

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES**

**INFORME TÉCNICO  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**CASO EMPRESARIAL RESTAURANTE SCIPEM LTDA**

**GICSE**

**FEBRERO 2018  
BUCARAMANGA**

Informe Técnico del Proyecto de Investigación

**CASO EMPRESARIAL SCIPEM LTDA**

Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander

Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas

PBX 64130000 Telefax 6447777

Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

## Contenido

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	4
RESUMEN EJECUTIVO .....	5
1. OBJETIVOS .....	5
2.1. Objetivo general .....	5
2.2. Objetivos específicos .....	5
2. DURACIÓN .....	6
3. ACTIVIDADES REALIZADAS .....	6
4. INDICADORES VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
5. MEDIOS DE DIFUSIÓN .....	11
6. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	11
7. REFERENCIAS .....	12

**IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

FICHA TÉCNICA PROYECTO CÓDIGO XXX				
Título	<b>CASO EMPRESARIAL SCIPEM LTDA</b>			
Investigador principal	Alba Patricia Guzmán Duque		Código	30.329.089
	Email	aguzman@correo.uts.edu.co	Celular	3165363774
Datos del investigador	Luisa Maria Chalarca Guzmán		Código	1.053.841.160
	Email	<a href="mailto:luisachalarca@gmail.com">luisachalarca@gmail.com</a>	Celular	3187870460
Datos del investigador	Edwin Andres Hernandez Alvarez		Código	1.095.800.532
	Email	<a href="mailto:ehernandez@correo.uts.edu.co">ehernandez@correo.uts.edu.co</a>	Celular	3174974468
Datos del investigador			Código	
	Email		Celular	
Grupo de investigación	GICSE			
Línea de Investigación	COMPETITIVIDAD Y CLIMA DE NEGOCIOS			
Lugar y fecha de ejecución	Bucaramanga, Santander, Colombia			
Duración	2 Meses			
Tipo de proyecto	Proyecto de Investigación: Creación de un banco de casos de las empresas de Santander			
Costo	59'460.000			
Palabras claves	Empresas, emprendimiento, casos de estudio, administración			
Nombre de la Empresa	SCIPPEM LTDA			
Representante Legal.	Ernesto Ruiz			
Cédula de ciudadanía o NIT	804015879-9			
Dirección completa	Carrera 14 # 19-36			
Ciudad / Departamento	Bucaramanga/Santander			
Teléfonos / Fax / Celular	316-8789276 6713487			
Correo electrónico	gerenciacomercial@scipem.com			
Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.				
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4	

## RESUMEN EJECUTIVO

El caso de estudio de la empresa SCIPEM LTDA se desarrolla considerando las variables. Es una organización completamente estructurada, conformada por área administrativa, área comercial y área de producción, con un excelente posicionamiento en el mercado. Esta modalidad aporta al desarrollo de la investigación “Creación de un banco de casos de las empresas de Santander”, el cual busca aportar a la creación de la historia empresarial del departamento.

El desarrollo de la investigación, donde se busca presentar los aspectos claves de la empresa SCIPEM LTDA evidenciando las principales características del empresario y mostrando la realidad empresarial en la región.

Se examina alcanzar los objetivos planteados que permite saber en qué campo se actúa y como se debe operar frente a las miles de variables que existe en el entorno interno y externo, como la parte organizacional y el comportamiento de los clientes potenciales, en la demanda, y oferta del sector económico al cual pertenece la empresa, es decir, un análisis del ambiente competitivo para potencializar las ventajas y proyectar las desventajas que se tienen con respecto a las empresas actuales; en busca de exponer esta actualidad contextualizando a la empresa, esbozando la realidad que vive el empresario de la región y aportando a la creación de las historias de emprendimiento de la región, basadas en la modalidad de investigación y evidenciadas a través de productos de investigación.

### 1. OBJETIVOS

#### 2.1. Objetivo general

Elaborar el caso empresarial Scipem Ltda. a partir de variables históricas, de contexto, del empresario y de la empresa, con el propósito de lograr la caracterización de la organización en un contexto con sentido para la comunidad académica.

#### 2.2. Objetivos específicos

- Describir los aspectos relacionados el empresario, la empresa, diferentes situaciones organizaciones, sus decisiones estratégicas que han propendido por su estabilidad en el tiempo.
- Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.
- Compilar la información resultante de los diferentes aspectos abordados con el propósito de elaborar el caso empresarial de la organización Scipem Ltda.
- Formular un diagnóstico organizacional que permita al empresario una visión general sobre la situación actual de su empresa.

## 2. DURACIÓN

2 MESES

## 3. ACTIVIDADES REALIZADAS.

Objetivo 1	DESCRIPCION DE LA EMPRESA	Fecha: 2017
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
1. DATOS DEL EMPRESARIO	<p>9. Momentos que lo han marcado en su familia? Hasta el momento ninguno.</p> <p>10. Que fechas acostumbran a celebrar en su familia? En la familia acostumbran a celebrar todo, hasta el aleteo de un ave. Cumpleaños, aniversarios, navidades, fechas especiales y demás.</p> <p>11. Como fue su infancia, adolescencia y actualmente? La infancia fue muy normal, como se decía anteriormente su mama tuvo que ser padre y madre a la vez así que a veces era muy dura y rígida, pero nunca les faltó amor.</p>	
2. NOMINACION	<p>2. Edad: 43 años</p> <p>3. Estado civil: Casado</p> <p>4. Estudios realizados: Ingeniería industrial, especialización en dirección de empresas y una maestría en la universidad viña del mar</p> <p>5. Entidades donde realizó los estudios por cada nivel de formación: Universidad industrial de Santander, Universidad autónoma de Bucaramanga y Universidad viña del mar de Chile.</p> <p>6. Familiares que tiene a cargo: 5</p> <p>7. Lugar de nacimiento y Fecha de Nacimiento: 1973 en Bucaramanga</p> <p>8. Datos de contacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Teléfono fijo:6713487</li> <li><input type="checkbox"/> Teléfono Móvil:316-8789276</li> <li><input type="checkbox"/> Correo electrónico:gerenciacomercial@scipem.com</li> </ul> <p>9. Fechas en que se graduó: ingeniería en el 1995, especialización en 2005 y la maestría en el 2014</p>	
3. ORIGEN DE LA EMPRESA	<p>. d. Razones que dan origen a la creación de la empresa</p> <p>12. Que lo motivo a crear su empresa? El empresario quería hacer patria, es decir quería formar empresa, quería tener su propia empresa; ya que trabajó como empleado por casi 20 años y conoció al socio que era en esa época el dueño de la empresa pero la tenía en quiebra, así que decidió tomar el control de la planta pero bajo sus condiciones, convirtiéndose en el actual gerente general y socio mayoritario.</p> <p>13. Porque se llama Scipem? El nombre ya lo tenía por decisión del socio y anterior dueño, son siglas argentinas que significan soluciones técnicas de ingeniería.</p> <p>14. Que sucesos positivos y negativos han marcado a su empresa?. Hasta el momento ha sido en este año durante el primer semestre, fue un inicio de año muy duro, todavía hay cuentas por cobrar, el empresario considera el primer semestre como un desastre. La empresa ha crecido favorablemente durante estos 8 años bajo su mandato, en un año ha pasado de tener 3.000 mil millones a 5.000 mil millones con mucho trabajo, esfuerzo apoyo financiero, inversiones en maquinaria y equipos.</p>	

Objetivo 2	ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
4. NOMINACION	<p>1. En que Direcciones de domicilio ha estado la organización a través de los años: La Sede principal es en la Carrera 14 # 19-36 y la sede de producción alterna es en la Calle 19 A # 13-11. Siempre ha estado situada en el mismo lugar, que es en la sede principal. La otra dirección hace referencia a una bodega que usamos como una pequeña parte de producción.</p> <p>2. Imagen Corporativa de la Organización Figura Imagen Corporativa 1</p> <p>3. NIT de la organización: 804015879-9</p> <p>4. Razón social de la organización: Scipem Ltda.</p> <p>5. Cuantos son los Años de existencia de la empresa: 8 años</p> <p>6. Capital que dio inicio en la creación de la organización: -200 millones de pesos ( estaban en quiebra)</p> <p>7. Capital con que se cuenta actualmente en la organización: 1.000 millones de pesos</p> <p>8. Número de empleados en los momentos de inicio la organización: 4 empleados</p> <p>9. Número actual de empleados: 80 empleados</p> <p>10. Productos y/o servicios que dieron vida al origen de la organización: Plantas de procesamiento y sacrificio de aves, plantas para la fabricación de productos avícolas.</p>	
5. DESARROLLO DE LA ORGANIZACION	<p>Que ha aprendido de ser el propietario y actual Gerente de Scipem Ltda.? De ser gerente y propietario de una empresa como Scipem se aprende mucho, por ejemplo: que dejar un cliente insatisfecho es perder 100 clientes más, en cambio dejar un cliente satisfecho es ganar 10 clientes.</p> <p>2. Cuáles de las estrategias ha utilizado para mejorar las dificultades de Scipem Ltda? ¿Quiénes la ha ayudado?: una de las características más importantes de Scipem es nunca dejar un cliente tirado, o dejar el trabajo a medias, así se demore se debe entregar el proyecto completo, hasta que el cliente quede satisfecho y hable bien de Scipem. Lo que más nos ha ayudado son las relaciones públicas y la credibilidad que hemos conseguido como empresa.</p>	

Objetivo 3	ELABORACION DEL CASO EMPRESARIAL	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
6. CONEXTO ORGANIZACIONAL		<p>Como era en ese tiempo que usted creo la empresa? En cuanto al entorno la competencia era difícil, ya que cuentan es con competencia externa, es decir internacional. Y no podían invertir ya que no contaban con dinero para hacerlo, pero gracias a las buenas relaciones publicas que tenía el señor Florentino Torres, se pudo sacar maquinaria fiada, tienen proveedores internacionales que lo conocen y de solo palabra les han ayudado a sacar adelante los proyectos de la empresa.</p> <p>2. Como ha sido la evolución de su empresa? Como enfrenta las crisis que a veces se presentan al ser empresario? La evolución de la empresa ha sido muy favorable y satisfactoria, aunque este año fue algo difícil el comienzo debido a la difícil situación del país que hizo demorar los pagos y recoger el dinero fue casi imposible pero desde agosto la situación ha mejorado; aunque el nivel de apalancamiento de la empresa es relativamente alto aunque no es de preocuparse porque la empresa tiene mucho trabajo.</p>

Objetivo 4	DIAGNOSTICO	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
7. MARCO CONCEPTUAL		<p><input type="checkbox"/> <b>COMERCIALIZACIÓN:</b> Conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de un determinado producto y/o servicio.<sup>27</sup></p> <p><input type="checkbox"/> <b>FINANZAS:</b> Es la rama de la economía que estudia las actividades económicas de carácter bancario desarrolladas por individuos, empresas, organizaciones o entidades públicas.<sup>28</sup></p> <p><input type="checkbox"/> <b>RENTABILIDAD:</b> Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia.<sup>29</sup></p> <p><input type="checkbox"/> <b>PRODUCCIÓN:</b> Proceso de fabricar, elaborar u obtener productos de suelos o industriales, es decir, el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado consecuencia de las transformación de recursos en productos finales.<sup>30</sup></p> <p><input type="checkbox"/> <b>COMPROMISO:</b> Es implantar en una organización una cultura orientada al cliente, para alcanzar los niveles de satisfacción de las necesidades.<sup>31</sup></p> <p><input type="checkbox"/> <b>ALIMENTOS:</b> Es aquello que los seres vivos comen y beben para su subsistencia. El término procede del latín <i>alimentum</i> y permite nombrar a cada una de las sustancias sólidas o líquidas que nutren a los seres humanos, las plantas o los animales.<sup>32</sup></p>



	<p>□ REFRIGERACION: Del latín <i>refrigeratio</i>, la refrigeración es la acción y efecto de refrigerar. Este verbo hace referencia al hecho de hacer más fría una habitación, una sala u otra cosa a través de medios artificiales. Por extensión, refrigerar es enfriar en cámaras especiales distintos alimentos o productos para su conservación. Además, el término refrigeración está vinculado al refrigerio, aquel alimento que se toma para reparar las fuerzas.<sup>33</sup></p> <p>MAQUINARIA: Conjunto de máquinas para un fin determinado, mecanismo que da movimiento a un artefacto.<sup>34</sup></p> <p>AVICULTURA: La avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, y la cultura que existe alrededor de esta actividad de crianza. La avicultura se centra generalmente no solo en la crianza de aves, sino también en preservar su hábitat y en las campañas de concientización.<sup>35</sup></p> <p>EQUIPO: Un equipo es un grupo de seres humanos que se reúnen y trabajan en conjunto para alcanzar una meta en común. Para esto, el equipo mantiene una cierta organización que le permita conseguir sus objetivos.<sup>36</sup></p> <p>DISEÑO: Del italiano <i>disegno</i>, la palabra diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.<sup>37</sup></p> <p>PROTECCION: del latín <i>protectio</i>, es la acción y efecto de proteger (resguardar, defender o amparar a algo o alguien). La protección es un cuidado preventivo ante un eventual riesgo o problema.<sup>38</sup></p> <p>SEGURIDAD: El término seguridad posee múltiples usos. A grandes rasgos, puede afirmarse que este concepto que proviene del latín <i>securitas</i> hace foco en la característica de seguro, es decir, realza la propiedad de algo donde no se registran peligros, daños ni riesgos. Una cosa segura es algo firme, cierto e indubitable. La seguridad, por lo tanto, puede considerarse como una certeza.<sup>39</sup></p> <p>PROCESOS: Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico.<sup>40</sup></p> <p>HIGIENE: Parte de la medicina que tiene por objeto la conservación de la salud y la prevención de enfermedades.<sup>41</sup></p>
<p>8. MARCO TEROCIO</p>	<p>Para el análisis del caso se utilizara métodos de investigación descriptiva, ya que proporciona describir las diferentes situaciones y eventos y además mide diversos aspectos a plantear para concluir las necesidades más prioritarias y mejorar la empresa actual. Por otra parte, para realizar el diagnóstico del sector y de la empresa al analizar y formular estrategias con base a la matriz DOFA. Esta herramienta se basa en la información de entrada proveniente del análisis interno y externo que al empalmar las debilidades y las fortalezas internas como las amenazas y oportunidades externas originan alternativas factibles, causando soluciones reales para que la empresa enfrente su competencia.</p> <p>En un análisis preliminar de la empresa se puede identificar la mezcla de las posiciones sostenibles y favorables dadas por su marca y la calidad, así destacar la capacidad de abastecer y satisfacer la demanda.</p> <p>Los clientes son la razón principal de la supervivencia y el excelente funcionamiento de cualquier empresa y para lograr que ellos obtengan una respuesta favorable según las variables producto, precio, plaza y promoción.</p> <p>El presente análisis sectorial, tiene como objetivo, realizar un</p>

	<p>estudio sobre las diferentes variables de la empresa, con el fin de analizar la viabilidad del mismo y de esta forma determinar las oportunidades y amenazas que interactuar alrededor del sector de la industria.</p>
<p>9. MARCO LEGAL</p>	<p>El Código del Comercio, en el artículo 110. Se contempla los requisitos para la constitución de una sociedad.</p> <p><input type="checkbox"/> El Código Sustantivo del Trabajo, Artículo 22 y 28. Se determina las normas generales para celebrar un contrato de trabajo.</p> <p><input type="checkbox"/> El Código Sustantivo del Trabajo, Artículo 486. Contempla que los funcionarios del Ministerio de Trabajo Protección Social, podrán hacer comparecer a sus respectivos despachos a los empleadores, para exigirles las informaciones pertinentes a su misión, la exhibición de libros, registros, planillas y demás documentos.</p> <p><input type="checkbox"/> En la Constitución Política de Colombia, el artículo 333. Establece como principios orientadores del Estado Social de Derecho colombiano la libertad de empresa y la libertad de competencia.</p> <p><input type="checkbox"/> El Decreto 3075 de 1997. Expedido por el ministerio de salud, en el cual establece la obligatoriedad del registro sanitario para todo alimento que se expendan directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados.</p> <p><input type="checkbox"/> El Decreto 60 de 2001. Reglamenta la expedición de registros sanitarios para establecimientos dedicados a la producción y elaboración de alimentos medidas sanitarias a todo establecimiento comercial. Las licencias sanitarias expedidas por la secretaria de salud se rigen por todas normas, decretos y leyes establecidas por el INVIMA.</p> <p><input type="checkbox"/> El estatuto Tributario del Artículo 574. Establece las obligaciones tributarias de una empresa.</p> <p><input type="checkbox"/> La Ley 6 de 1945. Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre convenciones de trabajo, asociaciones profesionales, conflictos colectivos y jurisdicción especial del trabajo.</p> <p><input type="checkbox"/> La Ley 9 de 1979. En la que se reglamentan las medidas sanitarias, en su título V denominado Alimentos, especifican que medidas se den aplicar para la producción de alimentos, aditivos, bebidas o materias primas correspondientes o las mismas que se produzcan, manipulen, elaboren, transformen, fraccionen, conserven, almacenen, transporten, expendan, consuman, importen o exporten.</p> <p><input type="checkbox"/> Ley 35 de 1939. Por la cual se establece el descanso remunerado de los trabajadores en algunos días de fiesta.</p> <p><input type="checkbox"/> Ley 99 de 1993. Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Publico encargado de la Gestión y Conservación del Medio Ambiente y los Recursos Naturales Renovables.</p>

#### **4. MEDIOS DE DIFUSIÓN**

Repositorio Institucional

Blog Institucional

Capítulo del libro

#### **5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

El análisis del caso empresarial valora y reúne todas aquellas actividades que enlazan por medio de las fortalezas, los problemas, las dificultades, los obstáculos, oportunidades, perfiles de negocios, ideas y las estrategias que un empresario ha evolucionado y progresado para consolidarse como líder en Santander.

La importancia de la modalidad es el enfoque, la capacidad de innovación y el espíritu empresarial que durante años hasta la actualidad los santandereanos han concebido y consolidado sus empresas como parte vital en brindado un gran aporte para generar prosperidad y crecimiento en su región.

El desarrollo de la modalidad se fundamenta y se proyecta en los sucesos de las antiguas actuales y nuevas empresas que están comprometidas día a día a crear un ambiente propicio de competitividad, conciencia social y el progreso arduo de los continuos sacrificios y responsabilidades, que han trascendido al éxito empresarial.

Definitivamente necesidades suplidas con innovación y desarrollo generan posibilidades empresariales en el entorno global, es por eso que consideramos que es necesario concentrarse en los productos estrellas de la compañía (70% de la producción) y si es necesarios consolidarse en estos reduciendo el portafolio de productos, aquí realmente está la ventaja competitiva de la empresa

## 6. REFERENCIAS

- Amat, O. (2001). Contabilidad y finanzas. Madrid: Editorial Deusto.
- Anderson, R. E., Hair, J. F., Bush, A. J., & Almada, J. C. (1995). Administración de ventas. McGraw-Hill.
- Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2010. Actualizado: 2013. Definicion.de: Definición de alimento (<http://definicion.de/alimento/>)
- Cámara de Comercio de Bucaramanga, Unidad de Desarrollo Empresarial. Página Web: <http://www.camaradirecta.com/noticias-institucional-11-m/1274-30-empresas-de-bucaramanga-le-apostaran-a-la-innovacion-como-estrategia-de-crecimiento-del-negocio.htm>
- Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – CECODES. Sostenibilidad en Colombia. Casos Empresariales. Año 2011. ISBN 978-958-99020-4-2
- Cuervo, A., & Rivero, P. (1986). El análisis económico-financiero de la empresa. Revista española de financiación y contabilidad, 15-33.
- Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes. Casos relacionados con los sistemas y arquitecturas empresariales focalizados en la cadena de valor, y los procesos de front-office y back-office.
- Easton, G. Learning from case studies. Gran Bretaña: Prentice Hall. Año 1992.
- Ellet, W. The Case Study Handbook .How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts. p. 658. Año 2007.
- Espíndola, J. Reingeniería Educativa el pensamiento crítico: como fomentarlo en los alumnos. México: Pax. Año 2000.
- Grupo de Investigación Estrategia y Gestión Empresarial. Proyectos de Investigación del Grupo. Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Nahmias, S., Castellanos, A. T., Murrieta, J. E. M., Hernández, F. G., Nudiug, B., Juaárez, R. A., & Milanés, J. Y. (1999). Análisis de la producción y las operaciones. Compañía Editorial Continental, SA.