</b>	Graduada de secretariado auxiliar contable y/o gerencial
<b>Tiempo de experiencia</b>	3 años en proceso de contabilidad
<b>Objetivos del puesto</b>	Desarrollar actividades complementarias de los niveles superiores e inferiores de la estructura de la empresa REDEPECES.
<b>Conocimientos o competencias obligatorias</b>	<p>Recibir documentos que se clasifican y radican con base al sistema de gestión documental.</p> <p>La correspondencia se distribuye de acuerdo con el sistema de gestión documental.</p> <p>Las copias de los registros físicos y magnéticos de las respuestas y oficios enviados son archivados diariamente.</p> <p>Recibir dineros de ventas, hacer arqueo de caja, llevar control de ventas, entre otras.</p>
<b>Funciones principales del puesto</b>	<p>Organizar y responder por las eficiencias gerenciales, documentación, dineros y contables de la empresa REDEPECES.</p> <p>Asistir a los eventos superiores en los temas administrativos que le competen.</p>

Coordinar los aspectos logísticos para llevar a cabo cualquier evento de la empresa

Tomar dictado y hacer transcripciones en el computador de notas, cartas, memorando, informes, entre otro, de los asuntos administrativos de la empresa REDEPECES.

Redacta oficio y redactar correspondencia de acuerdo con las instrucciones.

Atender al público personal y telefónicamente, e informar a sus jefes sobre los asuntos donde deben tomar decisiones de carácter importante en la gestión de la empresa REDEPECES.

Recibir, radicar, clasificar y distribuir la correspondencia y documentos tramitados en la dependencia de acuerdo con las prioridades e infracciones recibidas.

Mantener actualizado y ordenado el archivo de los documentos que se tramiten en la dependencia.

Manejar los sistemas operacionales o de gestión básica en el campo de la informática y colaborar en los procesos de automatización de la dependencia cuando sea de su competencia.

Participar en las actividades que se realicen con el fin de procurar el desarrollo humano y el bienestar del equipo de trabajo.

Procurar la provisión y responder por la racionalización y buen uso de los implementos de trabajo.

Procurar la provisión y responder por la racionalización y buen uso de los implementos de trabajo.

Velar por la buena imagen de la entidad y la adecuada presentación de la oficina.

Implementar El Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000:2005 y CALIDAD

Implementar la cultura del autocontrol en cada una de sus funciones y responsabilidades.

Desarrollar todos los pasos del proceso y procedimientos de su competencia

Implementar adecuadamente el Archivo de su dependencia según la Ley General de Archivo (594 de 2004).

Las demás funciones asignadas por la autoridad competente de acuerdo con el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo

Fuente: Autores, 2022.

**4.3.2.9.4 Análisis del cargo de Asesor comercial.**

Las ventas de consiste en atender al público de forma personal o telefónicamente, además de informar por competencias sobre los temas en que haya que tomar decisiones de carácter importante en la gestión. Además de adaptabilidad, resiliencia, análisis estratégico, compromiso, persistencia, liderazgo, facilidad de palabra, escucha activa, asertividad y colaboración.

Tabla 23. Descripción del cargo de asesor comercial.



REDEPECES

Versión 01, formato 01, Diciembre 2022,  
REDEPECES

Nombre del cargo	Asesor comercial
Dependencia	Gerente o propietario, secretaria y contador.
Formación académica	Técnico en ventas o mercadotecnia
Tiempo de experiencia	2 años en cargos de ventas o relacionados con el cargo.

<p>Objetivos del puesto</p>	<p>Atender al público, personal o telefónicamente e informar a los funcionarios competentes sobre los temas donde haya que tomar decisiones de carácter importante en la gestión de ventas. Además de adaptabilidad, resiliencia, análisis estratégico, compromiso, persistencia, liderazgo, facilidad de palabra, escucha activa, asertividad y colaboración</p>
<p>Conocimientos o competencias obligatorias</p>	<p>Analizar las condiciones del mercado.</p> <p>Definir los públicos de interés.</p> <p>Diseñar las estrategias de venta.</p> <p>Optimizar los canales de venta de una compañía.</p> <p>Preparar a los profesionales de ventas</p>
<p>Funciones principales del puesto</p>	<p>Ofrecer tus bienes de la manera adecuada, los canales por medio de los cuales lo harán y las estrategias de ventas que puedes implementar para llegar al público objetivo</p> <p>Desarrollar estrategias de ventas que permitan gestionar sus operaciones comerciales.</p> <p>Comprender el mercado para generar ideas adecuadas a su contexto y que permitan concretar ventas de manera eficiente.</p> <p>Deben diseñar los canales de obtención de clientes recurrentes.</p> <p>Analizar los públicos, los competidores y las transformaciones del mercado.</p> <p>Comprender qué necesitan los consumidores, cuáles son las áreas de oportunidad que se han descuidado y cuál es el mejor modo de llevar un producto al mercado.</p> <p>Distribuir las mercancías y planificar cómo serán vendidas.</p>

Acompañar todo el proceso de diseño, producción y marketing del producto ofrecido

Crear un buen plan de ventas.

Fuente: Autores, 2022.

#### 4.3.2.9.5 Análisis del cargo de Servicio generales.

Es la encargada de brindar las herramientas necesarias para el buen funcionamiento de la empresa REDEPECES, en las actividades diarias y en eventos especiales de la misma, con un equipo de colaboradores sirvientes, que se desempeña en las diferentes áreas. También se puede definir cómo la prestación humana que permite cubrir necesidades sociales y que no guardan relación con la elaboración de bienes materiales. Su jefe inmediato es el gerente o propietario y es a quien debe responder por sus funcionalidades.

Tabla 24. Descripción del cargo de servicio generales.



**REDEPECES**

Versión 01, formato 01, Diciembre 2022,  
REDEPECES

Nombre del cargo

Servicio generales

Dependencia

Gerente o propietario, secretaria, contador,  
asesores de ventas.

Formación académica	Bachiller
Tiempo de experiencia	1 años en cargos relacionados con el cargo.
Objetivos del puesto	Ejecución de actividades de limpieza – mantenimiento y buen manejo de los elementos y equipos de la empresa REDEPECES.
Conocimientos o competencias obligatorias	Amabilidad, cordialidad y valores
Funciones principales del puesto	<p>Realizar actividades de aseo y mantenimiento en las diferentes dependencias.</p> <p>Responder por la limpieza de los bienes muebles e inmuebles que le sean recomendadas.</p> <p>Mantener en buen estado los implementos y elementos de trabajo y responsabilidades por los mismos.</p> <p>Suministrar información sobre las anomalías que se presenten en el desarrollo de las actividades.</p> <p>Velar por el correcto manejo de los equipos dispuestos para el desempeño de su trabajo.</p> <p>Implementar El Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000:2005 y calidad.</p> <p>Implementar la cultura del autocontrol en cada una de sus funciones y responsabilidades.</p> <p>Desarrollar todos los pasos del proceso y procedimientos de su competencia.</p> <p>Las funciones asignadas por la autoridad competente de acuerdo con el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo.</p>

Fuente: Autores, 2022.

### 4.3.3 Plan financiero.

El presente espacio tiene la finalidad de determinar si la empresa REDEPECES es viable o no financieramente. Por ello, las investigadoras realizaron un estudio para un periodo de 10 años, donde se relacionan las inversiones, nómina, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja, basándose en los datos arrojados en la parte técnica, por esto, es importante destacar, que la demanda desde el año 2023, se incrementará de diferentes tipos de productos 50% más de lo que existe en el 2022, esto, porque se hace necesarios generar el doble de la capacidad en la que se encuentra actualmente. Sin embargo, en este año solo se satisfecerá normalmente como viene funcionando, es decir, que los siguientes años irán incrementando de acuerdo al crecimiento en ventas y promociones, Por otro lado, para determinar la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión que posteriormente se contrastará con la Tasa Interna de Retorno (TIR) se utilizó el modelo de valoración de activos financieros.

#### 4.3.3.1 Proyección de costos de los productos ofertados 1 a 10 años con base del 10% anual.

Es una proyección de compra estratégica para los diferentes productos que ofrece la empresa, por ello, básicamente, es una estimación de la cantidad de productos, que ayudan a tener planificación a corto, mediano y largo plazo. Por esto, es prácticamente imposible, que una empresa no compre en cantidad para obtener suficientes beneficios acordes de la realidad del mercado. En conclusión, hacer una proyección de compra, es estratégica, siendo un plan vital para mantener un negocio firme y exitoso a futuro. De aquí, que este plan, se realiza con el objetivo de una proyección de las ventas organizada y sistemáticamente en un período de tiempo, optimizando los recursos eficientemente, convirtiéndola en una guía básica hacia el éxito (Caballero, 2022) (Ver tabla 25 y 26).

Tabla 25. Proyección de costos de los productos ofertada 1 a 5 años con base del 10% anual.

Nombre del producto	Costo 2022	Costo 2023	Costo 2024	Costo 2025	Costo 2026	Costo 2027
Hilo	\$20.000	\$22.000	\$24.200	\$26.620	\$29.282	\$29.282
Trasmallo	\$42.700	\$46.970	\$51.670	\$56.837	\$62.521	\$62.521
Trasmallo Nailon Mono						
Filamento	\$61.000	\$67.100	\$73.810	\$81.191	\$89.310	\$89.310
Hilo de color	\$4.500	\$4.950	\$5.450	\$5.995	\$6.595	\$6.595

Atarraya	\$300.000	\$330.000	\$363.000	\$399.300	\$439.230	\$439.230
Plomo de correa	\$12.500	\$13.750	\$15.125	\$16.638	\$18.302	\$18.302
	\$ 52.000	\$57.200	\$62.920	\$69.212	\$76.133	\$76.133
Anzuelos	\$45.000.	\$49.500	\$54.450	\$59.895	\$65.885	\$65.885
	\$40.000	\$44.000	\$48.400	\$53.240	\$58.565	\$58.565

**Fuente: Autores, 2022.**

Tabla 26. Proyección de costos de los productos ofertada 6 a 10 años con base del 10% anual.

	Costo 2028	Costo 2029	Costo 2030	Costo 2031	Costo 2032
	\$32.210	\$35.431	\$38.974	\$42.871	\$47.158
	\$68.733	\$75.606	\$83.167	\$91.484	\$100.632
	\$98.241	\$108.065	\$118.872	\$130.759	\$143.695
	\$7.255	\$7.981	\$8.779	\$9.657	\$10.623
	\$483.153	\$531.468	\$584.615	\$643.077	\$707.385
	\$20.132	\$22.145	\$24.360	\$26.796	\$29.476
	\$83.746	\$92.121	\$101.333	\$111.466	\$122.612
	\$72.474	\$79.664	\$87.630	\$96.393	\$106.032
	\$64.422	\$70.865	\$77.952	\$85.747	\$94.322

Fuente: Autores, 2022

#### 4.3.3.2 Proyección de precios de venta de los productos oferentes de 1 a 10 años con base del 10% anual.

El objetivo de hacer las proyecciones de ventas, es una estratégica en la empresa REDEPECES, debido a que identifica la viabilidad que tendrá en un período de tiempo determinado. Por ello, se recomienda tener en cuenta estos aspectos como: realiza una propuesta concreta a una entidad bancaria o a un inversor; Predice la posibilidad amortización en las inversiones, para la expansión; Determina los períodos de altas y bajas en ventas, durante el año laboral (Domínguez y Noreña, 2020) (Ver tablas 27 y 28).

Tabla 27. Proyección de precios de venta de los productos oferentes de 1 a 5 años con base del 10% anual

Nombre del producto	Precio venta 2022	Precio venta 2023	Precio venta 2024	Precio venta 2025	Precio venta 2026	Precio venta 2027
Hilo	\$22.000	\$24.200	\$26.620	\$29.282	\$32.210	\$35.431
Trasmallo	\$53.000	\$58.300	\$64.130	\$70.543	\$77.597	\$85.357
Trasmallo Nailon Mono Filamento	\$90.000	\$99.000	\$108.900	\$119.790	\$131.769	\$144.946
Hilo de color	\$7.000	\$7.700	\$8.470	\$9.317	\$10.249	\$11.274
Atarraya	\$400.000	\$440.000	\$484.000	\$532.400	\$585.640	\$644.204

Plomo de correa	\$16.000	\$17.600	\$19.360	\$21.296	\$23.426	\$25.768
	\$60.000	\$66.000	\$72.600	\$79.860	\$87.846	\$96.631
Anzuelos	\$55.000	\$60.500	\$66.550	\$73.205	\$80.526	\$88.578
	\$50.000	\$55.000	\$60.500	\$66.550	\$73.205	\$80.526

Fuente: Autores, 2022.

Tabla 28. Proyección de precios de venta de los productos oferentes de 5 a 10 años con base del 10% anual.

Costo 2028	Costo 2029	Costo 2030	Costo 2031	Costo 2032
\$38.974	\$42.872	\$47.159	\$51.875	\$57.062
\$93.893	\$103.282	\$113.610	\$124.971	\$137.468
\$159.440	\$175.385	\$192.923	\$212.215	\$233.437
\$12.401	\$13.641	\$15.005	\$16.506	\$18.156
\$708.624	\$779.487	\$857.436	\$943.179	\$1.037.497
\$28.345	\$31.179	\$34.297	\$37.727	\$41.500
\$106.294	\$116.923	\$128.615	\$141.477	\$155.625
\$97.436	\$107.179	\$117.897	\$129.687	\$142.656
\$88.578	\$97.436	\$107.179	\$117.897	\$129.687

Fuente: Autores, 2022

#### 4.3.3.3 Proyección de Venta de los productos oferentes de 1 a 10 años con base del 50% anual.

La proyección de ventas funciona correctamente para la empresa REDEPECES, por ello, es muy común cuando se inicia o reinventa un plan de negocios. En esto caso el análisis del mercado y de potenciales competidores, es excelente guía para conocer el camino a tomar. Este tipo de proyección, tiene el fin de conseguir la información precisa en cuanto a la estimación diaria de las ventas de los productos ofertados. De esta forma, se debe analizar en profundidad todos los costos correspondientes; Además, sí, es factible abrir o seguir con el negocio que se posee. Por esto, un mercado, se debe analizar su crecimiento como el valor importante de la empresa y la cantidad de ingresos que se tienen o se proyecta lo que se desea tener (Carrasco, et, al, 2022).

Tabla 29. Proyección de Venta de los productos oferentes de 1 a 4 años con base del 50% anual

Nombre del producto	Ventas 2022	Ventas 2023	Ventas 2024	Ventas 2025	Ventas 2026
Hilo	\$3.300.000	\$5.082.000	\$6.521.900	\$10.863.622	\$18.971.690
Trasmallo	\$4.240.000	\$5.247.000	\$7.374.950	\$12.556.654	\$22.425.533

Trasmallo Nailon Mono Filamento	\$5.040.000	\$9.108.000	\$11.979.000	\$15.093.540	\$21.741.885
Hilo de color	\$4.060.000	\$947.100	\$6.335.560	\$9.139.977	\$12.811.250
Atarraya	\$8.800.000	\$12.760.000	\$36.300.000	\$51.110.400	\$77.304.480
Plomo de correa	\$2.816.000	\$3.484.800	\$4.356.000	\$9.263.760	\$13.797.914
Anzuelos	\$7.200.000	\$11.352.000	\$12.995.400	\$16.850.460	\$21.961.500
	\$4.400.000	\$10.769.000	\$11.246.950	\$21.815.090	\$29.714.094
	\$9.900.000	\$15.895.000	\$15.367.000	\$22.028.050	\$35.797.245
Total de venta	\$49.756.000	\$74.644.900	\$112.476.760	\$168.721.553	\$254.525.591
Fuente: Autores, 2022					

Tabla 30. Proyección de Venta de los productos oferentes de 5 a 10 años con base del 50% anual.

Ventas 2027	Ventas 2028	Ventas 2029	Ventas 2030	Ventas 2031	Ventas 2032
\$27.955.059	\$37.376.066	\$52.303.840	\$74.228.266	\$109.715.625	\$ 199.831.124
\$33.716.015	\$50.326.648	\$92.850.518	\$125.539.050	\$197.204.238	\$ 345.044.680
\$28.264.470	\$56.760.640	\$83.834.030	\$144.499.327	\$200.967.605	\$ 564.917.540
\$18.962.868	\$27.257.398	\$39.586.182	\$58.444.475	\$93.803.598	\$ 142.633.536
\$108.226.272	\$159.440.400	\$253.333.275	\$398.707.740	\$614.952.708	\$ 929.597.312
\$18.939.480	\$29.762.250	\$46.425.531	\$80.769.435	\$126.574.085	\$ 289.836.000
\$31.018.551	\$49.745.592	\$76.233.796	\$125.399.625	\$162.698.550	\$ 226.901.250
\$46.326.294	\$74.928.284	\$107.822.074	\$125.913.996	\$217.874.160	\$ 283.742.784
\$68.930.256	\$88.400.844	\$109.323.192	\$159.803.889	\$219.170.523	\$ 274.288.005
\$382.339.265	\$573.998.122	\$861.712.438	\$1.293.305.803	\$ 1.942.961.092	\$ 3.256.792.231
Fuente: Autores, 2022					

#### 4.3.3.4 Proyección de nómina del recurso humano de la empresa REDEPECES.

La nómina proyectada, es confiable permite simplificar los procesos de liquidación, de una manera ágil, segura, ahorrando tiempo, recursos y concentrando esfuerzos en la productividad de la empresa REDEPECES, debido a que se presupuesta por diferentes criterios y conozca la ejecución en tiempo real para facilitar un análisis detallado (Carrasco, et, al, 2022). Además agregue valor a todas las áreas mediante informes especializados a la alta dirección, revisoría fiscal, contabilidad, gerencias, usando procesos masivos, tareas programas y otras herramientas del sistema (Caballero, 2022). También distribuye y contabiliza el costo de nómina por empleado, concepto o centros de trabajo para contar con estados financieros detallados (Beltrán, 2022). De igual forma, acelera la transformación digital brindando a sus

empleados acceso a sus datos a través del portal de autogestión y finalmente, actualícese con los constantes cambios normativos y tributarios (Álvarez, 2018).

Tabla 31. Proyección de nómina del recurso humano de la empresa REDEPECES, con base 10% anual del 2023 al 2026.

Tipo de cargo	2022	2023	2024	2025	2026
Gerente o propietario	\$2.500.000	\$2.750.000	\$3.025.000	\$ 3.327.500	\$ 3.660.250
Contabilidad o contador	\$1.000.000	\$1.100.000	\$1.210.000	\$ 1.331.000	\$ 1.464.100
Secretaria y cajera	\$1.500.000	\$1.650.000	\$1.815.000	\$ 1.996.500	\$ 2.196.150
Asesores comerciales	\$1.200.000	\$1.320.000	\$1.452.000	\$ 1.597.200	\$ 1.756.920
Servicio generales	\$1.200.000	\$1.320.000	\$1.452.000	\$ 1.597.200	\$ 1.756.920
Total de venta	\$7.400.000	\$8.140.000	\$8.956.024	\$ 9.849.400	\$ 10.834.340

Fuente: Autores, 2022

Tabla 32. Proyección de nómina del recurso humano de la empresa REDEPECES, con base 10% anual del 2027 al 2032.

2027	2028	2029	2030	2031	2032
\$ 4.026.275	\$4.428.903	\$4.871.793	\$ 5.358.972	\$5.894.869	\$6.484.356
\$ 1.610.510	\$1.771.561	\$1.948.717	\$ 2.143.589	\$2.357.948	\$2.593.742
\$ 2.415.765	\$2.657.342	\$2.923.076	\$ 3.215.383	\$3.536.922	\$3.890.614
\$ 1.932.612	\$2.125.873	\$2.338.461	\$ 2.572.307	\$2.829.537	\$3.112.491
\$ 1.932.612	\$2.125.873	\$2.338.461	\$ 2.572.307	\$2.829.537	\$3.112.491
\$ 11.919.801	\$13.109.551	\$14.420.507	\$ 15.862.557	\$17.448.813	\$19.193.694

Fuente: Autores, 2022

**4.4 Establecer políticas de mejoramiento continuo para que la empresa REDEPECES, en un crecimiento en su estructura administrativa, financiera y operativa en el tiempo, con posibilidad de actualizarse.**

**4.4.1 Estrategias de reclutamiento, separación y contratación del personal:**

La empresa REDEPECES, se encuentra en un proceso de reingeniería, se recomienda realizar un reclutamiento utilizando herramientas de búsqueda de prospectos en todo el

municipio de Aguachica o del país a través de portales como LinkedIn, Indeed y Computrabajo, esto debido, a que en dichas plataformas son publicados los requisitos de cada puesto de trabajo y el equipo fundador evaluará los perfiles, para luego seleccionar a los prospectos y entrevistarlos. Además, se acompaña con el proceso de entrevista, que será realizado utilizando las actuales plataformas digitales, con las cuales se podrán agilizar las respectivas pruebas, mediante videoconferencias y aplicativos especiales para estos procedimientos específicos con reserva total, posteriormente seleccionado el personal, las personas firmarán un contrato, bajo la norma legal vigente, para seguir con el proceso de inducción.

#### **4.4.2 Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del o las personas seleccionada.**

En el primer paso la inducción, será formal mediante una charla inicial llevada a cabo por el gerente o propietario de la empresa REDEPECES o a la persona que el delegue para esta actividad; En dicho proceso será llevado con la totalidad de los empleados nuevos, con el fin de realizar un taller en el cual sea abordada la misión, visión, los valores y principios; También se explicará su estructura empresarial con puntos significativo de la misma institucionalidad; De esta manera, se termina con una dinámica de integración con los participantes junto con el personal antiguo. De igual manera, en el proceso de mejoramiento las capacitaciones como talleres serán organizados de manera paulatina, luego de haberse identificado las necesidades y puntos débiles del personal con respecto al servicios y productos que se ofertan en la empresa.

Posteriormente en la evaluación del personal, se hace mediante el buen desempeño, que es establecido en la forma y en el mismo momento en que los empleados de parte individualmente desarrollan las actividades, tareas, funciones, entre otras competentes con sus funciones, buscando siempre el cumplimiento de los indicadores y niveles de la empresa, pero siempre pensando en la calidad humana funciones de los mismos, sin discriminación y el rompimiento de la normativa colombiana y de los estatutos internos de la empresa REDEPECES.

#### **4.4.3 Estrategias de motivación y desarrollo del personal.**

En este espacio, se garantizará un ambiente laboral equilibrado y ameno, mediante la estimulación a través de recompensas adicionales a su salario en el cumplimiento de los objetivos generales institucionales y personales como trabajador. De igual manera, se busca facilitar el paso a talleres de mejoramiento de sus funciones laborales y de forma personal buscando la cualificación de su formación técnica, tecnológica y profesional. De igual forma, queda establecido que las jornadas laborales en la empresa REDEPECES es 8 Horas diarias de Lunes a viernes y el día sábado 4 horas que son laborados en las mañanas, si por alguna razón se extiende la jornada laboral por largo tiempo la empresa ofrecerá tickets de alimentación, fuera de la cancelación de las horas extras como lo establecen las leyes colombianas y del municipio de Aguachica.

Además, de organizar eventos y actividades de interrelación laboral para fomentar el disfrute y esparcimiento de nuestros empleados con motivación y compromiso, de igual forma, fomentar el trabajo en equipo o colaborativo, todo esto, busca estimular al personal a desarrollarse profesionalmente en sus labores funcionales llevando a un ascensos acordes al cumplimiento de los índices de desempeño dentro de la empresa REDEPECES, quien apuesta a tener el personal colaborativo dentro de la entidad con buena calidad de vida para su mejor desempeño buscando siempre el éxito de la misma, realizando todo lo necesario para mantener al personal unido e integrado en todas las actividades que tengan funcionalidades internas y externas.

#### **4.4.4 Estrategia de política de remuneraciones y compensaciones.**

Finalmente, con base en lo estipulado anteriores, se deja claro la remuneración como un sistema que se ajusta a la empresa REDEPECES, considerando la normativa legal vigente y el artículo 63 del Decreto Legislativo 728 de la Ley de Productividad y competitividad laboral, que establece la remuneración bruta mensual creciente al empleado por sus labores funcionales y los provechos que le competen por Ley, de igual forma la código del trabajador

y demás normas que por su competencia deben ser incluidas para su aplicabilidad en lo que tiene que ver con los empleados de la empresa.

#### **4.4.5 Estrategias estructurales y organizacionales de la empresa REDEPECES**

Bajo todos los conceptos organizacionales la empresa REDEPECES, cuando lo vea necesario puede establecer parámetros de crecimientos interno y externo para fortalecerse; Su crecimiento puede ser estructural de nuevos puestos de trabajo o lo contrario para reducir, dependiendo de las exigencias del mercado y de su capacidad de crecimiento con los estudios necesarios administrativos como el aquí presente. Estos estudios permiten ver la capacidad de crecimiento de cualquier empresa u organización como lo es REDEPECES y que buscan ser más grande llena de expectativas regionales y locales.

Además las empresas tiene una importante participación en la industria del país a pesar de la crisis que ha venido presentando Colombia, por ello, la necesidad implantar estrategias, que les permita ser más competitivo y posicionarse a nivel local, regional o nacional, mediante la fórmula de idea de negocio para incursionar en el mercado aún no explorado o explorado, permitiendo una buena ejecución, participación para el crecimiento y fortalecimiento de la misma. Por esto, el mercado objetivo definido por la comercializadora de producto de pescas artesanales presenta un alto potencial, debido a que, según el estudio de mercado, no cubre la necesidad de una gran variedad de personas que no están satisfecha por el mercado común, además que cumple con requerimientos en cuanto a medidas, características, calidad, diseño, entre otros.

#### **4.4.6 Estrategia de políticas de marketing para la empresa REDEPECES.**

Los planes de negocio como en la empresa REDEPECES, se ven altamente impactada por el factor tecnológico y social, debido a que, en la actualidad, el comercio electrónico ha

cobrado gran importancia, ya que se está redefiniendo en forma como de interacción con los clientes, permitiéndole conocer el producto de pesca, que desea adquirir para comprar directamente online; Además llevar el producto a la comodidad de su casa, con el fin, de potencializar al máximo la experiencia de compra y venta. Con base en el estudio de mercado y el técnico, fue posible establecer una mejora en la empresa junto con su distribución, el proceso comercialización de los productos requerido, entre otros, a fin de satisfacer la demanda.

Además, en el análisis administrativo y financiero, se logró determinar la nueva estructura organizacional, así como el perfil del personal requerido de la empresa. El estudio financiero trazó un horizonte viable para la puesta en marcha de la empresa, dado que en el escenario normal el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) debe ser superior a la tasa de capital. En los otros dos escenarios analizados, se debe representar en un valor presente neto superior. Por ello, es viable llevar a cabo la reingeniería de la empresa REDEPECES. Por esto el marketing, se convierte en una estrategia que posee una serie de ramificaciones como por ejemplo el Marketing Digital (MD), responde a una estrategia, donde, existen elementos visuales atractivos y de alta calidad para dirigir a las personas a las Apps o sitios web de destino de la empresa. Usa tus propias imágenes o crea un anuncio con fotos estándar para contar tu historia.

También, esta herramienta permite usar muestra de las características de los productos, para atraer a los clientes potenciales por medio de sonidos, movimientos, video creado por el gerente o propietario con estas herramientas de creación personalizada la empresa REDEPECES incrementa sus ventas, la cuales pueden ser todas las redes sociales que tenga la empresa y su página Web. Otro instrumentos son los medios de comunicación radiales, televisivos, escritos entre otros, que puedan promocionar cada unos de los productos de pesca que existan en la tienda; además otra también puede ser E-commerce que permite enviar correo directos a personas desde una base de datos que se obtenga por cualquier medio, por ejemplos de estudiantes y egresados de una institución universitaria de cualquier formación, ya sea de pregrado o posgrado, entre otras.

Finalmente todas estas estrategias y de algunas que se puedan escapar, pero que en el camino se puedan establecer en la empresa REDEPECES, se tiene como fin comercializar de forma personalizados o virtuales, porque estos canales de difusión y comunicación como las redes sociales sugiere realizar estudios que determine la viabilidad de implantar en un comercio para comercializar el producto como los mencionados en este estudio. Por esto, se tuvo como enfoque el segmento de los elementos de la pesca, como un trabajo futuro se plantea la formulación de un plan de negocios para determinar la viabilidad de comercializar en un mercado, que en la actualidad, los empresarios del sector están buscando alternativas para ser más competitivos en el mercado regional y nacional, por tanto, se sugiere explorar un entorno para expandir el mercado.

## DISCUSIÓN

La aplicación de práctica del estudio busca la reconstrucción y mantenimiento de empresas basadas en plan de negocios, demostrando su interés en la temática, como un deseo por parte de la gerencia y de sus propietarios en mejorar los resultados respaldando un cambio significativo, que los lleve a una expansión y desarrollo futurista empresarial. Por esto, la validación de las propuestas con las diferentes tareas para la recopilación de la información necesaria en la toma de decisiones. El financiamiento para reinvertir en maquinarias, herramienta y otros equipos, es como el crecimiento del negocio en la local y regional de forma novedosa que en la empresa REDEPECES.

El presente espacio investigativo lleva de forma amplia y fundamental a la parte financieras, los cuales contribuyeron a la obtención de datos en comparación al desarrollo de la empresa, permitiéndole proyectar su desarrollo y crecimiento a corto, mediano y largo plazo direccionando los objetivos a cumplir. La función de las necesidades de la empresa y su visión, lleva a establecer un Plan de negocios fundamentado teórica y conceptualmente, validando la práctica para conocer el impacto del mismo demostrando la factibilidad positiva económicamente, sin preverlos negativamente como referente compeñencial ante la sociedad y el mundo empresarial. Además, es importante señalar para cada empresa la necesidad de una caracterización inicial, desde, las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA) para la empresa REDEPECES, de esta manera, siendo necesario recopilar la información pertinente para poder ver los indicadores financieros de forma conclusiva demostrando llegar al éxito que pueda tener cualquier plan de negocios.

Por otro lado, en los últimos años el sector de la pesca, se ha visto afectado, por el escaso producto en las afluentes de los ríos colombianos, permitiendo que la competencia de otros países no pierdan la relevancia en la participación del mercado nacional, pues juega un papel importante mínimo en el crecimiento económico del país. Por ello, que se entre en este sector, lleno de muchas oportunidades para desarrollar productos innovadores, que permita ser competitivo en el mercado. La esencia y propuesta de valor de la empresa REDEPECES, se basa en la aplicación de métodos de Marketing con estrategias como Marketing Digital (MD),

E-commerce, de comunicación radiales, televisivas y escrito para promocionar los productos ofertados, por ello, los medios digitales como la página web en la que el cliente cuenta con un espacio que le permite explorar nuevos estilos y potenciarlos.

La comercialización de los productos de pesca, de acuerdo al gusto y preferencia de los clientes lleva a que la empresa REDEPECES brinde elementos exclusivos y originales en un mercado en el cual existen fuertes competidores, sin embargo, sería la única empresa a nivel local o sea en el municipio de Aguachica departamento del Cesar, ofreciéndolos online. El presente estudio permitió establecer la viabilidad y aceptación que tendrán estos productos, desde el punto de vista del negocio, gracias a los datos arrojados por las encuestas realizadas previamente a los habitantes del municipio donde se encuentra ubicada la empresa inicialmente. De igual forma, se identificaron los requerimientos necesarios para el buen funcionamiento del negocio, en cuanto a la demanda, oferta y precio de los productos relacionados en la presente investigación.

Finalmente, el mercado objetivo son aquellas personas del municipio de Aguachica y sus alrededores que les guste o medio le agrade la pesca en todos los sentidos y que deseen adquirir diseños exclusivos y por cualquier medio de comercialización, como es el internet. De igual forma, se presentó el análisis de los precios estableciendo un incremento de precio del 10% anual, que se aumentara de acuerdo con los accesorios que el cliente prefiere. Por otro lado, se identificaron las estrategias de mercado en cuanto a producto, precio, promoción y plaza, a fin de dar a conocer y establecer un posicionamiento de la marca en el sector pesquero con diferenciados precios asequibles, promociones, publicidad y generación de contenido, en las diferentes redes sociales a fin de abarcar el mayor porcentaje de público y un sistema de distribución eficaz.

## CONCLUSIONES

La empresa REDEPECES alcanzaría un mayor desarrollo económico y financiero al proporcionar herramientas de marketing, además, de expandirse en el municipio de Aguachica y las regiones aledañas. Por ello, el alcance de su crecimiento económico será estimado en aproximadamente varias veces del volumen de compra y venta diarias, mensuales y anuales. El impacto de este estudio, está, dado fundamentalmente al monto de los ingresos generados y de las utilidades obtenidas a partir de brindar aproximadamente empleos directos e indirectos como parte empresarial, aumentando indicadores financieros y estructurales, claro está, garantizando a los proveedores el pago de sus elementos bajo la calidad de lo comprado. Estos Planes de negocio forman parte de la planeación estratégica de cualquier empresa representando alternativas reales para mejorar los resultados de la empresa REDEPECES.

Los planes de negocios, se definen como instrumentos y estrategia necesaria para demostrar la factibilidad comercial, técnica, operativa, económica, financiera, entre otros, para inversión determinada. Además recoge las posibilidades reales, que contribuyen al desarrollo local del sur del departamento del Cesar, por esto, los diferentes análisis sobre cómo se deben implementar estos estudios, son ideas internacionales seleccionados de la forma más adecuada a emplear. También se consideran con características y particularidades propias del entorno en las organizaciones empresariales. Los términos de un plan de negocio, se consideran fundamentales en la creación de un documento para evaluarlo y ponerlo en marcha, así como su factibilidad o viabilidad económica y financiera. Por ello, se elaboró y fundamentó adecuadamente este plan de negocios a través de la metodología propuesta con las tareas determinadas, lo que permitirá a la REDEPECES lograr una estructura y financiamiento para alcanzar los objetivos trazados con anterioridad.

La propuesta de rediseño está basada en los elementos integrados entre las tareas específicas constituyéndose un aporte significativo empresarial con síntesis de varias formas aplicadas en el contexto desde la experiencia práctica, así como en los resultados obtenidos enfatizando en las mejoras que puede tener su aplicación en el contexto empresarial colombiano, desde la determinación de indicadores administrativos, financieros y estrategias

de gran valor actualmente con períodos de recuperación de la Inversión, el Índice de Rentabilidad y el Punto de equilibrio de la Inversión, los cuales como resultados son favorables y garantizando potencialidades necesarias para señalar el impacto económico y la creación de nuevos empleos directos e indirectos.

El desarrollo empresarial contribuye en el municipio de Aguachica, así como su relación con los pescadores y todo aquel que ejerza esta actividad, llevando al fortalecimiento de las capacidades como políticas de desarrollo y crecimiento organizacional. En este trabajo investigativos se hallaron inicialmente impactos negativos en cuanto a la inversión, el incremento como una prioridad en la empresa REDEPECES, donde, todos los resultados apuntan de forma favorable para su reingeniería en los procesos administrativos y operativos; Esto gracias a la que en el primer análisis no se cuenta con personal trabajando en las actividades de secretaria, contabilidad y asesores de venta, solo el mismo gerente o propietario realizando todas las actividades y cuando tiene que salir, se debe cerrar la empresa.

Finalmente, al Comenzar a organizar una estrategia de marketing que permita posicionar a la empresa en el mercado, ayuda a mejorar la publicidad, promoción y visión de la empresa a nivel local, porque ni siquiera, se había realizado flujograma de procesos o actividades, además, de un inventario físico y existe poca forma de contabilizar las ventas, evidencias que se analizó y observo en la primera opción de análisis. Por esto, se requiere de cada proceso, actividad y producto, que varían de acuerdo a la especificación del trabajo que se realice con revisiones por parte de personas especializadas y de personal designado por la gerencia o propietario de la empresa REDEPECES existente en Aguachica. Esto gracias a la necesidad del funcionamiento administrativo establecido bajo la estructura organizacional centrada en el representante legal, quien realice las actividades del talento humano, director comercial y marketing, contabilidad y finanzas, teniendo en cuenta que las decisiones de la empresa serán tomadas basada en el desempeño del negocio y buen direccionamiento.

## **RECOMENDACIONES**

Por todo lo anterior, en el presente estudio investigativo, con base en la metodología utilizada y bajo los hallazgos develados se hace las siguientes recomendaciones:

Incrementar las ventas y con ellos los ingresos de la empresa REDEPECES, para generar utilidades e ir creciendo económica y laboralmente (estructura organizativa), para posicionarse en el mercado del municipio de Aguachica y sus alrededores, garantizando la satisfacción de los clientes con las actividades que se realizan y adquirir nuevos clientes gracias al prestigio y la calidad de los productos.

Ser eficientemente a través de un Plan de recursos humanos en la capacitación de los empleados mejorando su preparación y conocimientos teóricos-prácticos de la actividad laboral que realizan, reflejándose en la motivación, comunicación e integración de los colaboradores entre ellos el gerente o propietario con mejoras salariales y nuevas política de responsabilidad empresarial y social.

Realizar fichas técnicas sobre los clientes, ya sean empresas o personas, además de incluir el resultado de la encuesta realizada para la solución de errores para la toma de decisiones en la empresa REDEPECES.

Formalizar los análisis de precios con al menos dos competidores, que no se ha determinado en la unidad el costo unitario por producto ofrecido, determinando el margen de utilidad unitario de la empresa REDEPECES referente a cada producto.

Elaborar estudios cada periodo de tiempo sobre la determinación de los costos en la empresa objeto de estudio como fuente de información para la toma de decisiones por parte de la gerencia o propietario beneficiando a la clientela.

Implementar una política de marketing grande mediante una página web, espacios en las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, e-commerce, entre otros, para realizar las

operaciones comerciales, además de la publicidad mediante medios de comunicación oral y escrita y si es el caso usar la forma coloquial como carteles.

Desarrollar estrategia de marketing avanzada una vez comenzado el proceso crecimiento estructural y financiero de la empresa REDEPECES.

Ampliar la capacidad instalada y adquirir un equipo de personas con capacidades de mercadería y entrega hacia los clientes.

Analizar a partir de los precios pronosticados en la parte financiera del presente trabajo investigativo, un escenario pesimista donde se reduzca el precio de los productos de pesca.

Permitir la generación un mayor alcance al público, se sugiere que la empresa cubra no solo el mercado a local, sino también a los municipios aledaños, mediante la comercialización, desde un mayor reconocimiento y posicionamiento de la marca empresa REDEPECES, al igual que un incremento en su renta o utilidad.

Fortalecer el personal creativo de la empresa REDEPECES, con el fin de crear componentes atractivos hacia el mercado accediendo a nuevas tecnologías, para garantizar y fortalecer la competitividad con cobertura y satisfacción de la demanda.

Generar utilidades suficiente se recomienda añadir nuevos productos, entre otros con el fin de ofrecer al cliente una amplia gama de productos que podrá personalizar a futuro se recomienda automatizar los procesos y realizar mejoras en la distribución, con el propósito de disminuir los tiempos de entrega con ello aumentar la capacidad de la empresa y genere eficiencias y utilidades, sin necesidad de perder la calidad.

## Bibliografía

- Agila-Maldonado, M. V., Vizueta-León, S. E. & Tello-Caicedo, G. E. (2018). La elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial, *trabajo de grado*, universidad Cuencas, programa de administración de empresas. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>.
- AITEX (2022). Actualización y definición del plan de negocio para el sector textil y confecciones en Colombia. *Talleres para la definición de la hoja de ruta*. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/14837>.
- Álvarez Arteaga, L. M. (2018). Plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado sobre medida para dama, *trabajo de grado*, Universidad Católica De Colombia Facultad De Ingeniería Programa De Ingeniería Industrial. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22608/1/Plan%20de%20negocio%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de%20producci%C3%B3n%20y%20comercializaci%C3%B3n%20de%20calzado%20sobre.pdf>
- Arias-Odón, F. G. (2012). *El proyecto de investigación introducción a la metodología científica*, (6ª ed.), Caracas – Venezuela, Editorial Episteme, CA. Recuperado de: [http://www.formaciondocente.com.mx/06\\_RinconInvestigacion/01\\_Documentos/El%20Proyecto%20de%20Investigacion.pdf](http://www.formaciondocente.com.mx/06_RinconInvestigacion/01_Documentos/El%20Proyecto%20de%20Investigacion.pdf).
- Ayala-Molina, S. A. & Torres-Restrepo, L. Y. (2018). Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital, *trabajo de grado*, Universidad Católica de Colombia, Bogotá DC. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22648/1/TRABAJO%20DE%20GRADO%20JIER%C3%9C.pdf>
- Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L., & Izquierdo, A. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores de la economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120 - 125. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2218-36202020000400120](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202020000400120)
- Barrios, K., Figueroa-Saumet, B., Niebles-Bárcenas, M., & Palacio-Pérez, R. (2022). Listado de artículos en Información Tecnológica, *Información tecnológica*, 33(1), 1 - 2. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000100001>
- Beltrán-Gómez, J. A. (2022). Plan de negocios. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11379/1000001151.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Caballero-Cuadros, A. N. (2022). Plan de negocios para la creación de una empresa turística dedicada al desarrollo de actividades de ecoturismo en las regiones de la amazonia peruana, *trabajo de grado*, universidad científica del Sur, Facultad de Ciencias Empresariales Carrera Profesional de Administración de Empresas. Recuperado de: <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2245/TB-Caballero%20A-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Carrasco-Zapata, A. A., Duarte-Beltrán, J. A. & Silva-Muñoz, O. (2022). Plan de negocio para la creación de una empresa especializada en brindar soluciones de outsourcing para la optimización de los procesos de apoyo en las organizaciones, *trabajo de grado*, universidad EAN. Recuperado de: <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/11910>.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración, (9ª Edic.) Mc Graw Hill, México.
- Domínguez-Cardona, N. X. & Noreña-Giraldo, Y. (2020). Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para mujer en la ciudad de Guadalajara de Buga, *trabajo de grado*, Universidad del Valle Facultad de Ciencias de La Administración Programa Académico de Administración de Empresas Guadalajara de Buga 2020. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/21405/Plan-Negocio-Creaci%C3%B3n-Dominguez-Naila-3845-D671pla.pdf?sequence=1>.
- Emam, D. & Diab, A. (2021). La relación entre la gestión del conocimiento agrícola y la reingeniería de procesos administrativos dentro de la Organización de Extensión Agrícola en Egipto, *Scientific Journal of Agricultural Sciences*, 1(1). DOI: <https://dx.doi.org/10.21608/sjas.2021.85085.1130>.
- Galeano-Morín, M. E. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*, (2ª Ed.) Medellín: Fondo editorial Universidad EAFIT.
- Hernández-Sampieri, R.; Fernández-Collado, C. & Baptista-Lucio, P. (2018). *Fundamentos de la metodología de la investigación*, (10ª Ed.), Mc Graw Hill- Interamericana de España. S.A. de C.V. México.
- Hernández y Rodríguez, S. J. (2011). *Introducción a la administración (Ed. 5a)*. McGraw Hill, educación.
- Hill, C. W. L., Jones, G. R. & Schilling, M. A. (2015). *Administración estratégica: teoría y casos. Un enfoque integral*, (11ª edición), Cengage Learning Editores, SA. de CV.

- Huamaní-Ccoyllo, L. (2022). Reingeniería de Procesos Administrativos y la Eficacia de Gestión, en HUAPA S.A.C., Ica, 2022, *trabajo de grado*, Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93846/Huaman%c3%ad\\_C\\_L-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93846/Huaman%c3%ad_C_L-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Jurado-Uribe, A. H. & Herrera-Muñoz (2020). Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la financiación de créditos comunales para fomentar el desarrollo del sector rural, trabajo de grado, Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica (UPCSA), facultad de ciencias administrativas, contables y económicas, departamento de administración de empresas, Biblioteca física de la institución universitaria.
- Loa, L. (2021). Reingeniería de procesos y Blindsided Empresarial en la empresa “Rock Drill Contratistas Civiles y Mineros” S.A.C., Yauli, La Oroya 2018. Huancayo: Universidad Peruana los Andes. 46  
[https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2143/T037\\_70459089\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2143/T037_70459089_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Merizalde, C. (2019). *Diferenciación de un modelo de plan de negocios para un*, Universidad EAFIT.
- Montesdeoca, C. (2020). *Plan de Negocio de Turismo de Aventura Sustentable en la Zona Norte*, Centro de Ecuador utilizando medio de transporte alternativo, Universidad San Francisco de Quito.
- Paredes-Pérez, J. E. & Jácome-Nogales, S. C. (2020). Plan de negocios para la creación de una empresa de fabricación y comercialización de derivados de pulpa de frutas exóticas ecuatorianas combinadas con hierbas medicinales endulzadas con Stevia en el sector centro norte de la ciudad de Quito año 2018, *trabajo de grado*, Universidad Tecnológica Indoamérica, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Recuperado de: <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1595>.
- Plataforma *Tecnológica para la Gestión de la excelencia*. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2015/05/12/como-influye-el-clima-laboral-en-tu-empresa/>
- Pico-Verzosa, L. (2017). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 131 - 136. DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n1.2017.133>.
- Pilco, G. (2020). Reingeniería de procesos y la gestión administrativa en TECNOMIN DATA, 2019, *trabajo de grado*, Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42781/Pilco\\_TGP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42781/Pilco_TGP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Portafolio (2022). Creación de empresas en Colombia aumento un 10.6% en 2021. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/creacion-de-empresas-en-colombia-aumento10-6-en-2021-560490>

Ramos-Rimarachin, R. (2022). Plan de negocios para la exportación de chocolate para taza enriquecido con panela pulverizada para el mercado de España, periodo 2018 – 2022, *trabajo de grado*, Universidad de Señor de SIPAN, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales. Recuperado de: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5515/Ramos%20Rimarachin%20Richard.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

República de Colombia, Congreso de la República de Colombia, Ley 134 del 1994.

República de Colombia, Congreso de la República de Colombia, Ley 100 del 1993.

Revista Portafolio (2020). Radiografía de cierre y apertura de empresas en 2020 en Bogotá. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/radiografia-de-las-empresas-en-2020-547681>

Revista Semana (2021). Luz verde para ser la potencia latinoamericana de servicios BPO. Recuperado de: <https://www.semana.com/economia/management/articulo/luz-verde-para-ser-la-potencialatinoamericana-de-servicios-bpo/202136/>.

Rojas, T. (2021). La reingeniería como factor relevante en la gestión de calidad de la pequeña empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2021. [Tesis de pregrado, Universidad Católica de los Ángeles Chimbote]. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/23592/reingenieria\\_gestion\\_de\\_calidad\\_rojas\\_orna\\_tatiana\\_paola.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/23592/reingenieria_gestion_de_calidad_rojas_orna_tatiana_paola.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

S/N. (S/F). Planes de negocio. Recuperado de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/morales\\_o\\_j/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/morales_o_j/capitulo2.pdf)

S/N. (S/F). Planes de negocio. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/histodlnivel21991/plan-de-negocio>.

Semana Económica. (2020). Consumo Masivo- Sectores y Empresas. Recuperado de: <https://semanaeconomica.com/sectores-empresas/consumo-masivo/cuidado-para-el-hogar-crecen-los-productos-y-las-participaciones-por-categorias>.

- Vega, T. & Guerrero, L. A. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico, *revista espacios*, 41 (45), 247 – 260. DOI: [10.48082/espacios-a20v41n45p20](https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p20)
- Vera-Peñañiel, J. J. (2022). Diseño básico de un plan de negocio para emprendedores de la micro empresa del cantón Babahoyo, 2022, *trabajo de grado*, Universidad Cesar Vallejo, Escuela de Posgrado, Programa Académico de Maestría en Administración de Negocios - MBA. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93074/Vera\\_PJJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93074/Vera_PJJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vizcarra-Cuba, S. M. (2022). Plan de negocios de una empresa de confección y venta de ropa y accesorios para mujeres en la categoría de prendas exclusivas y personalizadas para los años 2022 -2026 – Arequipa, *trabajo de grado*, universidad católica de San pablo. Recuperado de: [http://54.213.100.250/bitstream/20.500.12590/17217/1/VIZCARRA\\_CUBA\\_SUS\\_PLA.pdf](http://54.213.100.250/bitstream/20.500.12590/17217/1/VIZCARRA_CUBA_SUS_PLA.pdf).
- Weinberger-Villarán, K. (2022). Plan de Negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio, USAID, del pueblo de los Estado Unidos América. Recuperado de: <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf>

# Apéndices

Apéndice 1. Formato de encuesta aplicar a los participantes.  
**ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE AGUACHICA (Cesar)**

Encuesta para conocer “el reconocimiento y operatividad de la empresa REDEPECES”, representa el instrumento de recolección de información del proyecto de grado con el nombre, “Diseñar un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribuidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar” para presentar en la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica. Lo anterior, se les pide el favor de responder de forma clara, precisa, concisa y sincera las preguntas seguidamente. Se le manifiesta que la información suministrada es confidencial y tendrá gran valor de importancia en la investigación puramente académica, que será manipulada y desarrollada por las investigadoras presente:

Sección de preguntas.

1. ¿Conoce usted la empresa REDEPECES?

- a. Sí. \_\_\_\_\_
- b. No. \_\_\_\_\_

(Si la pregunta es no, realizar la pregunta 2 y sí es lo contrario pasar a la pregunta 3)

2. ¿Por qué no la conoce?

- a. No ha escuchado publicidad sobre ella. \_\_\_\_\_
- b. Es ama de casa y no sale. \_\_\_\_\_
- c. No le interesa saber de empresas. \_\_\_\_\_
- d. Es apático a cualquier publicidad. \_\_\_\_\_

3. ¿Ha comprado usted alguna vez elementos de pesca artesanales?

- a. Sí. \_\_\_\_\_
- b. No. \_\_\_\_\_

4. ¿Le gustaría comprar elementos de pesca artesanales en lugares específicamente para esa actividad?

- a. Sí. \_\_\_\_\_
- b. No. \_\_\_\_\_

5. ¿Ha comprado usted, alguna vez elementos de pesca artesanales en Aguachica?

- a. Sí. \_\_\_\_\_
- b. No. \_\_\_\_\_

6. ¿Cómo le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?


- a. Lo justo \_\_\_\_\_
- b. Calidad \_\_\_\_\_
- c. Depende del artículo o elemento. \_\_\_\_\_
- d. No le importa la calidad. \_\_\_\_\_

7. ¿Cuántos le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?

- a. \$5.000 a \$10.000. \_\_\_\_\_
  - b. \$11.000 a \$20.000. \_\_\_\_\_
  - c. \$21.000 a \$30.000. \_\_\_\_\_
  - d. Más de \$30.000. \_\_\_\_\_
8. ¿De las personas que viven en el hogar a cuanto les gusta la pesca?
- a. 1 - 2. \_\_\_\_\_
  - b. 3 - 4. \_\_\_\_\_
  - c. Ninguno. \_\_\_\_\_
9. ¿Sabe usted pescar?
- a. Sí. \_\_\_\_\_
  - b. No. \_\_\_\_\_
10. ¿Sabe usted si algún miembro de la familia sabe pescar?
- a. Sí. \_\_\_\_\_
  - b. No. \_\_\_\_\_

**Gracias por su atención.**

Apéndice 2. Formato de encuesta aplicada a los participantes de la investigación.

 **Universidad Popular del Cesar**  
Seccional Aguachica

**ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE AGUACHICA (Cesar)**

Encuesta para conocer "el reconocimiento y operatividad de la empresa REDEPECES", representa el instrumento de recolección de información del proyecto de grado con el nombre, "Diseñar un plan de negocio para la modernización de la empresa REDEPECES distribidora de insumos para la pesca artesanal en el Municipio de Aguachica, Cesar" para presentar en la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica. Lo anterior, se les pide el favor de responder de forma clara, precisa, concisa y sincera las preguntas seguidamente. Se le manifiesta que la información suministrada es confidencial y tendrá gran valor de importancia en la investigación puramente académica, que será manipulada y desarrollada por los investigadores presentes:

Sección de preguntas

1. ¿Conoce usted la empresa REDEPECES?

a. Si.  \_\_\_\_\_  
b. No.  \_\_\_\_\_

(Si la respuesta es no, realizar la pregunta 2 y si es lo contrario pasar a la pregunta 3)

2. ¿Por qué no la conoce?

a. No ha escuchado publicidad sobre ella.  \_\_\_\_\_  
b. Es una de casa y no sale. \_\_\_\_\_  
c. No le interesa saber de empresas. \_\_\_\_\_  
d. Es apático a cualquier publicidad. \_\_\_\_\_

3. ¿Ha comprado usted alguna vez elementos de pesca artesanales?

a. Si.  \_\_\_\_\_  
b. No.  \_\_\_\_\_

4. ¿Le gustaría comprar elementos de pesca artesanales en lugares específicamente para esa actividad?

a. Si.  \_\_\_\_\_  
b. No.  \_\_\_\_\_

5. ¿Ha comprado usted, alguna vez elementos de pesca artesanales en Aguachica?

a. Si.  \_\_\_\_\_  
b. No.  \_\_\_\_\_

6. ¿Cómo le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?

a. Lo justo. \_\_\_\_\_  
b. Calidad. \_\_\_\_\_  
c. Depende del artículo o elemento.  \_\_\_\_\_  
d. No le importa la calidad. \_\_\_\_\_

7. ¿Cuánto le gustaría pagar por elementos de pesca artesanales?

1



- a. \$5.000 a \$10.000. \_\_\_\_\_  
b. \$11.000 a \$20.000. \_\_\_\_\_  
c. \$21.000 a \$30.000. \_\_\_\_\_  
d. Mas de \$30.000.  \_\_\_\_\_
8. ¿De las personas que viven en el Frigor a cuanto se gasta la pesca?  
a. 1 - 2. \_\_\_\_\_  
b. 3 - 4.  \_\_\_\_\_  
c. Ninguna. \_\_\_\_\_
9. ¿Sabe usted pescar?  
a. Si.  \_\_\_\_\_  
b. No. \_\_\_\_\_
10. ¿Sabe usted o algun miembro de la familia sabe pescar?  
a. Si.  \_\_\_\_\_  
b. No. \_\_\_\_\_

*Gracias por su atención.*

Apéndice 3. Fotografías de evidencias de la aplicación de las encuestas a los participantes



Fuente: autores, 2022.



Fuente: autores, 2022.



Fuente: autores, 2022.



Fuente: autores, 2022.



Fuente: autores, 2022.



Fuente: autores, 2022.



Fuente: autores, 2022.



Fuente: autores, 2022.