

**PROYECTO  
OPCION DE GRADO**

**Presenta:**

**Derly Yanid López Campos**

**Oscar Eduardo Martínez Suarez**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**ADMINISTRACION FINANCIERA**

**IBAGUE-TOLIMA**

**2020**

**PROYECTO**  
**OPCION DE GRADO**

**Presenta:**

**Derly Yanid López Campos**

**Oscar Eduardo Martínez Suarez**

**Corporación universitaria minuto de Dios**

**Administración financiera**

**Ibagué-Tolima**

**PROYECTO DE EMPRESA PARA UNA PRODUCTORA DE BATIDOS NATURALES  
EN LA CIUDAD DE IBAGUE.**

## Tabla de contenido

Tabla de ilustraciones.....	7
INTRODUCCION.....	8
RESUMEN.....	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
OBJETIVOS .....	13
Objetivo General:.....	13
JUSTIFICACION.....	14
MARCO DE REFERENCIA .....	16
MARCO DE TEORICO .....	16
MARCO LEGAL .....	24
METODOLOGIA .....	30
HERRAMIENTA DE INVESTIGACION .....	33
Muestra: .....	33
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	35
1.1 Producto .....	35
1.2 Análisis del sector económico: .....	35
1.3 Estructura del mercado.....	36
1.4 Definición Producto .....	37
1.5 El cliente.....	37
1.6 Identificación de variables .....	37
2. Mercado.....	39
2.1 Oferta .....	39
2.2 Demanda .....	41
3. Cliente.....	44
3.2 Segmentación del Mercado.....	44
3.3 Perfil del cliente .....	45
3.4 El precio .....	45
3.5 La distribución .....	46

3.6	Planeación de las ventas.....	46
3.7	Estrategias de mercadeo .....	48
4.	Mercado de insumos.....	55
4.1	Aspectos a tener en cuenta .....	56
4.2	Selección de proveedores .....	58
4.3	Proyección de los precios del producto e insumos.....	58
5.	Estudio Técnico.....	59
5.1	Tamaño del proyecto.....	59
5.2	Capacidad .....	59
5.3.	Localización del producto.....	60
5.4	Macro localización .....	60
5.5	Preselección de los puntos de localización.....	61
5.6	Métodos de evaluación.....	61
5.7	Micro localización .....	62
6.	Ingeniería del proyecto .....	63
6.1	El proceso del producto.....	63
6.2	Selección de tecnología .....	64
6.3	Selección de maquinaria y equipo.....	65
6.4	Selección de materia prima.....	67
6.5	Selección de personal de producción.....	67
6.6	descripción del proceso de producción .....	69
6.8	Diagrama de proceso .....	71
6.9	Obras físicas de la planta .....	72
6.10	Control de calidad .....	73
7.	Seguridad industrial .....	73
8.	Estudio Organizacional .....	78
8.1	Filosofía Organizacional .....	78
8.3	Estructura legal .....	80
8.4	Estructura Administrativa.....	81

9. Estudio Financiero .....	114
9.1 Las inversiones del proyecto .....	114
9.2 Costos de producción.....	115
PUNTO DE EQUILIBRIO .....	120
EVALUACION DEL PROYECTO .....	121
Flujo de caja.....	121
Flujo neto de efectivo.....	122
Tasa interna de retorno TIR y VAN valor presente neto .....	122
CONCLUSIONES.....	123
RECOMENDACIONES.....	125
Anexos .....	126
.....	126
ENCUESTA.....	126
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	137

## Tabla de ilustraciones

Tabla 1 metodología .....	32
Tabla 2 producto .....	37
Tabla 3 cliente.....	37
Tabla 4 identificación de variables .....	38
Tabla 5 competidor .....	40
Tabla 6 competencia .....	40
Tabla 7competidor indirecto.....	41
Tabla 8 ventas competencia indirecta.....	41
Tabla 9 estructura del consumo .....	42
Tabla 10 la distribución .....	46
Tabla 11 planeación de ventas .....	48
Tabla 12 crecimiento.....	50
Tabla 13 eje de eficiencia .....	52
Tabla 14 eje de innovación .....	54
Tabla 15 posicionamiento.....	55
Tabla 16 proveedores.....	58

## INTRODUCCION

Hoy en día se ha venido observando los altos índices de colesterol, diabetes, problemas cardiacos y sobrepesos en la mayoría de la población colombiana, esto debido a los malos hábitos alimenticios y al haber una dieta deficiente en nutrientes y con exceso de grasas puede llevar a padecer ciertos tipos de cáncer, como el de la próstata, mama y colon entre otros. Además, una dieta baja en frutas y hortalizas y con un alto contenido de grasas saturadas puede llevar a sufrir enfermedades del corazón.

Las causas y efectos que se derivan de consumir alimentos de baja nutrición y con altos contenidos de azúcar y grasa como bebida artificial que incluye saborizantes y demás ingredientes propios de ellas, se relaciona con el aumento de riesgo de padecer obesidad en las personas sedentarias, y así mismo desarrollar enfermedades tales como diabetes, hipertensión, problemas del hígado, entre otras y hasta en el caso más extremo la muerte.

Teniendo en cuenta los puntos anteriores, este proyecto, busca dar solución al problema identificado a través de la preparación y comercialización de pulpas de frutas, mezclada con verduras y plantas medicinales que permitan la preparación de batidos que proporcione beneficios saludables a las personas que la consuman tales como vitamina C, propiedades antibacterianas, efectos diuréticos que ayuden a la eliminación efectiva de toxinas, contribuyendo a controlar la mala digestión y tratar las úlceras en el estómago, entre otros beneficios que puedan intervenir para llevar una vida saludable y generar hábitos de vida saludable en la población.



## RESUMEN

Según estudios realizados se ha observado los altos índices de colesterol, diabetes, problemas cardiacos y sobrepesos en la mayoría de la población colombiana, esto se debe a los malos hábitos alimenticios y al haber una dieta deficiente en nutrientes con exceso de grasas, por dichos factores las personas tienden a padecer ciertos tipos de enfermedades como el cáncer, problemas del corazón y todas las derivadas de esta.

Las causas y efectos que se derivan de consumir alimentos de baja nutrición con altos contenidos de azúcar y grasa como bebida artificial que incluye saborizantes y demás ingredientes propios de ellas, se relaciona con el aumento de riesgo de padecer obesidad en las personas sedentarias, y así mismo desarrollar enfermedades tales como diabetes, hipertensión, problemas del hígado, entre otras y hasta en el caso más extremo la muerte.

El objetivo de este estudio es cambiar los malos hábitos de la población ibaguereña al consumir estas bebidas artificiales y que estas sean reemplazadas por los batidos naturales, de igual manera concientizar a las personas del daño que puede generar estos productos en nuestra salud. Teniendo en cuenta que se desconoce todos los factores negativos que tienen estos artículos en su proceso de fabricación.

## ABSTRACT

According to studies carried out, high levels of cholesterol, diabetes, heart problems and overweight have been observed in the majority of the Colombian population, this is due to poor eating habits and having a diet deficient in nutrients with excess fat, due to these factors people tend to suffer from certain types of diseases such as cancer, heart problems and all those derived from it.

The causes and effects that derive from consuming foods of low nutrition with high sugar and fat content as an artificial drink that includes flavorings and other ingredients of them, is related to the increased risk of suffering from obesity in sedentary people, and thus same develop diseases such as diabetes, hypertension, liver problems, among others and even in the most extreme case death.

The objective of this study is to change the bad habits of the Ibaguereña population when consuming these artificial drinks and that these are replaced by natural shakes, in the same way to make people aware of the damage that these products can generate in our health. Taking into account that all the negative factors that these articles have in their manufacturing process are unknown.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ibagué los altos índices de obesidad y de enfermedades producidas por malos hábitos alimenticios crece de manera incontrolada, se espera que en unos años los porcentajes sean mayores, donde la demanda de bebidas azucaradas y artificiales cada día es más consumida por la facilidad de encontrar el producto en tiendas, supermercados y establecimientos comerciales. Realizando este estudio encontramos los principales problemas que se presentan a diario debido al consumo de estas bebidas.

### Principales problemas:

- Crecimiento de casos de obesidad, diabetes y problemas cardiacos.
- Consumo de bebidas con productos artificiales.
- Baja oferta de bebidas naturales con aportes nutricionales.
- Poco conocimiento de las posibles causas y efectos que lleva el consumir en exceso bebidas con componentes artificiales.

Las causas y efectos que se derivan al consumir alimentos de baja nutrición con altos contenidos de azúcar y grasa como bebida artificial que incluye edulcorantes, saborizantes y demás ingredientes propios de ellas, se relaciona con el aumento de riesgo de padecer obesidad en las personas sedentarias, así mismo desarrollar enfermedades tales como diabetes, hipertensión, problemas del hígado, entre otras y hasta en el caso más extremo la muerte.

Prevenir el aumento de personas con exceso de peso es fundamental como medida de salud, ya que este es un factor de riesgo de enfermedades, como la diabetes, diversos tipos de cáncer (endometrio, ovarios, mama y próstata, entre otros), accidentes cerebrovasculares y cardiopatías. Muchas de estas patologías están entre las 10 principales causas de muerte en Colombia.

Las personas buscan productos que no solo suplan la necesidad de alimento si no que le brinde beneficios a su salud. La mayoría son deportistas, niños que llevan su lonchera al colegio, pacientes tratados con enfermedades como diabetes, colesterol entre otras. Por esta razón, el proyecto busca enfocarse en toda la población ibaguereña y va dirigido a todas las edades ya que según estudios los niño y jóvenes muestran un mayor consumo de estas bebidas. El propósito es disminuir el consumo de estos productos y crear conciencia en las personas con los batidos, pulpas naturales para que de esta manera su calidad de vida este sin afectaciones en un determinado momento.

Ante tal situación se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Como incide el montaje de una empresa productora y comercializadora de jugos naturales en la salud de los habitantes de la ciudad de Ibagué Tolima ante el alto consumo de bebidas artificiales?

## OBJETIVOS

### Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jugos saludables en la ciudad de Ibagué.

### Objetivos específicos:

1. Realizar un estudio de mercado con el propósito de identificar la competencia y la demanda, el cual será la base para determinar el mercado objetivo y las estrategias del producto.
2. Designar los requerimientos técnicos para todo el montaje de infraestructura de la empresa.
3. Establecer las exigencias legales y administrativas para la constitución de la empresa.
4. Estimar los flujos financieros con el fin de establecer la viabilidad del proyecto.

## JUSTIFICACION

Si se valida la influencia que tienen en nuestro estado de salud, las diferentes acciones y comportamientos que adoptamos en el día a día, nuestra forma de alimentarnos, el modo en que nos relacionamos con los diferentes ámbitos en los que desarrollamos nuestra vida, es tema transversal, porque queremos transmitir que estar sanos nos hace sentir mejor, nos hace más productivos y puede prolongar nuestras vidas. Cuando estamos sanos, podemos concentrarnos en nuestra familia, trabajo y en las otras cosas que son importantes para nosotros. Pero es más importante un cuerpo sano que nos permite concentrarnos en nuestra alma, permitiéndonos consumir la misión que tenemos en este mundo y vivir una vida plena de sentido.

Por esta razón se toma como referencia las bebidas naturales que en Colombia y en especial la ciudad de Ibagué son escasas, por lo tanto, las personas no cuentan con una oferta variable de dichas bebidas para consumir, para lo cual siguen optando por seguir tomando las mismas bebidas artificiales, las cuales no contribuyen a beneficiar la salud de la población, ya que tomándolas diariamente y en exceso pueden generar repercusiones en la salud. Por lo tanto, si no se crea el hábito de consumir batidos saludables y de fácil preparación la oferta seguirá siendo pequeña y la población no gozará de los beneficios de dicha bebida, además se perderá la oportunidad de colaborar a la población campesina que en este caso serían proveedores y a las demás personas que trabajan para la empresa.

El objeto sobre el cual se realiza el análisis de viabilidad busca cumplir con una necesidad en el área de la salud, pues tiende a seguir una tendencia que apunta a eliminar las bebidas a base de elementos no naturales (aplicación de componentes o aditivos químicos), sustituyéndolas por bebidas totalmente naturales; se buscan entonces brindar una alternativa dentro del mercado

orientada a lograr el bienestar alimentario de las personas, disminuyendo problemas sociales como la obesidad y la diabetes, lograda la meta de llevar al mercado productos totalmente naturales, la empresa permitiría hacer un aporte en la necesidad de implementar la rutina saludable de consumo de jugo de fruta natural.

Por eso el proyecto busca dar soluciones y contribuir para disminuir estos índices logrando que nuestra ciudad en la que estamos enfocados recupere la salud y podamos contar con un mercado de productos saludables que nos aporten nutrientes, de igual manera es necesario concientizar al consumidor y educarlo de la importancia de consumir alimentos y bebidas naturales que aporten a la salud.

## MARCO DE REFERENCIA

### MARCO DE TEORICO

El siguiente marco teórico muestra los diferentes aspectos que se tendrán en cuenta para la elaboración del proyecto determinando los pasos para la elaboración de un plan de negocio.

Plan de negocio para la creación de una empresa de jugos naturales:

Para la creación del plan de negocio se tendrán en cuenta algunas teorías que nos servirán para la elección y toma de decisiones a la hora de crear el plan:

Algunos autores brindan conceptos que se pueden aplicar a nuestro plan como, por ejemplo.

Cobrerizo y Naveros (2016) el PE, o plan de negocio, puede definirse como el “documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica” (Cobrerizo & Naveros, 2016, pág. 16).

Para Echeverría (2006), la empresa tradicional que nace de esta manera representa precisamente un tipo de organización que contribuye a alcanzar un aprovechamiento máximo de la capacidad productiva del trabajo trazando un objetivo de incrementar una capacidad de generar algún valor. En el proceso de realización del PE se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlos en marcha. (Echeverria, 2006)

Un plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora y en él plasma sus



ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza. Mediante el plan de negocio se evalúa la calidad del negocio en sí. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha. (Velasco, p.11)

En una versión más completa de contenidos para un PE, Neira (Neira, 2012) establece once elementos:

Introducción

2. Descripción de la empresa o de la unidad de negocio. Cualificación del emprendedor
3. Descripción del producto o servicio
4. Análisis del mercado
5. Marketing y comercialización
6. Infraestructura, producción y logística
7. Organización y recursos humanos
8. Valoración y análisis financiero
9. Análisis DAFO
10. Objetivos, estrategias y planes de acción
11. Resumen ejecutivo.

Una estructura que se puede implementar es:

- **Resumen Ejecutivo:** ofrece una impresión general del proyecto, contiene los datos claves y los resalta, debe aportarle al lector todos los elementos relevantes, máximo 3 páginas.
- **Descripción del producto o servicio:** el plan de negocio debe comenzar identificando la necesidad que se va a cubrir y la propuesta de solución que no es más que lo que se piensa desarrollar.
- **Equipo directivo:** los inversores creen más en personas con experiencia o que conozcan muy bien el negocio, además se interesan por el compromiso de cada miembro que trabaja en el desarrollo del proyecto.
- **Análisis del mercado:** debe identificar el mercado, dimensionarlo, segmentarlo, ponerlo en dimensión geográfica, analizar la competencia y los posibles nuevos entrantes, no sólo competidores directos sino sustitutos y complementarios.
- **Plan de marketing:** definir las estrategias sobre las cuatro P's, buscando cubrir siempre las necesidades de los clientes y aun mejor estar por encima de ellas.
- **Sistema de negocio:** describe los pasos, el proceso, necesarios para fabricar el producto u ofrecer el servicio, sus interacciones y elementos. Incluye planificación de personal, elementos de management, desarrollo y cultura organizacional.
- **Cronograma:** muestra una planeación realista del proyecto, define la ruta crítica y los hitos de este.
- **Análisis DOFA:** identificar Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, cómo potenciar los aspectos positivos y cómo desarrollar estrategias para contrarrestar los negativos.

- **Financiación:** es un punto clave, debe ser un análisis detallado de la situación financiera del negocio, incluye las necesidades de financiamiento, los resultados esperados, las fuentes posibles de financiación y los estados y ratios financieros generalmente usados. Puede incluir una valoración inicial del negocio a través de flujos de caja descontados. Si lo que se busca es capital de riesgo se deben proponer alternativas de «salida» a los inversionistas.
- **Conclusiones:** Resalta factores claves realistas incluyendo riesgos.

## MARCO CONCEPTUAL

Durante el desarrollo del proyecto se validaron y se encontraron conceptos que son considerados relevantes a la hora de su análisis y de la interpretación.

**Análisis financiero:** El análisis financiero es un conjunto de técnicas y procedimientos que permiten analizar los estados financieros de una empresa para conocer su realidad económica y cómo se espera que evolucione en el futuro.

(fuente: <https://www.emprendepyme.net/>)

**Demanda:** La demanda es el valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores. La curva de la demanda muestra la cantidad de un bien específico que los consumidores o la sociedad están dispuestos a comprar en función del precio del bien y a la renta disponibles.

(autor desconocido fuente <https://policonomics.com>)

**Estrategias de mercado:** Es la creación de acciones o tácticas que lleven al objetivo fundamental de incrementar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible.

(Autor desconocido fuente [marketing4ecommerce.mx](http://marketing4ecommerce.mx))

**Estudio de mercado:** Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio.

(fuente: <https://www.estudiosdemercado.org/>)

**Estudio técnico y descripción de procesos:** Se refieren a la participación de la ingeniería del estudio para las fases de planeación e instalación de iniciación de la operación, la investigación del mercado es la base de un proyecto o de una nueva inversión, el estudio técnico constituye el núcleo ya que todos los demás estudios derivados dependen de él y en el cualquier fase del proyecto es importante saber si es técnicamente viable o factible, en que formas se pondrán en funcionamiento los análisis económicos y financieros revelan nuevos problemas en cuanto al proceso técnico seleccionado (Erossa, 2004).

**Investigación:** Se entiende por investigación un conjunto de actividades humanas destinadas a la obtención de nuevos saberes y conocimientos, y/o su aplicación a la resolución de problemas concretos o interrogantes existenciales.

(Fuente: <https://concepto.de/investigacion/#ixzz6Huel8DR8>)

**Jugo de frutas:** El zumo o jugo de frutas es una sustancia líquida extraída de las frutas, generalmente al exprimirlas por presión, sin embargo, puede incluir un conjunto de procesos intermedios como la: cocción, molienda o centrifugación del producto original. Así, por ejemplo, el "jugo de naranja" es el líquido extraído de la fruta del naranjo.

(fuente [https://es.wikipedia.org/wiki/Jugo\\_de\\_frutas](https://es.wikipedia.org/wiki/Jugo_de_frutas)).

**Materia prima:** Se entiende por materia prima a todos aquellos elementos extraídos directamente de la naturaleza, en su estado puro o relativamente puro, y que posteriormente puede ser transformado, a través del procesamiento industrial, en bienes finales para el consumo, energía o bienes semielaborados que alimenten a su vez otros circuitos industriales secundarios.

(Fuente: <https://concepto.de/materia-prima/#ixzz6Hub1sbtL>)

**Metodología:** Se denomina la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido. En este sentido, la metodología funciona como el soporte conceptual que rige la manera en que aplicamos los procedimientos en una investigación.

(fuente: <https://www.significados.com/>)

**Oferta:** La oferta es el conjunto de ofertas hechas en el mercado por los bienes y servicios a la venta. La curva de oferta recoge la localización de los puntos correspondientes a las cantidades ofertadas de un bien o servicio particular a diferentes precios. Esta curva muestra una relación directa entre la cantidad ofertada y el precio, dando una pendiente positiva.

(autor desconocido fuente <https://policonomics.com>)

**Precio:** En Economía el precio se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio.

(fuente <https://www.gerencie.com/precio.html>)

**Producto:** Stanton, Etzel y Walker “Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”

(fuente: <https://www.marketing-free.com/>)

**Plan de negocio:** Un plan de negocios (también conocido como proyecto de negocio o plan de empresa) es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con este.

(fuente: <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>)

## MARCO LEGAL

Este proyecto tendrá en cuenta todos las normatividades necesarias para mantener el orden dentro del establecimiento y cumplir con los estatutos fijados según la RESOLUCIÓN 3929 y 2674 DE 2013 MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. en ejercicio de sus facultades legales, en especial, las conferidas por la Ley 9 de 1979, la Ley 170 de 1994 y el numeral 30 del artículo 2 del Decreto ley 4107 de 2011, y el artículo 410 ibidem señala que "Las frutas y hortalizas deberán cumplir con todos los requisitos establecidos en la presente ley y sus reglamentaciones". De igual manera comprende los siguientes artículos que tienen como objeto velar por la salud y la buena calidad del producto al ser consumido.

**ARTÍCULO 3o. DEFINICIONES.** Para efectos de la aplicación del presente reglamento técnico, se adoptan las siguientes definiciones:

**Bebida con jugo (zumo), pulpa o concentrados de fruta:** Es el producto elaborado con agua, adicionado con jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrado de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos, con aditivos permitidos, sometidos a un tratamiento de conservación y cuyo contenido máximo de fruta es del 7.99%.

**Coadyuvante de elaboración:** Toda sustancia o materia, excluidos aparatos y utensilios, que en cuanto tal, no se utiliza como ingrediente alimentario y que se emplea intencionalmente en la elaboración de materias primas, alimentos o sus ingredientes para lograr alguna finalidad



tecnológica durante el tratamiento o la elaboración, pudiendo dar lugar a la presencia no intencional, pero inevitable, de residuos o derivados en el producto final.

**Fruta:** Órgano comestible de la planta vegetal, constituido por el ovario fecundado y maduro de la flor, que por lo general contiene una o más semillas y cualquier parte de la flor que tenga íntima asociación con dicho ovario.

**Frutas en conserva:** Producto preparado a partir de frutas enteras o en trozos, adicionado con líquido de cobertura, aditivos permitidos, tratado térmicamente de un modo apropiado antes o después de cerrado herméticamente en un recipiente para evitar su alteración.

**Néctar de fruta:** Producto sin fermentar, elaborado con jugo (zumo) o pulpa de fruta concentrados o no, clarificados o no, o la mezcla de estos, adicionado de agua, aditivos permitidos, con o sin adición de azúcares, miel, jarabes, o edulcorantes o una mezcla de estos.

**Pulpa:** Producto obtenido por la maceración, trituración o desmenuzado y el tamizado o no de la parte comestible de las frutas frescas, sanas, maduras y limpias.

**Pulpa azucarada:** Producto elaborado con pulpa o concentrados de jugo o pulpa de frutas con un contenido mínimo de 60% de fruta y adicionado de azúcar.

**Ambiente:** Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

**Desinfección – Descontaminación:** Es el tratamiento fisicoquímico o biológico aplicado a las superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de destruirlas células vegetativas de los

microorganismos que pueden ocasionar riesgos para la salud pública y reducir sustancialmente el número de otros microorganismos indeseables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente la calidad e inocuidad del alimento.

**Equipo:** Es el conjunto de maquinaria, utensilios, recipientes, tuberías, vajillas y demás accesorios que se empleen en la fabricación, procesamiento, preparación, envase, fraccionamiento, almacenamiento, distribución, transporte y expendio de alimentos y sus materias primas.

**Expendio de alimentos:** Es el establecimiento destinado a la venta de alimentos para consumo humano.

**Higiene de los alimentos:** Todas las condiciones y medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de los alimentos en cualquier etapa de su manejo.

**Inocuidad de los alimentos:** Es la garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y consuman de acuerdo con el uso al que se destina.

**Manipulador de alimentos: ARTÍCULO 11. Estado de salud.** El personal manipulador de alimentos debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Contar con una certificación médica en la cual conste la aptitud o no para la manipulación de alimentos. La empresa debe tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.
2. Debe efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se

manipulen. Dependiendo de la valoración efectuada por el médico, se deben realizar las pruebas de laboratorio clínico u otras que resulten necesarias, registrando las medidas correctivas y preventivas tomadas con el fin de mitigar la posible contaminación del alimento que pueda generarse por el estado de salud del personal manipulador.

3. En todos los casos, como resultado de la valoración médica se debe expedir un certificado en el cual conste la aptitud o no para la manipulación de alimentos.

4. La empresa debe garantizar el cumplimiento y seguimiento a los tratamientos ordenados por el médico. Una vez finalizado el tratamiento, el médico debe expedir un certificado en el cual conste la aptitud o no para la manipulación de alimentos.

5. La empresa es responsable de tomar las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente por una persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo debe comunicarlo a la empresa.

**Notificación sanitaria:** Número consecutivo asignado por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, procesar, envasar, importar y/o comercializar un alimento de menor riesgo en salud pública con destino al consumo humano.

Recuperado de

[https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/resolucion\\_minsaludps\\_3929\\_2013.htm](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/resolucion_minsaludps_3929_2013.htm)

**ARTÍCULO 6o. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS SEGÚN CLASIFICACIÓN.** Las frutas procesadas cumplirán con las especificaciones enumeradas a continuación:

### **6.1. JUGOS O ZUMOS DE FRUTAS.**

#### **6.1.1 CRITERIOS GENERALES.**

1. Los jugos podrán ser turbios o claros y contener componentes restablecidos de sustancias aromáticas y aromatizantes volátiles, elementos todos ellos que deben obtenerse por procedimientos físicos adecuados y que deben proceder del mismo tipo de fruta. La introducción de aromas y aromatizantes se permitirá para restablecer el nivel de estos componentes perdidos durante los procesos de extracción, concentración y tratamiento térmico.
2. Se pueden obtener jugos clarificados a partir de jugos por eliminación de los sólidos insolubles de la fruta, utilizando medios físicos o enzimáticos, o a partir de pulpa; siempre y cuando cumplan con los grados Brix naturales de la fruta.
3. Podrán añadirse almíbares a base de sacarosa líquida, solución de azúcar invertido, jarabe de azúcar invertido, jarabe de fructosa, azúcar de caña líquido, isoglucosa y jarabe con alto contenido de fructosa; solo a jugos o zumos a partir de concentrados o jugos concentrados, o una mezcla de estos, en cantidad máxima del 5%.
4. La preparación de jugos de frutas que requieran la reconstitución a partir de jugos concentrados de fruta, clarificados o no o mezclas de estos, debe ajustarse al nivel mínimo de grados Brix establecido en la tabla 1. Si en la tabla 1 no se ha especificado ningún nivel de grados Brix, se

calculará sobre la base del contenido de sólidos solubles del jugo que se tiene en forma natural en la fruta.

5. Se podrá utilizar Dióxido de Carbono CO<sub>2</sub>, como coadyuvante de elaboración, teniendo en cuenta las condiciones de uso de estas sustancias.

6. Cuando se elaboren jugos a partir de dos o más frutas, el nombre del producto deberá incluir los nombres de los jugos de las frutas que componen la mezcla en orden descendente de la mezcla (peso/peso) o de las palabras "mezcla de jugos de frutas", o "jugo de frutas mixto/mezclado", o un texto similar.

## METODOLOGIA

La presente investigación es tipo descriptiva porque se tomarán características y comportamientos de la población objeto de estudio. Para la elaboración del presente trabajo se utilizaron las fuentes primarias y secundarias; en relación con las fuentes primarias se aplicó el cuestionario para obtener la información en relación con las características de los posibles consumidores del producto a ofrecer; las fuentes secundarias fue la base para de la revisión documental sobre el tema propuesto.

*METODOLOGIA*

Objetivos específicos	Actividades	Herramientas	Fuentes de información
<p>Realizar un estudio de mercado con el propósito de identificar la competencia y la demanda, el cual será la base para determinar el mercado objetivo y las estrategias del producto.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recolección de datos</li> <li>2. Análisis del sector</li> <li>3. Análisis de competencia</li> <li>4. Análisis del mercado</li> <li>5. Plantear estrategias comerciales a manejar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encuestas</li> <li>2. Entrevista</li> <li>3. Trabajo de campo</li> <li>4. Observación</li> </ol>	<p>Primarias y secundarias</p>
<p>Designar los requerimientos técnicos para todo el montaje de infraestructura de la empresa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar tendencias del mercado.</li> <li>2. Revisión de costos y beneficios de tecnología.</li> <li>3. Selección de tecnología.</li> <li>4. Modelos de producción.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entrevistas</li> <li>2. Trabajo de campo.</li> <li>3. Análisis de documentación</li> <li>4. observación</li> </ol>	<p>Primarias y secundarias</p>

<p>Establecer las exigencias legales y administrativas para la constitución de la empresa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis de requisitos legales en el sector.</li> <li>2. Entrevistas con entes reguladores</li> <li>3. Identificación de requisitos legales necesarios para el proyecto.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entrevistas.</li> <li>2. Trabajo de campo.</li> <li>3. Análisis documental.</li> <li>4. Observación natural.</li> </ol>	<p>Primarias y secundarias</p>
<p>Estimar los flujos financieros con el fin de establecer la viabilidad del proyecto.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generación de flujo de caja con una proyección 5 años.</li> <li>2. Generación de estado de resultados proyectado a 5 años.</li> <li>3. Análisis y estudio de viabilidad financiera del proyecto.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trabajo de campo.</li> <li>2. Análisis documental.</li> </ol>	<p>Primarias y secundarias</p>

Tabla 1 metodología



## HERRAMIENTA DE INVESTIGACION

Se han implementado fuentes disponibles en libros, artículos, bases de datos y web. También se recurrió a fuentes de información primaria a través de encuesta para indagar preferencias de los consumidores.

**Encuesta:** Las encuestas recolectan datos de numerosos individuos para entender a la población o universo al que representan (Mcmurty,2005).

Las encuestas son herramientas que permiten entender diferentes factores o aspectos que se requieran de una población determinada, para este caso se implementará en la ciudad de Ibagué aplicando a todas las edades ya que el producto que se ofrecerá no tiene edad específica de consumo por lo que es importante conocer las preferencias de consumo de todas las edades y géneros. Para esto se aplicará en base a la población ibaguereña.

### **Muestra:**

Durante el proceso de investigación en el proyecto de creación de una empresa dedicada a la preparación y venta de jugos naturales, es necesario conocer las preferencias de consumo de la población en donde se aplicará el proyecto, es por esto que se eligió la ciudad de Ibagué Tolima aplicando a toda la población ya que lo que se busca es analizar diferentes variables y factores que puedan influir en la creación de la empresa y que tan viable sería en un escenario de gusto y consumo.

La población a diciembre de 2018 según DANE fue de 569.336, de los cuales 276386 son hombre y 292950 mujeres.

Teniendo esta información se determina que la muestra a implementar con una población de 569336 es de 384 con un nivel de confianza del 95 %. A continuación, su desarrollo

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1)E^2 + Z^2 * P * Q}$$

**N= 384**

Esto permite validar que la encuesta será aplicada a 384 personas de la ciudad de Ibagué con un margen de confianza del 95% y con una aplicación vía correo electrónico, plataforma y redes sociales.

Para la verificación de los parámetros la encuesta se realizará sin indicar perfil segmentado, se preguntará edad, estrato y comuna donde resida, para luego realizar filtros que permitan el análisis según perfiles.

## **1. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1.1 Producto**

Es importante para este proyecto poder dar a conocer la importancia de consumir alimentos saludables que aporten los nutrientes necesarios y que a la vez supla la necesidad básica como lo es la alimentación. Sin embargo, en la actualidad se encuentran bebidas en el mercado que prometen muchos beneficios, pero simplemente nos engañan y nos vemos afectados.

Para este caso se presentan los batidos saludables a base de frutas y verduras que aportan los nutrientes necesarios y que lo más importante son netamente naturales sin acudir a conservantes ni saborizante. Se realizó un estudio minucioso de las propiedades de las frutas que se implementaran y cómo funcionan en el organismo, y que por medio de este producto se pueda contribuir con la salud de los ibaguereños y que puedan disfrutar de un batido y un jugo de manera práctica ya que también lo podrán llevar a su casa listo para poder ser preparados.

### **1.2 Análisis del sector económico:**

Los emprendedores analizan el entorno para observar tendencias y sus cambios de manera de capitalizar las oportunidades que se presentan y enfrentar con éxito las amenazas.

Aun cuando los colombianos todavía estamos menos dispuestos que el promedio de los latinoamericanos a cambiar nuestra dieta y hacer ejercicio (Latam 75% vs 57% Colombia), en el carrito de mercado de la familia colombiana cada vez hay más productos saludables, haciendo del segmento una oportunidad de crecimiento para fabricantes y minoristas.

Según los datos del Estudio Mundo Saludable de Nielsen (es una compañía global de medición y análisis de datos que provee la visión más completa y confiable de consumidores y mercados en el mundo) de 2018, este grupo de productos en Colombia representa el 7% de la industria de Alimentos y Bebidas, aumentando sus ventas 12% en el último año.

Alimentarse mejor, parece ser cada vez más prioridad para el consumidor colombiano, pues el aumento de los productos de la canasta es constante, aun cuando en promedio son más costosos que la categoría regular.

### **1.3 Estructura del mercado**

Las pulpas saludables hacen parte de un Oligopolio ya que en el mercado existen distribuidores de pulpas y de batidos naturales que ayudan a mejorar las condiciones de salud, entre ellos encontramos al más grande competidor que es COSECHAS quien vende los batidos ya preparados, pero a precios muy elevados.

La empresa entraría como vendedora de pulpas listas para realizar los batidos que a diferencia de las demás estos batidos están compuestos por frutas, verduras y plantas medicinales que se pueden llevar directamente a la licuadora sin necesidad de pelar, limpiar ya que viene la porción lista para elaborar un vaso de 16 onzas de batido.

## 1.4 Definición Producto

<b>Producto Básico</b>	Paquetes de pulpas para elaborar batidos
<b>Producto Real</b>	Paquetes de pulpas de frutas, verduras y plantas medicinales para elaborar batidos rojos y verdes saludables.
<b>Producto Aumentado</b>	Por la compra de varios paquetes recibe gratis un libro de recetas acompañamientos saludables de sus batidos.

*Tabla 2 producto*

## 1.5 El cliente

<b>Perfil del Consumidor</b>	El producto será dirigido a personas cuya meta es mantenerse con buena salud y quieren tener un cuerpo más sano, manteniendo un estilo de vida saludable.
------------------------------	---

*Tabla 3 cliente*

## 1.6 Identificación de variables

<b>Identificación del cliente</b>	Cadenas de comercialización
<b>Población objetivo</b>	Mujeres y hombres entre los 25 y 35 años que quieren mantener un cuerpo saludable y que tienen un hábito de vida saludable.

<p><b>Variables Geográficas</b></p>	<p>El entorno geográfico es el Departamento del Tolima, exactamente la ciudad de Ibagué en el área Urbana, la cual se encuentra conformada por 13 comunas según cálculos elaborados por PNUD a partir del censo DANE 2005. De acuerdo a la ENSIN en el Tolima el consumo de fruta por parte de personas entre 5 y 64 años supera el 70 % (recuperado de <a href="https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/asis-nacional-2017.pdf">https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/asis-nacional-2017.pdf</a>)</p>
<p><b>Variables demográficas</b></p>	<p>Habitantes: Ciudad de Ibagué, con un número 560.000 habitantes totales según cifras del DANE para el 2018, la población Objetivo abarca las 516.760 personas que son del rango de edad de los 25 a los 35 años.</p> <p><b>Educación:</b> El producto no distingue el nivel de educación del consumidor.</p> <p><b>Mercado laboral:</b> En la ciudad de Ibagué se cuenta con una población económicamente activa de 285.464 de los cuales 247.843 se encuentran ocupados y 37.622 desempleados, con empleos formales 104.314 y con empleos informales 143.529.</p>

Tabla 4 identificación de variables

## 2. Mercado

Se hace con el objetivo de obtener, analizar y comunicar información acerca del producto a los futuros clientes, como es el tipo de distribución, que promociones se deben aplicar al producto, quienes son los competidores y proveedores del sector. Para lograr conseguir esta información es necesario tener una recolección de datos, la cual se obtiene de fuentes primarias o ya sean secundarias como en este caso. Para realizar el estudio de mercado se tiene que hacer una explicación del producto, aquí va dirigido, la calidad, el empaque, para que sirve, su forma de uso y sus beneficios.

### 2.1 Oferta

- **Los competidores en el mercado del producto**

Los competidores son las empresas que operan con el mismo tipo de batido en el que se está implementando la idea de negocio.

- **Información del competidor**

Competidor	Ubicación	Teléfono	E-mail/redes sociales	Otros servicios
COSECHAS Ofrecen a sus clientes bebidas naturales a base de frutas y hortalizas. Fórmulas perfectamente creadas que	IBAGUE	2616413	<a href="https://www.cosechasexpress.com/">https://www.cosechasexp ress.com/</a>	Ensaladas de frutas, galletas, granolas.

buscan, no solo deleitar el paladar, sino contribuir a conservar y mejorar la salud de los consumidores.				
BUBBLE POW Batidos de frutas con burbujas explosivas de sabores.	IBAGUE	2637417	<a href="https://www.facebook.com/Bubble-pow-batidos-ibague-">https://www.facebook.com/Bubble-pow-batidos-ibague-</a>	Granola, ensaladas de frutas, copa de helado.

Tabla 5 competidor

- **Ventas Competencia**

Competidor	Categoría	Oferta total año en kg	Precio de venta promedio	Oferta total año en \$
COSECHAS	BATIDOS PREPARADOS	63.631	5.000	\$ 318.155.000
BUBBLE POW	BATIDOS PREPARADOS	47.161	4.000	\$ 188.644.000

Tabla 6 competencia

### Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados

- **Información del competidor indirecto**

Competidor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfono	E-mail/redes sociales	Otros servicios



Alpina productos alimenticios	Km 1 Vía Aeropuert o.	8:00 am a 6:00 pm	2676111	https://www.alpin a.com/	Refrescos
-------------------------------------	-----------------------------	----------------------	---------	-----------------------------	-----------

Tabla 7 competidor indirecto

- **Ventas Competencia Indirecto**

Competidor	Categoría	Oferta total año en kg	Precio de venta promedio	Oferta total año en \$
Alpina productos alimenticios S. A	Refrescos	27032,78	\$1.800	\$ 48.659.000

Tabla 8 ventas competencia indirecta

## 2.2 Demanda

- **Análisis de la demanda**

Se lleva a cabo un estudio que determine cuáles son los requerimientos de la demanda para que el producto ofrecido sea el deseado para el cliente, con la calidad de ingredientes, sabor y tamaño que satisfagan la necesidad del consumidor.

La estructura del consumo	
La estructura de los consumidores	Consumidor individual o grupal. (Jóvenes y adultos entre los 25 y 35 años).
Estructura geográfica de la demanda	Ibagué – Tolima.

La interrelación de la demanda	Consumidores por beneficio y satisfacción oferta vs demanda.
Motivos que originan la demanda	Necesidad de satisfacer los gustos del cliente, aportado a su salud con ingredientes naturales.
Necesidad potencial o la fuente	Creación de un producto saludable y delicioso que satisfaga y aporte al cuidado de la salud.
Potencial del mercado	Rentabilidad y crecimiento en el mercado, a un futuro logrando destacar ante la competencia.

*Tabla 9 estructura del consumo*

- **Mercado Potencial**

Actualmente en Colombia el mercado de bebidas artificiales ocupa un gran espacio entre la población, ya que por años estas bebidas se han ido consolidando como favoritas de las personas que la consumen. Muchos hogares colombianos optan por consumir este tipo de bebidas diariamente en alto contenido líquido, únicamente tomando en cuenta su bajo precio y su fácil manera de adquirirlas en cualquier tienda o supermercado del país, omitiendo sus efectos en la salud. Así mismo en el transcurso del tiempo se ha venido relacionando el alto consumo de dichas bebidas gaseosas con la obesidad y demás enfermedades que de ésta se pueden desencadenar como la diabetes, hipertensión, problemas respiratorios, problemas del hígado, entre otros al consumir bebidas que no contribuyen con beneficios saludables en las personas y que por el contrario

generan patologías que a largo plazo pueden incrementar sus efectos si no se toman medidas de mitigación a tiempo.

Ibagué cuenta con 560.000 habitantes totales según cifras del DANE para el 2018, la población Objetivo abarca las 516.760 personas, el producto será dirigido a cadenas de comercialización por medio de las cuales se hará llegar el producto a consumidores individuales sin distinción de sexo, religión, educación y raza; el objetivo principal es lograr que las personas de la ciudad de Ibagué y el departamento en general logren reemplazar los batidos cotidianos por una bebida natural que aporte beneficios a su salud, impulsando así al mercado un producto innovador y de calidad.

**Mercado potencial = 516.760 personas**

- **Consumo Aparente**

Para determinar el mercado y consumo potencial de jugos naturales en Ibagué, se realiza un análisis a la investigación.

Esta investigación determino el consumo de bebidas entre hombres y mujeres en diferentes rangos de edad y bajo 3 categorías (jugos naturales, bebidas gaseosas y leche).

En la ciudad de Ibagué el consumo de batidos naturales es para uso medicinal para prevenir algún tipo de enfermedades, durante mucho tiempo las personas de edad siempre han reflejado sus preferencias por usar plantas medicinales, frutas y verduras para protegerse de virus o enfermedades a través de remedios preparados con este tipo de artículos, su comercialización es muy abundante y en muchos hogares suelen utilizarlos.

En la ciudad de Ibagué los sitios de compra de batidos medicinales son puntos de ventas donde ya se los venden preparados a un costo muy alto, por lo tanto, nuestro producto tiene grandes

posibilidades de distribución ya que nadie ha comercializado estas pulpas en los supermercados y almacenes de cadena.

De esta manera el consumo de batidos medicinales arroja un promedio de 5 batidos semanales por persona.

- **Estacionalidad en las Ventas**

Durante los últimos años se viene observando un consumo significativo de bebidas para tomarlos fuera del hogar, esto debido al calor que se está presentando en nuestra ciudad. Es por esto que se ve un incremento en las ventas de nuestras bebidas.

### **3. Cliente**

#### **3.2 Segmentación del Mercado**

¡Sin clientes no hay empresas!, por lo que crear esas estrategias geniales y efectivas para atraerlos, mantenerlos y fidelizarlos, se convierte en la prioridad de todos los días (Portafolio, 2015).

A partir de las encuestas aplicadas, se puede realizar una segmentación de la población tendiendo los siguientes parámetros: toda la población de la ciudad de Ibagué, que consuma bebidas de frutas naturales.

El desarrollo de las encuestas tuvo como objetivo identificar aspectos como el consumo de productos a base de frutas, frecuencia de consumo, identificación de productos de frutas sin conservantes y marcas reconocidas y compradas por nuestros clientes potenciales.

### **3.3 Perfil del cliente**

No son personas que quieran adelgazar, sino personas cuya meta es mantenerse con buena salud y quieren una bebida que les permita llegar a ese objetivo.

El producto será dirigido a consumidores sin distinción de sexo, religión, educación y raza; el objetivo principal es lograr que las personas de la ciudad Ibagué y el departamento en general logren reemplazar los batidos cotidianos por una bebida natural que aporte beneficios a su salud, impulsando así al mercado un producto Innovador y de calidad.

### **3.4 El precio**

El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.

Para que se produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por ello, el precio es un indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios. Existe una teoría económica que sirve para representar ese equilibrio entre compradores y vendedores. Es la llamada ley de la oferta y la demanda.

Este proyecto y producto se determinó el precio de batidos a \$ 4.000 y pulpas a \$ 3.000.

Basados en los costos que se generan y con relación a la oferta y demanda, también teniendo en cuenta una competencia limpia, sin afectar el mercado de los batidos en la ciudad de Ibagué.

### 3.5 La distribución

Transporte y abastecimiento a los puntos de venta.	Inicialmente se contará con transporte privado para el abastecimiento del punto de venta y bodega de fabricación.
Almacenamiento, embalaje y manejo de materiales	El proceso se llevará a cabo en el local punto de venta donde se dividirá en la zona de almacenamiento otra de proceso y la zona comercial. Esto para evitar costos en arrendamientos y servicios públicos

Tabla 10 la distribución

### 3.6 Planeación de las ventas

<b>Descuento:</b>	<b>Experiencia de Cliente:</b>	<b>Ubicación:</b>	<b>Accesibilidad:</b>
La empresa pensará en la fidelización de los clientes más constantes, para estos se generará un cupón tipo redimible cuando lo desee por	El compromiso con el cliente se verá reflejado en la experiencia que tendrán desde el momento de ingresar al punto de venta, donde se sentirá en casa y con todas las atenciones necesarias, como vitrinas	El primer punto de venta se ubicará en la zona céntrica de la ciudad de Ibagué, donde se encuentra la mayoría de	El local se dividirá en tres zonas, bodega, producción y local comercial, también se contará con parqueadero para clientes y con beneficios en

<p>cumplir con un tope de batidos o pulpas consumidas durante el mes.</p>	<p>panorámicas donde podrá observar la calidad de las frutas y un sistema donde podrá combinar sus frutas como quiera y como mejor se adapte a las necesidades.</p>	<p>comercio.</p>	<p>parqueaderos cercanos.</p>
<p><b>Atención al cliente:</b></p> <p>El principal pilar será la atención al cliente, donde este se encuentre acogido y con las condiciones y el trato que se merece, para esto se capacitara el personal tanto que tiene contacto directo como indirecto, se contara con buzón</p>	<p><b>Factores higiénicos</b></p> <p>Las instalaciones contarán con un programa de limpieza y tratamiento de alimentos, por lo que sus empleados contarán con certificación de manipulación de alimentos y trato de residuos.</p>	<p><b>Servicio post venta:</b></p> <p>Se realizará seguimiento al cliente por medio de redes sociales, y una membresía que hará que el cliente se sienta socio de nuestra empresa y pueda dar a conocer nuestro</p>	<p><b>Facilidades de pago:</b></p> <p>Inicialmente se validará pagos en efectivo y con tarjetas, teniendo en cuenta que el cliente cada vez quiere menos efectivo en su bolsillo. También para clientes preferenciales se podrán crear a futuro pagos</p>

de sugerencias para aprender del cliente y conocer más sus necesidades.		nombre y nuestro servicio	mensuales teniendo en cuenta sus capacidades de pago.
---	--	---------------------------	---

*Tabla 11 planeación de ventas*

### **3.7 Estrategias de mercadeo**

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.



- Estrategias Eje Crecimiento

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividad
Corto	Dar a conocer el producto por medio de las páginas web.	Crear una página web y redes sociales con el nombre de la empresa y la información del producto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar ofertas del producto en horas específicas donde el cliente pueda realizar la compra a un precio bajo.</li> <li>➤ Invitar a los clientes por medio de la página web a visitar el sitio obteniendo un producto con el 50% de descuento.</li> </ul>
Mediano	Abarcar mercado ampliando la zona de influencia del producto.	Implementar vendedores externos que permitan llegar a otro tipo de clientes en los canales TAT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A través del área de mercado elaborar un plan de acción por zonas en la ciudad y entregar a los vendedores su ruta específica.</li> </ul>

Largo	Contar con nuevas sucursales.	Realizar un estudio de mercado en puntos específicos para la estabilidad y rentabilidad de los nuevos puntos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar campañas en un sitio determinado obsequiando muestras para dar a conocer la calidad del producto y evidenciar la fluidez de personas para generar ventas.</li> </ul>
-------	-------------------------------	---	--

- Estrategias Eje eficiencia**

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividad
Corto	Identificar carencias que presenten los empleados y los elementos que se utilizan para desarrollar su labor	Agrupar tareas y definir roles según capacidad de trabajo de cada empleado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se analizará cada empleado según su capacidad de desenvolvimiento teniendo en cuenta su liderazgo, honestidad, trabajo en equipo para tener en cada puesto personal</li> </ul>

Tabla 12 crecimiento

			acto para alcanzar los objetivos
Mediano	Capacitar al personal y mejorar los procesos	Implementar herramientas de gestión que permita agilizar el tiempo y obtener un producto final de calidad. Crear incentivos para reconocer la labor eficiente de los empleados y supervisores. Un ambiente sano de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constante capacitación para mejorar los procesos</li> <li>• Delegar funciones específicas para el desarrollo de cada actividad y su cumplimiento adecuado.</li> <li>• Fijar los objetivos y sus incentivos para mejorar el estado de ánimo de los empleados</li> <li>• Documentar los procesos para posteriormente tomar los correctivos necesarios.</li> </ul>

Largo	Mejorar la tecnología de la empresa, condiciones laborales	Tener un área de trabajo con maquinaria actualizada mejora la calidad y aumenta a producción disminuyendo tiempo. Crecimiento laboral de cada empleado.	Tener el personal capacitado para cumplir y poder suplir las diferentes áreas en caso de inconvenientes. Clientes satisfechos por el resultado de sus productos y beneficios del resultado.
-------	--	--	--

- **Estrategias Eje innovación**

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividad
Corto	Suplir las necesidades de alimentación sana de los clientes con batidos con nutrientes que benefician la salud	Concientización de consumo de bebidas saludables por medio de cartillas plantillas y volantes sobre los beneficios que ofrecemos en el local donde los clientes encontraran un buen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de venta de batidos que tienen combinaciones de fruta y verduras con plantas medicinales que ayuden a controlar y mejorar la salud, teniendo en</li> </ul>

		<p>producto a buen precio y con características que cuiden el medio ambiente.</p> <p>Ideas implementadas por clientes para nuevas combinaciones y pulpas para llevar y consumir en casa.</p>	<p>cuenta los beneficios curativos de los ingredientes.</p>
Mediano	<p>Generar nuevos mercados y nuevas formas de obtener ingresos</p>	<p>Llegar a las escuelas y colegios y cambiar las bebidas gaseosas y artificiales por batidos nutritivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer alianzas con jardines y escuelas, llegar a los padres y brindarles beneficios para la lonchera de sus hijos y crear hábitos saludables en la alimentación que reduzcan la obesidad.</li> </ul>

Largo	Tener Sistematizado todos los procesos y maquinaria de producción y almacenamiento.	Poder implementar un software que ayude a elegir cada combinación de batidos y sus beneficios que esté disponible en el local y en app	Los dispositivos digitales son un medio de ventas efectivo y por medio de APP se podrá elegir y hacer el pedido a tiempo. Llevar un proceso sistematizado tanto en la producción como en la venta y proveedores y clientes donde se pueda tener claras las variables que se deben seguir en cada decisión que se tome para lograr metas.
-------	---	---	---

- **Estrategias de Posicionamiento Durante el Ciclo de Vida**

Etapa de introducción	Apertura de punto de venta con todos los servicios instalados, ubicado en el centro de la ciudad de Ibagué Tolima diseñado para todas las edades, dando a conocer los beneficios y propiedades que tendrá el cliente al adquirir el producto generando confianza por la calidad del producto y el servicio prestado.
-----------------------	--

Tabla 14 eje de innovación

Etapa de crecimiento	Realizar un estudio en la ciudad de Ibagué Tolima de las empresas que cuenten con la misma actividad comercial y conocer las diferencias para especializar el producto. Donde se diseñe una nueva imagen de presentación que sea llamativa visualmente.
Etapa de madurez	Fidelizar a los clientes ofreciendo un buen producto y servicio al cliente, donde se pueda ofrecer descuentos en las próximas 5 compras de un 15% al realizar pedidos consecutivos durante la semana.
Etapa de decadencia	Ampliar la cobertura a nivel nacional identificando las ciudades que van a tener mejor recepción del producto y elaborar un estudio de mercado. Implementando un punto de venta para obsequiar muestras gratis y captar nuevos clientes.

*Tabla 15 posicionamiento*

#### **4. Mercado de insumos**

El mercado de insumos es (Garoso modo) en donde se reúnen (Puede ser un lugar físico o no necesariamente físico) los oferentes de estos insumos, es decir los dueños de estos materiales, con los propietarios de fábricas que necesitan de estos insumos para poder elaborar sus productos para luego ofrecerlos en el mercado de consumo.

(Recuperado de wikiteka.com)

#### 4.1 Aspectos a tener en cuenta

Calidad del producto	Las frutas deben ser seleccionadas entre las mejores y más frescas. Deben contar con un mínimo de tiempo de recogida de la planta al ser llevada al punto de venta.
Perfil general del proveedor	<p>El proveedor de la empresa debe tener una gran experiencia en su mercado y contar con elementos claves con una alta calificación, como lo son:</p> <p>Precio</p> <p>Disponibilidad</p> <p>Calidad</p>
Referencias y clientes	Los clientes se captarán en su mayor parte por referencias familiares y amigos, que incluirán pruebas y grados de satisfacción del producto. También los clientes se repartirán en el sector empresarial y comercial de la ciudad ya que nuestra ubicación lo permite.
Tecnología, infraestructura y logística	No se requiere de una infraestructura amplia, la logística será coordinada por el proveedor directamente y la tecnología requerida serán



	<p>las aplicaciones donde el cliente interactúa con su pedido y con el proceso de empaquetado.</p>
Filosofía y forma de trabajo	<p>Ser una empresa que luche por su buen servicio y calidad, donde el pilar sea atender al cliente y hacerlo sentir en casa, que disfrute los minutos que este en el local. El personal que labore contara con excelentes condiciones que le permitan suplir sus necesidades y así mismo trabajar con motivación.</p>
Postventa	<p>El cliente saldrá con el pensamiento del “quiero volver” contara su experiencia, se crearán membresías para clientes donde se le podrá realizar descuentos y entregas especiales si son requeridas.</p>
Precio y cuestiones financieras	<p>El precio se validará en relación al costo, y a la competencia determinado por la demanda y la oferta, sin entrar a ser desleales. Los manejos financieros se manejarán por los socios y se podrán hacer ajustes a tiempo y conocer de la mano todos los movimientos de caja.</p>

## 4.2 Selección de proveedores

Proveedor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Fernando carrillo	Ibagué plaza de mercado la 21	4 am -2 pm	3187496513	n/a	Venta de productos de la canasta familiar
John Buitrago	Vereda fierro (Anzoátegui)		3115171271	n/a	Café, plátano.
Claudia Bernal	Plaza de mercado la 14	4 am a 3 pm	3107755517	n/a	domicilios

Tabla 16 proveedores

## 4.3 Proyección de los precios del producto e insumos

- **Proyección de los precios del producto**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Batido sencillo</b>	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$6.000	\$6.500
<b>Pulpa de fruta</b>	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 5.500

- **Proyección de los precios de insumos**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Fruta</b>	\$ 2.000	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 3.500	\$ 4.000
<b>Vegetal</b>	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 2.000	\$ 2.500	\$ 3.000
<b>Hielo</b>	\$ 300	\$ 350	\$ 400	\$ 450	\$ 500
<b>Azúcar</b>	\$ 1.300	\$ 1.400	\$ 1.500	\$ 1.600	\$ 1.700

- **Proyección de las ventas**

Unidades Vendidas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos	10.000	15.000	19.000	21.000	22.000
Pulpas	14.000	<b>18.000</b>	<b>21.000</b>	<b>23.000</b>	<b>25.000</b>

## 5. Estudio Técnico

### 5.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Recuperado de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>).

Este proyecto y su tamaño fue determinado de acuerdo con factores como dimensiones del mercado, capacidad de financiamiento, tecnología utilizada, disponibilidad de insumos, la distribución geográfica del mercado, entre otras que sirvieron para poder optar por el tamaño adecuado y que fuera en relación a los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

### 5.2 Capacidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Capacidad diseñada</b>	12.000	14.000	15.000	16.000	17.000
<b>Capacidad Instalada</b>	10.000	11.000	12.000	15.000	17.000
<b>Capacidad Real</b>	10.000	13.000	15.000	16.000	17.000
<b>Utilización (%)</b>	80%	90 %	97%	100%	100%

Tabla 17 capacidad de producción

### 5.3. Localización del producto

Durante el desarrollo del proyecto se plantea la ciudad de Ibagué como localización del producto y en especial el sector céntrico de esta. Teniendo como factores el alto flujo de personas, de establecimientos comerciales, empresas, sector bancario entre muchas otras. Lo que permite validar variables y determinar el sector como apropiado y apto para la implementación del producto teniendo en cuenta sus características y su entorno.

### 5.4 Macro localización

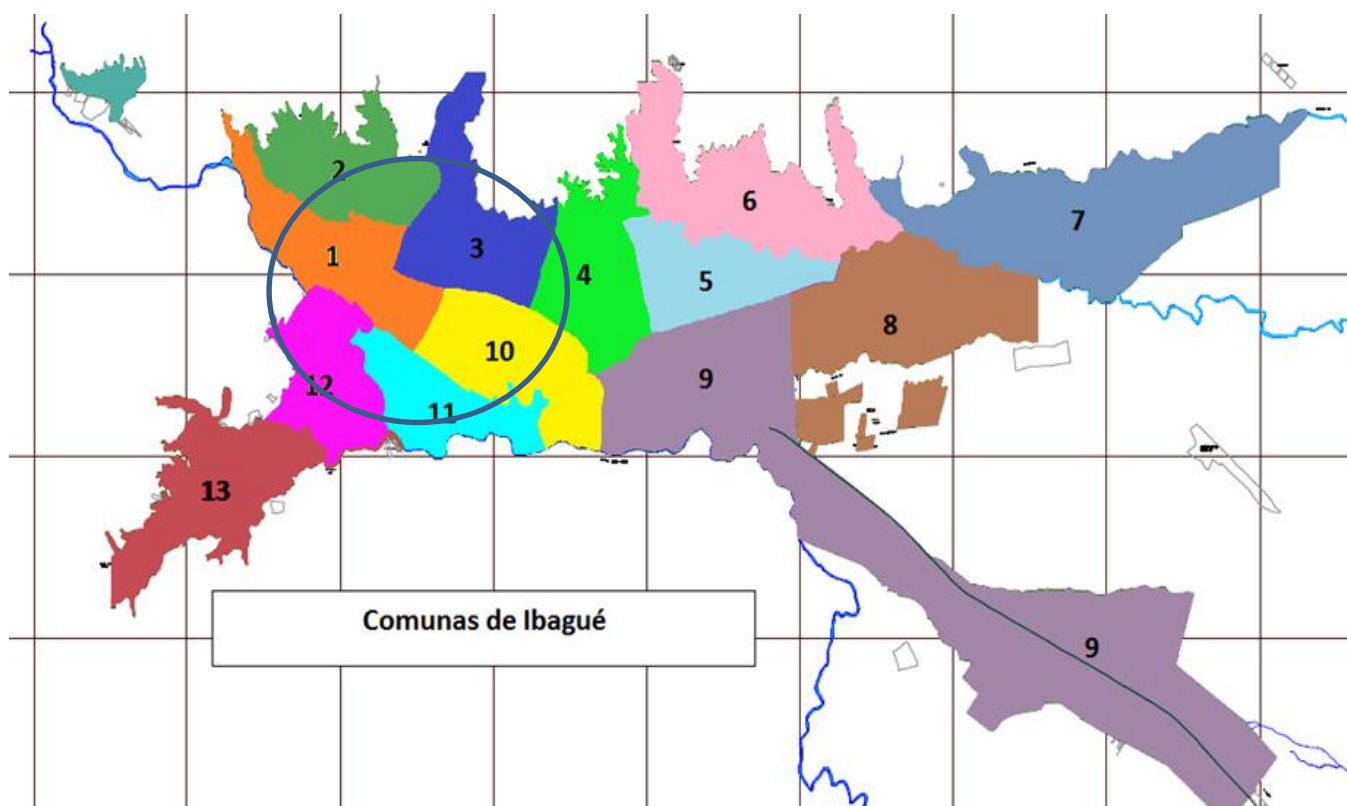


Ilustración 1 mapa de Ibagué y sus comunas tomado de <https://monumentosdeibague.es.tl/IBAGUE--MAPAS-DE-COMUNAS.htm>

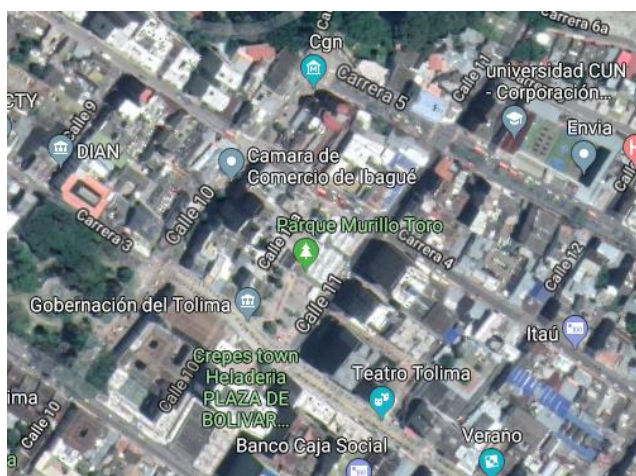
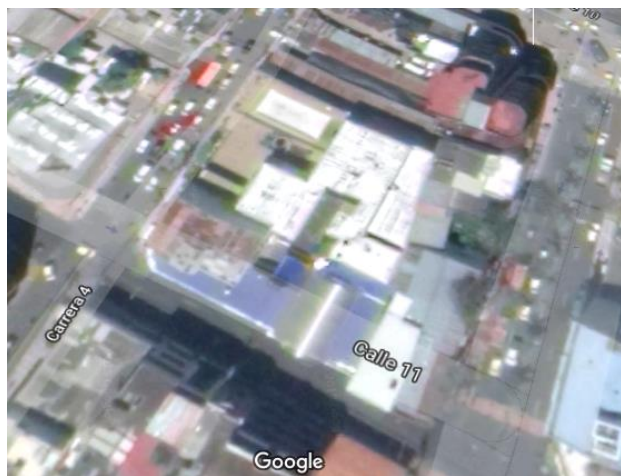
### 5.5 Preselección de los puntos de localización

Zona	Comuna	Estrato	Dirección
Centro	1	4	Calle 11 con 4
Centros comerciales	4	3	Calle 60 con 8
industrial	9	3	Calle 80 con av mirolindo

### 5.6 Métodos de evaluación

Factor	Peso	Calificación zona A	Ponderación zona A	Calificación zona B	Ponderación zona B	Calificación zona C	Ponderación zona C
Materia prima disponible	0.3	6	1.8	3	0,9	3	0.9
Cercanía del mercado	0.2	9	1,8	2	0.4	4	0.8
Costo de insumos	0.2	5	1	9	1.8	6	1.2
Clima	0.1	5	0.5	7	0.7	9	0.9
Mano de obra disponible	0.2	8	1.6	8	1.6	4	0.8
<b>Totales</b>	1.0		6.7		5.4		4.6

## 5.7 Micro localización



Dirección calle 11 # 4-49 barrio centro

## 6. Ingeniería del proyecto

### 6.1 El proceso del producto

<b>Selección del proceso productivo</b>	<p>Dentro de las especificaciones de la producción se utilizará un proceso intermitente que permitirá tener batidos con lotes pequeños y tener una alta variedad y con un menor costo, con alternativas para poder organizar mano de obra según las necesidades existentes.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Compra de materia prima</li><li>• Recepción de materia prima en bodega</li><li>• Lavado y separación de fruta</li><li>• Despulpas la fruta</li><li>• Porcionar la fruta</li><li>• Empaquetado de fruta</li><li>• Refrigeración</li><li>• Preparación.</li></ul>
---	---

## 6.2 Selección de tecnología

Tecnología	Características	Proveedor	Precio
<b>Computador</b>	Procesador de séptima generación y capacidad de almacenamiento más de 1 terabits	Todo tintas y suministros	\$ 2.500.000
<b>DATAFONOS</b> <b>Ingenico IWL 250</b>	GPRS Dispositivo inalámbrico que se conecta a la red de credibanco por intermedio de internet móvil. Acepta todas las opciones de pago Mínimo de tx para no cobrar SAR 130	credibanco	\$ 80. 000
<b>Software contable y de inventarios</b>	Software con características especiales para llevar inventarios, facturar y poder realizar selección de los productos por parte del cliente	Software Tolima	2.000.000
		Total	4.580.000



### 6.3 Selección de maquinaria y equipo

Maquinaria y/o equipo	Características	Proveedor	Precio
Licuadora OSTER XPERT	Motor con tecnología reversible Potencia 2 caballos de fuerza Sistema de acople metálico Vaso de vidrio 2 funciones para granizado y procesador de alimentos Cuchilla Vaso con capacidad 2 litros 3 velocidades ,2pulsos y 2 programas 110 voltios 60 Hz	OSTER	\$ 530.000
Licuadora Oster BRLY07 600w	Base tres velocidades 1.5 litros, vaso de vidrio Motor de 600 w	OSTER	\$ 220.000
Licuadora Oster BLSTMGRDOO13	Vaso de vidrio 450 w Capacidad 1.5 litros	Oster	\$ 104.000
<b>Congelador horizontal Indufrial ICH-22R</b>	Marco en aluminio exterior y plástico en el interior 6 tapas de acero inoxidable removibles 2 canastillas Gabinete interior en lámina galvanizada Marco calefaccionado 1,2 H.P	Indufrial	\$ 4 .200.000

	Congela con -18° C Capacidad 626 litros		
<b>Nevera INPV 46B DE 1303 L</b>	Nevera vertical de 46 pies Capacidad 1303 litros Dos puertas con panel de vidrio antiespumante Gabinete interior y exterior en lamina galvanizad unidad condensadora 1,3 H.P Temperatura de refrigeración entre 1° C Y 5° C.	Indufrial	\$ 6.000.000
<b>Empacadora al vacío JORES VAC 600FD</b>	Tamaño 710mm, ancho 550mm, altura 178mm Dos barras de sellado de 572. De largo. Ancho 10mm Potencia de sellado 100w Max Electricidad 220 V/ 60 Hz Dos bombas de vacío Máxima presión de vaco 100pa Peso del equipo 233kl	Tecnoembalages S.A.S	\$ 7.200.000
		Total, maquinaria	\$ 18.254.000
<b>Mesas</b>	5 mesas madera cuatro puestos	Home center	\$ 400.000
<b>Sillas</b>	20 sillas madera	Home center	\$ 800.000

<b>Implementos de cocina</b>	Kit de cocina	Home center	\$ 1.000.000
		Total, equipo	\$ 2.200.000

#### 6.4 Selección de materia prima

<b>Nombre</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad necesaria</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Precio</b>
<b>Fresa</b>	Libra	1	Fernando carrillo	2000
<b>Uva</b>	Libra	1	Fernando carrillo	2000
<b>Mora</b>	Libra	1	Jhon Buitrago	1500
<b>Mango</b>	Libra	1	Fernando carrillo	2000
<b>Lulo</b>	Libra	1	Jhon Buitrago	1700
<b>Maracuyá</b>	Libra	1	Jhon Buitrago	2000
<b>Guanábana</b>	Libra	1	Fernando carrillo	2000
<b>Gulupa</b>	Libra	1	Fernando carrillo	2000
<b>Menta</b>	Libra	1	Fernando carrillo	3000
<b>Yerbabuena</b>	Libra	1	Fernando Carrillo	3000
<b>Sábila</b>	Libra	1	Fernando carrillo	2000
<b>Hielo</b>	Libra	3	El frio	4000
<b>Azúcar</b>	Libra	2	Jhon Buitrago	3000
				24700

#### 6.5 Selección de personal de producción

Durante El proceso se llevarán a cabo varias actividades para poder seleccionar el personal idóneo que pueda cumplir con los objetivos y las metas de la compañía. Para esto se contratará

bolsa de empleo para que realice el proceso de convocatoria, evaluación y selección de candidatos. Ya con los preseleccionados los socios de la empresa tomarán la decisión final sobre los que serán contratados.

- Se convocará por medio de redes, páginas de internet, periódico y SENA ya que cuenta con personal capacitado y se aporta a los estudiantes recién egresados.
- Evaluación: estudio de hoja de vida, entrevista, prueba de conocimiento o capacidad, prueba psicológica, prueba técnica, exámenes médicos y análisis y decisión final.
- Selección: Revisar y corroborar que los datos, las referencias personales, las referencias laborales y familiares sean veraces y reales. Verificar que el perfil de la persona cumpla con el perfil del puesto requerido. Analizar los exámenes médicos y ocupacionales donde se observará con prudencia las restricciones para laborar en caso de que haya lugar. De acuerdo a lo anterior se tomará la decisión de descartar el personal no idóneo para el puesto y se elegirá el correcto y se informará.

<b>PERSONAL OPERATIVO</b>	<b>FUNCIONES</b>	<b>No.</b>	<b>SALARIO MAS PRESTACIONES DE LEY</b>	<b>TOTAL, AÑO</b>
Operario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resección de producto</li> <li>• Lavado y separación</li> <li>• Despulpaje</li> <li>• Embalaje</li> </ul>	1	\$1.497.848	\$17.974.176

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventarios</li> </ul>			
Atención al cliente y manipulador de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de batidos</li> <li>• Ventas</li> <li>• Recepción de clientes</li> <li>• Manipulación de software</li> <li>• Facturación</li> <li>• Inventario diario gasto de materia prima</li> <li>• Limpieza del local comercial</li> <li>• Apertura y cierre de local</li> </ul>	1	\$1.497.848	\$17.974.176
<b>TOTAL</b>				<b>\$35.948.352</b>

### 6.6 descripción del proceso de producción

El proceso de producción permite tener una visión más clara del paso a paso que tiene la transformación del producto desde que llega a bodega hasta que es consumida por el cliente, por eso en frutipulpas se desarrolla un proceso que permite a los empleados tener conocimiento sobre este y que puedan implementarlos todos y en cualquier momento.

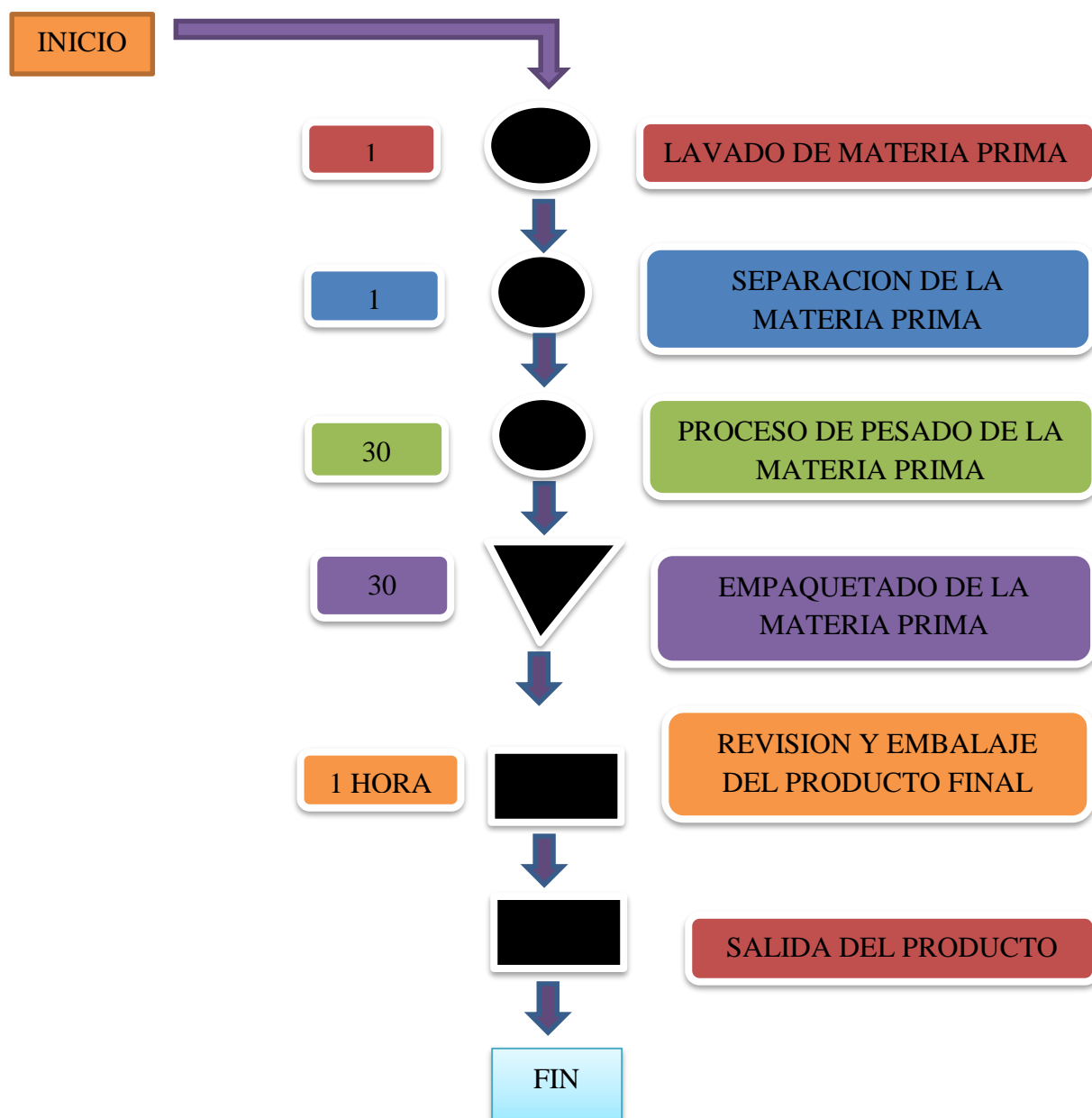
El proceso de producción inicia con la compra de la materia prima (frutas y verduras); las cuales tienen un proceso de lavado antes de ser empacadas al vacío.

## **lavado y separación de la materia prima**

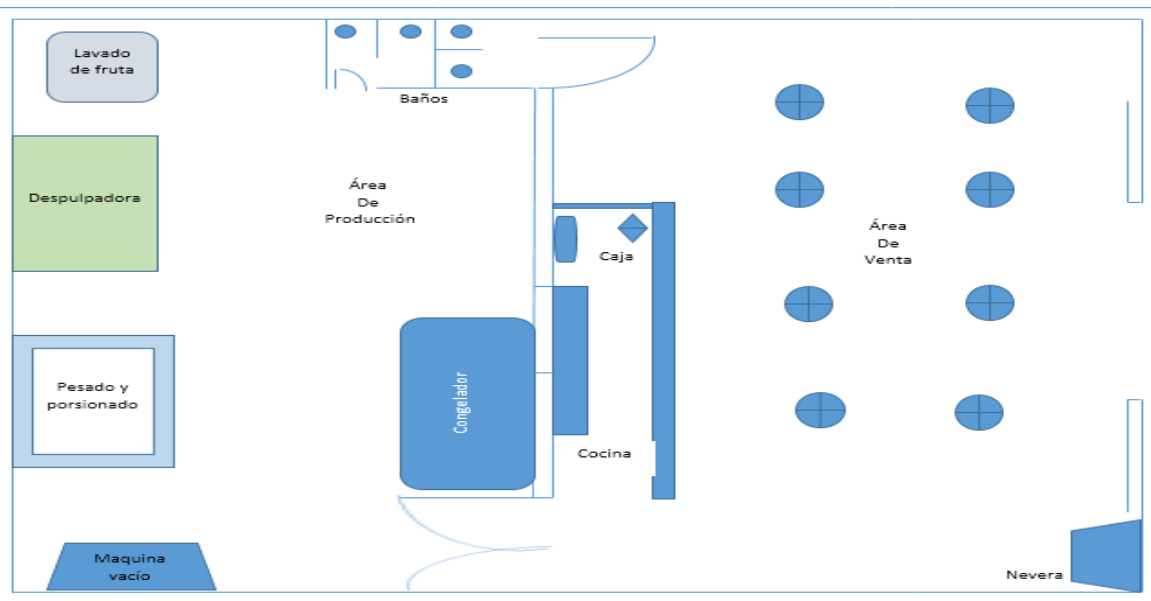
- las frutas que ingresan a bodega requieren un proceso de lavado y separación de su pulpa de cascaras. El operario realiza este proceso en todas las frutas que lo requieran y se requiere un lavado adecuado que permita calidad en nuestro producto final. cada paquete de pulpas tiene unas frutas diferentes así que se deben separar para realizar el tratamiento adecuado.
- Los frutos rojos se separan para ponerlos a hervir en unas ollas y así, conservar más el producto.
- La piña, la naranja y la sábila se lavan y se pelan para tenerlas listas y empacarlas con los demás ingredientes.
- Las verduras y legumbres se lavan y se desinfectan para poderlas empacar.
- **Área de proceso de porcionado**
  - Se separa y se pesa la materia, cada paquete de pulpa debe pesar 125 gr y de incluir todos los ingredientes necesarios para ser comercializados o a petición del cliente, como cantidad de azúcar, hielo, leche entre otros.
- **Empaque y etiquetado**
  - Cada pulpa se tiene lista para empezar a realizar el empaquetado al vacío, y seguido de esto el etiquetado en cada adhesivo van los componentes y el peso neto del producto final; listo para ser comercializado.
- **Embalaje y distribución**

- Se revisan y se empacan las pulpas en las cantidades sugeridas para realizar la distribución y llevarlas a los puntos de venta.
- Las frutas deben estar seleccionadas y precocidas en el caso de algunas, listas para ser procesadas en caso de que el batido sea consumido en el local.

### 6.8 Diagrama de proceso



## Distribución en planta



### 6.9 Obras físicas de la planta

La planta de producción se ubicará en una bodega que será adquirida por arrendamiento, el cual tiene un costo mensual de \$2.000.000 y de acuerdo con la necesidad de la fabricación del producto es necesario realizar las siguientes adecuaciones:

OBRAS FISICAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Adecuación oficina	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Adecuación de baños	2	\$ 200.000	\$200.000



<b>Adecuación del área de producción</b>	1	\$1.500.000	\$1.500.000
		Total	2.200.000

### 6.10 Control de calidad

<b>Acción</b>	<b>Encargado</b>	<b>Periodo</b>	<b>Lugar</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>INSPECCION</b>	Operario	Diario	Área de producción	Incluye en el sueldo base.
<b>ADMINISTRAR</b>	Inversionista	Semanal	Área administrativa y productiva	\$ 100.000 mensual
			Total	\$ 100.000

## 7. Seguridad industrial

### REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

1. Identificación:

Razón social: "FRUTIPULPAS" S.A.S.

NIT:

Dirección: calle 11 # 4-49 Barrio Centro

Teléfono:

Representante legal:

## **1.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA**

Empresa dedicada a la fabricación de productos de consumo, comercialización y distribución de pulpas naturales a base frutas, verduras y plantas medicinales.

**ARTÍCULO PRIMERO.** “FRUTIPULPAS” S.A.S. se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes tendientes a garantizar los mecanismos que aseguren una adecuada y oportuna prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales de conformidad con los artículos 34, 57, 58, 108, 205, 206, 217, 220, 221, 282, 283, 348, 349, 350 y 351 del Código Sustantivo del Trabajo, la Ley 9a. de 1979, Resolución 2400 de 1979, Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Resolución 1016 de 1989, Resolución 6398 de 1991, Decreto 1295 de 1994 Decreto 1772 de 1994, Decreto 1607 de 2002, decreto 1072 de 2015 y demás normas que con tal fin se establezcan.

**ARTÍCULO SEGUNDO.** “FRUTIPULPAS” S.A.S. Se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del vigía de seguridad y salud en el trabajo de conformidad con lo establecido en el Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 1401 de 2007.

**ARTÍCULO TERCERO:** “FRUTIPULPAS” S.A.S. Se compromete a destinar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes, de Conformidad con el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, elaborado con el Decreto 1072 de 2015 – Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo, en el Libro 2, Parte 2, Título 4, Capítulo 6, que establece que el Programa de Salud Ocupacional; en lo sucesivo se entenderá como el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST. Este Sistema consiste en el desarrollo de un proceso

lógico y por etapas, basado en la mejora continua y que incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y salud en el trabajo.

El SG-SST debe ser liderado e implementado por el empleador o contratante, con la participación de los trabajadores y/o contratistas, garantizando a través de dicho sistema, la aplicación de las medidas de Seguridad y Salud en el Trabajo, el mejoramiento del comportamiento de los trabajadores, las condiciones y el medio ambiente laboral, y el control eficaz de los peligros y riesgos en el lugar de trabajo. Para el efecto, el empleador o contratante debe abordar la prevención de los accidentes y las enfermedades laborales y también la protección y promoción de la salud de los trabajadores y/o contratistas, a través de la implementación, mantenimiento y mejora continua de un sistema de gestión cuyos principios estén basados en el ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar).

Este Sistema contempla como mínimo, los siguientes aspectos:

Capítulo I Objeto, campo de aplicación y definiciones.

Capítulo II Política en seguridad y salud en el Trabajo

Capítulo III Organización del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo

Capítulo IV Planificación

Capítulo V Aplicación

Capítulo VI Auditoría y revisión de la Alta dirección y

Capítulo VII Mejoramiento

**ARTÍCULO CUARTO:** los riesgos existentes en la empresa están constituidos principalmente por:

### CLASIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE RIESGO.

<p><b>RIESGOS FÍSICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iluminación</li> <li>• Temperaturas extremas (frías)</li> </ul>	<p><b>RIESGOS PSICOSOCIALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones interpersonales con equipo de trabajo, clientes y proveedores</li> <li>• Sobrecarga de trabajo</li> <li>• Jornadas largas de trabajo</li> </ul>
<p><b>RIESGOS NATURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terremoto</li> <li>• Sismo</li> </ul> <hr/> <p><b>RIESGOS QUÍMICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Polvos</li> <li>-Vapores</li> <li>-Gases</li> <li>- Líquidos</li> </ul>	<p><b>CONDICIONES DE SEGURIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficies de trabajo irregulares, medios de almacenamiento inadecuados.</li> <li>• Maquinaria y herramientas en mal estado.</li> <li>• Incendio</li> <li>• Accidentes de tránsito</li> <li>• Robos</li> <li>• -Trabajo en alturas</li> </ul>

RIESGOS ERGONÓMICOS	RIESGO BIOLÓGICO
-Posturas Mantenidas o forzadas	-Virus
-Movimientos Repetitivos	- Hongos
-Esfuerzos	- Bacterias
-Manipulación manual de cargas	-Picaduras
	-Mordeduras

**PARAGRAFO:** A efecto de que los riesgos contemplados en el presente artículo no se traduzcan en accidentes de trabajo, o enfermedad laboral, la empresa ejerce su control en la fuente, en el medio transmisor o en el trabajador, de conformidad con lo estipulado en el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo de “FRUTIPULPAS” S.A.S. El cual se dará a conocer a todos los trabajadores de servicio de ella.

**ARTÍCULO QUINTO:** “FRUTIPULPAS” S.A.S. y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como de las normas técnicas e internas que se adopten para lograr la implementación de actividades de medicina preventiva y del trabajo, higiene y seguridad industrial, que sean concordantes con el presente reglamento y con el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.

**ARTÍCULO SEXTO:** “FRUTIPULPAS” S.A.S. Ha implementado un proceso de inducción y reinducción al trabajador de acuerdo con las actividades que se debe desempeñar, capacitándolo respecto a las medidas de prevención y seguridad que exija el ambiente laboral y el puesto de trabajo específico que se vaya a realizar.

**ARTICULO SEPTIMO:** Este reglamento permanecerá exhibido en un lugar visible en el lugar de trabajo, su contenido se da a conocer a todos los trabajadores en el momento de su ingreso.

**ARTÍCULO OCTAVO:** El presente reglamento entra en vigencia a partir de la aprobación impartida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, durante el tiempo que la empresa conserve, sin cambios sustanciales, las condiciones existentes en el momento de su aprobación, tales como actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas o cuando se dicten disposiciones gubernamentales que modifiquen las normas del reglamento o que limiten su vigencia.

OSCAR EDUARDO MARTINEZ SUAREZ

Representante Legal

## **8. Estudio Organizacional**

Con el siguiente estudio organizacional se busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades, definiendo la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento.

### **8.1 Filosofía Organizacional**

#### **8.1.1 Misión**

Brindar experiencias diferentes con los mejores batidos y pulpas de frutas saludables, que permitan no solo refrescar si no cuidar y prevenir la salud de nuestros clientes.

### **8.1.2 Visión**

En el 2023 pulpifruta será una empresa ibaguereña reconocida por sus productos batidos y pulpas de frutas que aportan a la salud de los ibaguereños, cambiando hábitos y llegando a toda la población. Contará con más de 4 puntos de venta ubicados estratégicamente en la ciudad de Ibagué.

### **8.1.3 Valores corporativos**

- Trabajo en equipo: trabajamos en colaboración, formando equipos que trabajan con un solo objetivo, donde se aprende y se brindan soluciones rápidas y eficientes.
- Flexibilidad y adaptación al cambio: el personal de la empresa está en capacidad de realizar tareas que se asignen y desenvolverse eficiente y eficazmente.
- Compromiso con la nutrición: buscamos no solo refrescar si no ayudar a las personas con problemas de salud y contribuir a una mejor alimentación.
- Responsabilidad social empresarial: contamos con responsabilidad social, donde contribuimos con nuestros impuestos a una mejor ciudad, al desarrollo y la capacidad de generar empleo.
- Responsabilidad ambiental: evitamos el uso de implementos que contaminen el medio ambiente.
- Creatividad e innovación: siempre pensamos en innovar con nuevas formas de presentación de producto y de interacción con el cliente.

### 8.3 Estructura legal

#### 8.3.1 Esquema de la organización empresarial a utilizar

Se utilizará un esquema línea donde es más simple de implementar, porque la SAS cuenta con el personal necesario para desarrollar las funciones y donde la autoridad la imparte de forma directa y con responsabilidad única el encargado de los socios.

Tipo de sociedad y por qué La empresa utilizara una sociedad por acciones simplificada (SAS) la cual es una sociedad innovadora con menor costo y tiene la facilidad de ser flexible es unipersonal, su termino de duración es indeterminado, las obligaciones fiscales y laborales tiene una responsabilidad limitada como también existe libertad en la organización, la junta directiva no es obligatoria y se eliminan los limites sobre la distribución de las utilidades.

#### 8.3.2 Constitución y legalización de la organización

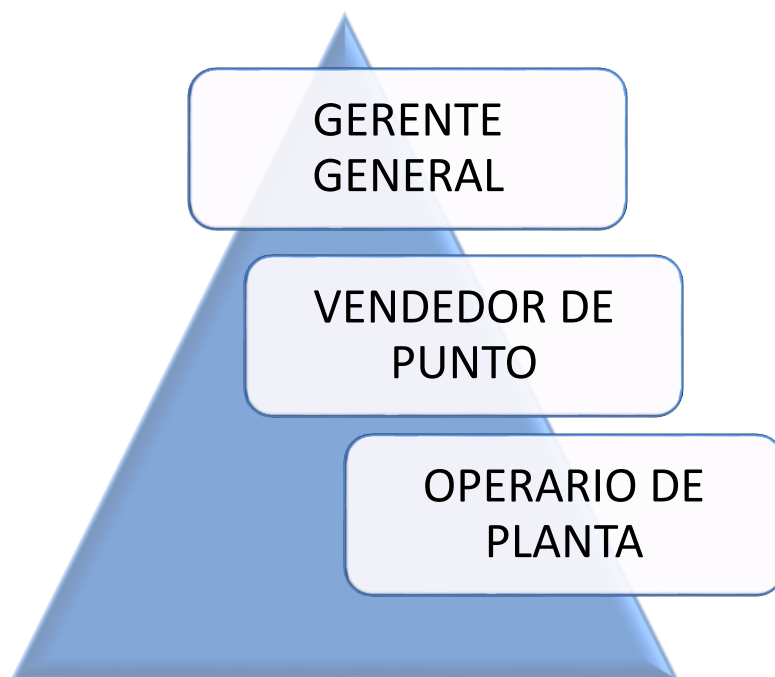
Razón Social	<b>“FRUTIPULPAS” S.A.S.</b>		
RUT			
Forma Jurídica	Sociedad por Acciones simplificadas (SAS)		
Domicilio social	Calle 11 # 4-49 Barrio Centro		
% Desembolsado			
Ampliación prevista			
Fecha de ampliación			
Participación capital extranjero	No, si porcentaje, nacionalidad		
Relación de socios	Aporte de socios y porcentaje		
	DERLY YANID LOPEZ CAMPOS	50%	\$ 23.078.815
	OSCAR EDUARDO MARTINEZ SUAREZ	50%	\$ 23.078.815
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 46.157.629</b>



Objeto social	“FRUTIPULPAS” S.A.S. Tiene como objetivo la venta de batidos de frutas y vegetales saludables a la población de Ibagué cumpliendo con las normas establecidas para la venta de alimentos y garantizando la mejor calidad de nuestro producto.
Órganos de administración y gestión	<p><b>Asamblea de accionistas y el representante legal</b>  Funciones que están establecidas en el código de comercio articulo 420</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales.</li> <li>2. Fijar el monto del dividendo, así como la forma y plazos en que se pagará.</li> <li>3. Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, funcionarios directivos o el revisor fiscal.</li> <li>4. Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda.</li> <li>5. Disponer que determinada emisión de acciones ordinarias sea colocada sin sujeción al derecho de preferencia, para lo cual se requerirá el voto favorable de no menos del setenta por ciento de las acciones presentes en la reunión.</li> <li>6. Adoptar las medidas que exigiere el interés de la sociedad.</li> <li>7. Las demás que le señalen la ley o los estatutos, y las que no correspondan a otro órgano.</li> </ol> <p><b>Representante legal</b>  Accionista designado por la junta de socios  Junta directiva Según el artículo 25 de la ley SAS, la creación de este órgano no es obligatorio.  <b>Revisor fiscal</b> es obligatorio cuando (según el decreto reglamentario 2020 /2009), cuando sus activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior excedan los cinco mil salarios mínimos mensuales, o cuyos ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos mensuales.</p>

## 8.4 Estructura Administrativa

### 8.4.1 Diseñar el organigrama



### Descripción de las funciones

Nombre del Cargo	Contador Publico
Dependencia	Área administrativa
Jefe Inmediato	Gerente general
Personas a Cargo	1
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prestará sus servicios en las instalaciones de la empresa – contratante a fin verificar físicamente que los documentos soporte de la contabilidad se ajusten a la norma contable.</li> <li>2. Elaborará Comprobantes de diario por todo concepto de las operaciones financieras y patrimoniales de la empresa - contratante particularmente de sus ingresos, de sus egresos, de</li> </ol>

	<p>cuentas de almacén, de inventarios, de responsabilidades fiscales, de impuestos, de cuentas de Tesorería y de ajustes contables</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Imprimir libros auxiliares de contabilidad todos los meses, Libro de comprobantes de diario, Libro de depreciación elemento por elemento de la empresa – contratante.</li> <li>4. Establecer procedimientos escritos de los procesos contables por todo concepto de ingresos, de egresos, de almacén, de inventarios, de responsabilidades fiscales, de impuestos, de cuentas de tesorería y de ajustes contables interrelacionados con las diferentes áreas como Pagaduría, Almacén e Inventarios de la empresa – contratante.</li> <li>5. Liquidar y revisar oportunamente las retenciones de impuestos que deban ser declaradas y canceladas por la empresa – contratante.</li> <li>6. Asesorar a la empresa - contratante en cuanto al cumplimiento de las normas tributarias y preparar para su presentación oportuna, juntamente con las demás áreas competentes de la empresa - contratante, los medios magnéticos que exijan las autoridades tributarias</li> <li>7. Asegurarse que todas las imputaciones contables obedezcan a operaciones que estén respaldadas por las exigencias tributarias, contables entre otras de la empresa – contratante.</li> <li>8. Cumplimiento de las normas éticas, normas técnicas e inhabilidades e incompatibilidades establecidas en la Ley y aplicar el Régimen Contable Público.</li> <li>9. Preparación y presentación de Estados financieros con sus respectivas notas, para la oportuna y correcta toma de decisiones.</li> <li>10. Las demás que sean propias del objeto contractual.</li> </ol>
--	--

Nombre del Cargo	Vendedor de punto
Dependencia	Ventas
Jefe Inmediato	Gerente General
Personas a Cargo	0
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocer acertadamente los productos de la organización.</li> <li>-Asesorar de manera objetiva y precisa a los clientes y sus necesidades.</li> <li>-Mantener una búsqueda constante nuevos clientes.</li> <li>-Ofrecer un excelente servicio postventa.</li> <li>-Cumplir con las metas establecidas por la compañía.</li> <li>-Las demás asignadas por su jefe inmediato.</li> </ul>

Nombre del Cargo	Operario de planta
Dependencia	Producción
Jefe Inmediato	Gerente General
Personas a Cargo	0
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Producir los productos establecidos por la empresa.</li> <li>-Extraer la pulpa de las frutas y verduras.</li> <li>-Regular los equipos y sistemas de producción en función de los requerimientos del proceso productivo.</li> <li>-Vela por el correcto funcionamiento de la maquinaria y equipos.</li> </ul>

#### 8.4.2 Administración de personal

##### Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Contador Publico	Profesional Universitario con tarjeta profesional vigente	Contador público.	Excel - Word	3 años de Experiencia	2 años de experiencia. Especialista en información financiera y contable. Organización e implementación de sistemas contables, de costos, inventarios Capacidad intelectual, capacidad para la toma de decisiones, capacidad de creación.

Vendedor de punto	Bachillerato Técnico o tecnológico	Mercadeo y publicidad, ventas tangibles como intangibles.	Excel	2 años de experiencia en venta de bebidas no alcohólicas o de productos similares.	1 año de experiencia Trabajo bajo presión, constancia, comunicación oral, presentación personal, proactivo, emprendedor, con buen manejo de atención al cliente.
Operario de planta	Bachillerato Técnico o tecnológico	Conocimiento en manejo de maquinaria de planta y manipulación de alimentos.	Excel	3 años de Experiencia	2 años de Experiencia con conocimiento técnico sobre la industria de bebidas, frutas y verduras, dotes de liderazgo y negociación. Ser un buen comunicador, y estar capacitado en todas las áreas de maquinaria y producción.

### Reclutamiento y contratación

Medios para la convocatoria	Redes sociales, bolsas de empleo, anuncios o avisos, promoción interna, candidatos con hojas de vida en bancos de datos de la empresa, solicitud de candidatos a entidad “SENA”.
Evaluación	Fase de preselección con presentación de hoja de vida: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista preliminar</li> <li>- Prueba de conocimiento o capacidad</li> <li>- Prueba psicológica</li> <li>- Prueba técnica</li> <li>- Exámenes médicos</li> <li>- Análisis y decisión final</li> </ul>
Selección	Revisar y corroborar que los datos, las referencias personales, las referencias laborales y familiares sean veraces y reales. Verificar que el perfil de la persona cumpla con el perfil del puesto requerido. Analizar los exámenes médicos y ocupacionales donde se observará con prudencia las restricciones para laborar en caso de que haya lugar. De acuerdo con lo anterior se tomará

	la decisión de descartar el personal no idóneo para el puesto y se elegirá el correcto y se informará.
Contratación	<p>Firma de contrato entre las partes de forma escrita y con un periodo de prueba inicial contemplado en el reglamento interno de trabajo:</p> <p><b>Contador público:</b> prestación de servicios  <b>Vendedor punto de venta:</b> Término fijo de 1 año  <b>Operario de planta:</b> Término fijo de 1 año</p>
Inducción y capacitación	<p>Informar al personal contratado las fechas y horas programadas de inducción general y específica de sus funciones dentro de la empresa, así mismo del uso adecuado del puesto de trabajo (equipos, maquinaria, herramientas, y demás).</p> <p>Adicional a lo anterior se brindará la debida capacitación en políticas y ejecución del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.</p> <p>La inducción para el ingreso a la compañía tarda un periodo de 3 días, donde se formará al personal seleccionado 3 horas en la mañana y 3 horas en la tarde de lunes a viernes. A demás la capacitación se realizará cada 6 meses para el cargo de servicio al cliente y para el cargo manipulación de alimentos se hará cada año con una duración de 4 horas en total.</p>

## REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

### “FRUTIPULPAS” SAS

#### CAPÍTULO I

ART. 1°—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa “FRUTIPULPAS” SAS, con domicilio principal en la calle 11 # 4-49 B/ Centro de la ciudad de Ibagué, a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los

trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

## **CAPÍTULO II**

### **CONDICIONES DE ADMISIÓN**

ART. 2°—Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa “FRUTIPULPAS” SAS, debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a) Cédula de ciudadanía, tarjeta de identidad o cédula de extranjería según sea el caso.
- b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.
- c) Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada.
- d) Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.

Una vez seleccionado el candidato, éste deberá firmar el contrato de trabajo correspondiente.

PARÁGRAFO: La empresa en ningún caso contratará personal menor de dieciocho (18) años.

### **PERÍODO DE PRUEBA**

ART. 3°—La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de este, las conveniencias de las condiciones de trabajo (CST, art. 76).

ART. 4°—El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (CST, art. 77, núm. 1°).

ART. 5°—El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

ART. 6°—Durante el período de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el período de prueba y el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a éste se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones (CST, art. 80).

### **CAPÍTULO III**

#### **TRABAJADORES ACCIDENTALES O TRANSITORIOS**

ART. 7°—Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa. Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (CST, art. 6°). Así mismo, tendrán derecho al pago proporcional de todas las prestaciones sociales establecidas en la ley laboral.



**CAPÍTULO IV**  
**HORARIO DE TRABAJO**

ART. 8°—Las horas de entrada y salida de los trabajadores se expresan así:

Días laborales	Horario Mañana	Hora Almuerzo	Horario Tarde
Lunes a sábado	06:00 a.m. – 12 p.m.	12 p.m. – 2 p.m.	02 p.m. – 09 p.m.
Domingo	09:00 a.m. – 08 p.m.	01 p.m. – 3 p.m.	03 p.m. – 8 p.m.

Con un periodo de descanso de 15 min por jornada laboral a disfrutarse así:

Días laborales	Horario Mañana	Horario Tarde
Lunes a sábado	10:30 a.m. – 10:45 a.m.	5:30 p.m. – 5:45 p.m.
Domingo	11:30 a.m. – 11:45 a.m.	03:00 p.m. – 03:15 p.m.

ART. 2°-- Ei literal d) del artículo 161 del Código Sustantivo del Trabajo, quedará así:

d) El empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún

recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m. (L. 789/2002, art. 51)

## **CAPÍTULO V**

### **LAS HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO**

ART. 9º—Según el artículo 160 del Código Sustantivo del Trabajo quedará así:

1. Trabajo ordinario es el que se realiza entre las seis horas (6:00 a.m.) y las veintiuna horas (9:00 p.m.).
2. Trabajo nocturno es el comprendido entre las veintiuna horas (9:00 p.m.) y las seis horas (6:00 a.m.).

ART. 10. —Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal (CST, art. 159).

ART. 11.—El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el artículo 163 del Código Sustantivo del Trabajo, sólo podrá efectuarse en dos (2) horas diarias y mediante autorización expresa del Ministerio de la Protección Social o de una autoridad delegada por este (D. 13/67, art. 1º).

ART. 12. —Tasas y liquidación de recargos.

1. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, con excepción del caso de la

jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.

2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con alguno otro (L. 50/90, art. 24).

ART. 13. —La empresa no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en el artículo 11 de este reglamento.

PAR. 1º—En ningún caso las horas extras de trabajo, diurnas o nocturnas, podrán exceder de dos (2) horas diarias y doce (12) semanales.

## **CAPÍTULO VI**

### **DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS**

ART. 14. —Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador, tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1º de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1º de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1º de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre,

además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.

PAR. 1º—Cuando la jornada de trabajo convenida por las partes, en días u horas, no implique la prestación de servicios en todos los días laborables de la semana, el trabajador tendrá derecho a la remuneración del descanso dominical en proporción al tiempo laborado (L. 50/90, art. 26, núm. 5º).

1. El trabajo en domingo y festivos se remunerará con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas.

2. Si con el domingo coincide otro día de descanso remunerado sólo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en el numeral anterior.

3. Se exceptúa el caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales previstas en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990 (L. 789/2002, art. 26).

PAR. 3.1. — Interpretese la expresión dominical contenida en el régimen laboral en este sentido exclusivamente para el efecto del descanso obligatorio.

ART. 15.—El descanso en los días domingos y los demás días expresados en el artículo 21 de este reglamento, tiene una duración mínima de 24 horas, salvo la excepción consagrada en el literal c) del artículo 20 de la Ley 50 de 1990 (L. 50/90, art. 25).

ART. 16. —Cuando por motivo de fiesta no determinada en la Ley 51 del 22 de diciembre de 1983, la empresa suspendiere el trabajo, está obligada a pagarlo como si se hubiere realizado. No está obligada a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión o compensación o estuviere prevista en el reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral.

Este trabajo compensatorio se remunerará sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras (CST, art. 178).

### **VACACIONES REMUNERADAS**

ART. 17. —Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (CST, art. 186, núm. 1º).

ART. 18. —La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.

El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con 15 días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones (CST, art. 187).

ART. 19. —Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (CST, art. 188).

ART. 20. —Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, pero el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social puede autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de ellas en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria; cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá por un año cumplido de servicios y proporcionalmente por fracción de año. En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador (CST, art. 189).

ART. 21. —En todo caso, el trabajador gozará anualmente, por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables.

Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por 2 años.

La acumulación puede ser hasta por 4 años, cuando se trate de trabajadores técnicos, especializados, y de confianza (CST, art. 190).

ART. 22. —Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan.

ART. 23. —Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas (D. 13/67, art. 5°).

PAR. —En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea (L. 50/90, art. 3°, par.).

## **PERMISOS**

ART. 24.—La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la

empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

- En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir este, según lo permitan las circunstancias.
- En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.
- En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se hará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de la empresa (CST, art. 57, núm. 6°).

## **CAPÍTULO VII**

### **SALARIO MÍNIMO, CONVENCIONAL, LUGAR, DÍAS, HORAS DE PAGOS Y PERÍODOS QUE LO REGULAN**

ART. 25. —Formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con éstas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de 10 salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía.

3. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF, y cajas de compensación familiar, pero la base para efectuar los aportes parafiscales es el setenta por ciento (70%).

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (L. 50/90, art. 18).

ART. 26. —Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese (CST, art. 138, núm. 1°).

Períodos de pago: mensual



ART. 28. —El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayores de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.

2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (CST, art. 134).

## **CAPÍTULO VIII**

### **SERVICIO MÉDICO, MEDIDAS DE SEGURIDAD, RIESGOS PROFESIONALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO, NORMAS SOBRE LABORES EN ORDEN A LA MAYOR HIGIENE, REGULARIDAD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO**

ART. 29. —Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

ART. 30. —Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales o EPS, ARP, a través de la IPS a la cual se encuentren asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

ART. 31. —Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces el cual hará lo conducente para que sea

examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si este no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

ART. 32. —Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordena la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

ART. 33. —Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

PAR.—El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro del programa de salud ocupacional de la respectiva empresa, que la hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa

autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (D. 1295/94, art. 91).

ART. 34. —En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARP.

ART. 35. —En caso de accidente no mortal, aun el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante o a quien haga sus veces, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará, las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

ART. 36. —Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales para lo cual deberán en cada caso determinar la gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales de conformidad con el reglamento que se expida.

Todo accidente de trabajo o enfermedad profesional que ocurra en una empresa o actividad económica deberá ser informado por el empleador a la entidad administradora de riesgos profesionales y a la entidad promotora de salud, en forma simultánea, dentro de los dos días hábiles siguientes de ocurrido el accidente o diagnosticada la enfermedad.

ART. 37.—En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo

del Trabajo, a la Resolución 1016 de 1989 expedida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y las demás que con tal fin se establezcan.

## **CAPÍTULO IX**

### **PRESCRIPCIONES DE ORDEN**

ART. 38. —Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.

h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.

i) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

## **CAPÍTULO XII**

### **OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES**

ART. 42. —Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este reglamento.

7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos 5 días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.

Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el empleador le debe costear su traslado hasta concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía anteriormente. En los gastos de traslado del trabajador se entienden comprendidos los familiares que con él convivieren.

9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.

10. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.

11. Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que, si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.

12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de estas.

13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

14. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también obligación de su parte, afiliarlo al Sistema de Seguridad Social Integral, suministrarles cada 4 meses en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa (CST, art. 57).

ART. 43. —Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.

2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.
6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.
7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra (CST, art. 58).

ART. 44. —Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos, para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:
  - a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.
  - b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley los autorice.
  - c) El Banco Popular, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 24 de 1952, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza, y



d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos del artículo 250 del Código Sustantivo de Trabajo.

2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.

3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiere a las condiciones de este.

4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores el ejercicio de su derecho de asociación.

5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.

6. Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.

7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7° del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.

9. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones, o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de estos

será imputable a aquél y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.

10. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.

11. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad (CST, art. 59).

ART. 45. —Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.

2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.

3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.

5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.

6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.
7. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.
8. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado (CST, art. 60).

### **CAPÍTULO XIII**

#### **ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS**

ART. 46—Se establecen las siguientes clases de faltas leves, y sus sanciones disciplinarias, así:

- a) El retardo hasta de quince (15) minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, multa de la décima parte del salario de un día; por la segunda vez, multa de la quinta parte del salario de un día; por tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra, y por cuarta vez suspensión en el trabajo por tres días.
- b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.

c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.

d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por 1 mes.

ART. 47. —Constituyen faltas graves:

a) El retardo hasta de 15 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta vez.

b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.

c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.

d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

Procedimientos para comprobación de faltas y formas de aplicación de las sanciones disciplinarias

ART. 48. —Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculcado directamente y si este es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva (CST, art. 115).

ART. 49. —No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo (CST, art. 115).

## **CAPÍTULO XIV**

### **VIGENCIA**

ART. 50. —El presente reglamento entrará a regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento (CST, art. 121).

## **CAPÍTULO XV**

### **DISPOSICIONES FINALES**

ART. 51. —Desde la fecha que ingresa en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha haya tenido la empresa.

## **CAPÍTULO XVIII**

### **CLÁUSULAS INEFICACES**

ART. 52.—No producirán ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (CST, art. 109).

## **CAPÍTULO XIX**

### **MECANISMOS DE PREVENCIÓN DEL ABUSO LABORAL Y PROCEDIMIENTO INTERNO DE SOLUCIÓN**

ART. 53. —Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previstos por la empresa constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva conviviente, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida

laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

ART. 54. —En desarrollo del propósito a que se refiere el artículo anterior, la empresa ha previsto los siguientes mecanismos (a título de ejemplo):

1. Información a los trabajadores sobre la Ley 1010 de 2006, que incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley, particularmente en relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas atenuantes y el tratamiento sancionatorio.

2. Espacios para el diálogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa.

3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de:

a) Establecer, mediante la construcción conjunta, valores y hábitos que promuevan vida laboral conviviente;

b) Formular las recomendaciones constructivas a que hubiere lugar en relación con situaciones empresariales que pudieren afectar el cumplimiento de tales valores y hábitos y

c) Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las personas, señalando las recomendaciones correspondientes.

4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

ART. 55. —Para los efectos relacionados con la búsqueda de solución de las conductas de acoso laboral, se establece el siguiente procedimiento interno con el cual se pretende desarrollar las características de confidencialidad, efectividad y naturaleza conciliatoria señaladas por la ley para este procedimiento (a título de ejemplo):

1. La empresa tendrá un comité (u órgano de similar tenor), integrado en forma bipartita, por un representante de los trabajadores y un representante del empleador o su delegado. Este comité se denominará "comité de convivencia laboral".

2. El comité de convivencia laboral realizará las siguientes actividades:

a) Evaluar en cualquier tiempo la vida laboral de la empresa en relación con el buen ambiente y la armonía en las relaciones de trabajo, formulando a las áreas responsables o involucradas, las sugerencias y consideraciones que estimare necesarias.

b) Promover el desarrollo efectivo de los mecanismos de prevención a que se refieren los artículos anteriores.

c) Examinar de manera confidencial, cuando a ello hubiere lugar, los casos específicos o puntuales en los que se planteen situaciones que pudieren tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral.

d) Formular las recomendaciones que se estimaren pertinentes para reconstruir, renovar y mantener vida laboral conviviente en las situaciones presentadas, manteniendo el principio de la confidencialidad en los casos que así lo ameriten.

e) Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más

efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.

f) Atender las conminaciones preventivas que formularen los inspectores de trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2° del artículo 9° de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes.

g) Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.

3. Este comité se reunirá por lo menos trimestralmente, designará de su seno un coordinador ante quien podrán presentarse las solicitudes de evaluación de situaciones de acoso laboral con destino al análisis que debe hacer el comité, así como las sugerencias que a través del comité realicen los miembros de la comunidad empresarial para el mejoramiento de la vida laboral.

4. Recibidas las solicitudes para evaluar posibles situaciones de acoso laboral, el comité en la sesión respectiva las examinará, escuchando, si a ello hubiere lugar, a las personas involucradas; construirá con tales personas la recuperación de tejido conviviente, si fuere necesario; formulará las recomendaciones que estime indispensables y, en casos especiales, promoverá entre los involucrados compromisos de convivencia.

5. Si como resultado de la actuación del comité, éste considerare prudente adoptar medidas disciplinarias, dará traslado de las recomendaciones y sugerencias a los funcionarios o trabajadores competentes de la empresa, para que adelanten los procedimientos que correspondan de acuerdo con lo establecido para estos casos en la ley y en el presente reglamento.



6. En todo caso, el procedimiento preventivo interno consagrado en este artículo no impide o afecta el derecho de quien se considere víctima de acoso laboral para adelantar las acciones administrativas y judiciales establecidas para el efecto en la Ley 1010 de 2006.

### **Seguridad social y servicios complementarios**

Los empleados serán afiliados a la EPS, salud y pensión de su preferencia, la entidad escogida por la empresa para riesgos profesionales es Colmena Seguros y para caja de compensación es Comfenalco.

Como política de la empresa se ha establecido un presupuesto anual de \$20.000.000 para ejecutar actividades de servicios complementarios, dicho presupuesto tendrá un exclusivo manejo en el área de talento humano, quienes presentarán los debidos soportes e informes de la ejecución de este, donde los empleados de FRUTIPULPAS S.A.S podrán disfrutar de los siguientes beneficios:

- Afiliación al fondo de empleados en donde se les facilitará la opción de solicitud de créditos con descuento en nómina para estudio, compra de vehículo o libre inversión.
- Bono navideño: en la temporada de diciembre de cada año, se les dará a los empleados un bono navideño por valor de \$200.000 para ser canjeado en supermercados éxito.

## 9. Estudio Financiero

### 9.1 Las inversiones del proyecto

#### 9.1.1 Inversiones fijas

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Año 0</b>
ADECUACIONES	2.200.000
CONSTRUCCIONES O OBRAS CIVILES	0
MAQUINARIA	\$ 18.254.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.200.000
VEHÍCULOS	0
TECNOLOGÍA	\$ 4.580.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.234.000</b>

#### 9.1.2 Inversiones diferidas

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>Año 0</b>
<b>Estudios</b>	\$ 1.000.000
<b>Gastos de organización (notariales-otros)</b>	\$ 1.000.000
<b>Gastos de montaje</b>	\$ 2.200.000
<b>Gastos de puesta en marcha</b>	\$1.000.000
<b>Capacitación</b>	\$ 500.000
<b>Calidad</b>	\$ 500.000
<b>Imprevistos</b>	\$ 500.000
<b>Total</b>	<b>\$ 6.700.000</b>

#### 9.1.3 Inversión total

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>Año 0</b>
Activos fijos	<b>\$ 27.234.000</b>
Activos diferidos	<b>\$ 6.700.000</b>
Capital de trabajo	<b>\$ 12.223.629</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 46.157.629</b>

El capital de trabajo está compuesto para este proyecto por el efectivo y los inventarios por lo tanto la fórmula para determinarlos es la siguiente:

$$\text{Efectivo} = \text{Total costos y gastos} - \text{materia prima} * \text{No de meses}$$

12 meses

<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>VALOR</b>
Mano obra	35.948.352
Costos indirectos	3.820.000
Gastos de Administración	900.000
Gastos de venta	27.880.000
Total	68.548.352

$$\text{Efectivo} = \frac{\$68.548.352}{12 \text{ meses}} * 2 \text{ meses} = \$11.424.725$$

$$\text{Inventario materia prima} = \frac{\text{Materia prima}}{365 \text{ días}} * \text{días de inventario}$$

$$\text{Inventario materia prima} = \frac{\$19.440.000}{365 \text{ días}} * 15 \text{ días} = \$798.904$$

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>VALOR</b>
Efectivo	11.424.725
Inventario de materia prima	798.904
Total Capital de Trabajo	12.223.629

## 9.2 Costos de producción

Los costos de producción es una variable que puede ser controlada por la empresa, de manera que en caso de que por alguna razón las ventas disminuyan, sea necesario disminuir precios de venta, o los costos de materia prima se eleven, el único factor sobre el que la empresa tiene mayor control son los costos de producción. (Recuperado de [gerencie.com/los-costos-de-produccion.html](http://gerencie.com/los-costos-de-produccion.html))

## ❖ Presupuesto de precios

Precios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.500	\$ 6.000	\$ 6.500
Pulpas	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 5.000	\$ 5.000

## ❖ Presupuesto de producción

Unidades Vendidas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos	10.000	15.000	19.000	21.000	22.000
Pulpas	14.000	18.000	21.000	23.000	25.000
	24000	33000	40000	44000	45000

## ❖ Presupuesto de ingresos por ventas

Ventas Totales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos	\$ 50.000.000	\$ 75.000.000	\$ 104.500.000	\$ 126.000.000	\$ 143.000.000
Pulpas	\$ 56.000.000	\$ 72.000.000	\$ 94.500.000	\$ 115.000.000	\$ 125.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 106.000.000</b>	<b>\$ 147.000.000</b>	<b>\$ 199.000.000</b>	<b>\$ 241.000.000</b>	<b>\$ 268.000.000</b>

## Costo mano de obra directa y materia prima

mano de obra	mensual	anual	por unidad
operario	\$ 1.497.848	\$ 17.974.176	\$ 749
auxiliar atencio al cliente	\$ 1.497.848	\$ 17.974.176	\$ 749
<b>total</b>	<b>\$ 2.995.696</b>	<b>\$ 35.948.352</b>	<b>\$ 1.498</b>

Mano de obra	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos y pulpas	\$ 17.974.176	\$ 18.872.885	\$ 19.816.529	\$ 20.807.355	\$ 21.847.723
<b>Total</b>	<b>\$ 35.948.352</b>	<b>\$ 37.745.770</b>	<b>\$ 39.633.058</b>	<b>\$ 41.614.711</b>	<b>\$ 43.695.447</b>

materia prima	costo por libra o insumo	cantidad	costo mensual	costo anual	por unidad
fruta batidos	\$ 2.000 /lb	4800	\$ 800.000	\$ 9.600.000	\$ 400
frutas pulpas	\$ 2.000 /lb	2880	\$ 480.000	\$ 5.760.000	\$ 411
endulzante	\$ 1.500 /lb	840	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 75
empaquete batidos	\$ 200 c/u	10000	\$ 166.667	\$ 2.000.000	\$ 200
bolsa pulpas	\$ 20 c/u	14000	\$ 23.333	\$ 280.000	\$ 20
<b>total</b>			<b>\$ 1.620.000</b>	<b>\$ 19.440.000</b>	<b>\$ 1.106</b>

Materia prima	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batidos y pulpas	\$ 19.440.000	\$ 20.412.000	\$ 21.432.600	\$ 22.504.230	\$ 23.629.442
<b>Total</b>	<b>\$ 19.440.000</b>	<b>\$ 20.412.000</b>	<b>\$ 21.432.600</b>	<b>\$ 22.504.230</b>	<b>\$ 23.629.442</b>

Se realiza cálculo de materia prima teniendo en cuenta promedio de valores de las frutas ya que se presenta variaciones de ellas, pero se valida que el precio promedio es el que se representa en la tabla.

### Costos indirectos de fabricación

costo indirecto	mensual	anual	por unidad
servicio de luz	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 50
servicio de agua	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 75
aseo	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 15
mantenimiento de equipo	\$ 20.000	\$ 240.000	\$ 10
<b>total</b>	<b>\$ 300.000</b>	<b>\$ 3.600.000</b>	<b>\$ 150</b>

costos indirectos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
batidos y pulpas	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 4.167.450	\$ 4.375.823
<b>total</b>	<b>\$ 3.600.000</b>	<b>\$ 3.780.000</b>	<b>\$ 3.969.000</b>	<b>\$ 4.167.450</b>	<b>\$ 4.375.823</b>

### 9.3 Gastos operacionales

Los gastos operacionales son aquellos gastos que se derivan del funcionamiento normal de una empresa. Se contraponen a los gastos no operacionales, aquellos gastos que un agente económico realiza de forma extraordinaria y poco frecuente. (recuperado de <https://definicion.mx/gastos-operacionales/>).

#### presupuesto gasto de ventas y gastos de administración

gasto de ventas	valor unitario	valor mensual	valor anual	por unidad
publicidad y propaganda	\$ 2.000	\$ 60.000	\$ 720.000	\$ 30
etiquetas	\$ 500	\$ 15.000	\$ 180.000	\$ 8
<b>total</b>	<b>\$ 2.500</b>	<b>\$ 75.000</b>	<b>\$ 900.000</b>	<b>\$ 38</b>

gastos de ventas	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
batidos y pulpas	\$ 900.000	\$ 945.000	\$ 992.250	\$ 1.041.863	\$ 1.093.956
<b>total</b>	<b>\$ 900.000</b>	<b>\$ 945.000</b>	<b>\$ 992.250</b>	<b>\$ 1.041.863</b>	<b>\$ 1.093.956</b>

gasto de administracion	valor unidad	valor mensual	valor anual	por unidad
papeleria	\$ 500	\$ 15.000	\$ 180.000	\$ 8
arriendo		\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 1.000
honorarios contador		\$ 90.000	\$ 1.080.000	\$ 45
internet		\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 50
pagina web		\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 50
depreciacion equipo oficina	\$ 2.200.000	\$ 18.333	\$ 220.000	\$ 9
<b>total</b>		<b>\$ 2.323.333</b>	<b>\$ 27.880.000</b>	<b>\$ 1.162</b>

gasto de administración	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
batidos y pulpas	\$ 27.880.000	\$ 29.274.000	\$ 30.737.700	\$ 32.274.585	\$ 33.888.314
<b>total</b>	<b>\$ 27.880.000</b>	<b>\$ 29.274.000</b>	<b>\$ 30.737.700</b>	<b>\$ 32.274.585</b>	<b>\$ 33.888.314</b>

### Estado de resultados

estado de resultados	año1	año2	año 3	año 4	año 5
ventas	\$ 106.000.000	\$ 147.000.000	\$ 199.000.000	\$ 241.000.000	\$ 268.000.000
costo de ventas					
materia prima	\$ 19.440.000	\$ 20.412.000	\$ 21.432.600	\$ 22.504.230	\$ 23.629.442
mano de obra	\$ 35.948.352	\$ 37.745.770	\$ 39.633.058	\$ 41.614.711	\$ 43.695.447
<b>costos variables</b>	<b>\$ 55.388.352</b>	<b>\$ 58.157.770</b>	<b>\$ 61.065.658</b>	<b>\$ 64.118.941</b>	<b>\$ 67.324.888</b>
depreciacion	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000
otros costos	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 4.167.450	\$ 4.375.823
<b>costos fijos</b>	<b>\$ 3.820.000</b>	<b>\$ 4.000.000</b>	<b>\$ 4.189.000</b>	<b>\$ 4.387.450</b>	<b>\$ 4.595.823</b>
costo de ventas	\$ 59.208.352	\$ 62.157.770	\$ 65.254.658	\$ 68.506.391	\$ 71.920.711
utilidad bruta	\$ 46.791.648	\$ 84.842.230	\$ 133.745.342	\$ 172.493.609	\$ 196.079.289
gasto de ventas	\$ 900.000	\$ 945.000	\$ 992.250	\$ 1.041.863	\$ 1.093.956
gastos de administracion	\$ 27.880.000	\$ 29.274.000	\$ 30.737.700	\$ 32.274.585	\$ 33.888.314
utilidad operativa	\$ 31.328.352	\$ 32.883.770	\$ 34.516.958	\$ 36.231.806	\$ 38.032.396
utilidad antes de impuestos	\$ 31.328.352	\$ 32.883.770	\$ 34.516.958	\$ 36.231.806	\$ 38.032.396
impuestos (32%)	\$ 10.025.073	\$ 10.522.806	\$ 11.045.427	\$ 11.594.178	\$ 12.170.367
utilidad neta final	\$ 21.303.279	\$ 22.360.963	\$ 23.471.531	\$ 24.637.628	\$ 25.862.029

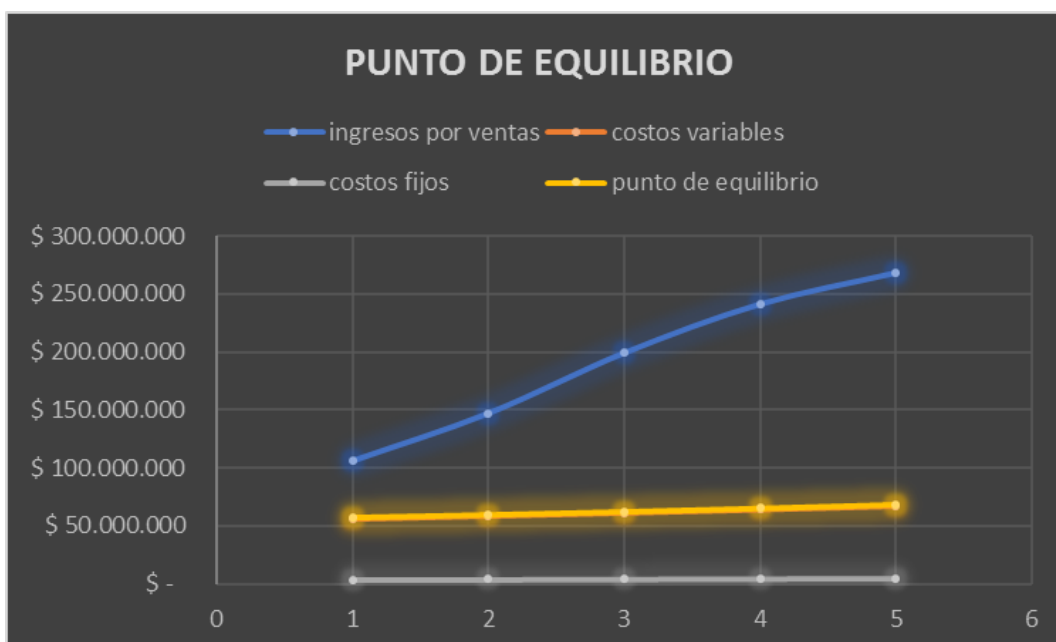
El estado de resultados muestra que en el primer año se tendrá una utilidad positiva en relación a las ventas y a los costos y gastos que se presentaran. Según análisis vertical realizado la utilidad neta final representa el 25 % del total de las ventas, siendo la variable más representativa los costos variables con un 52 % en relación a las ventas.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentajes y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades y pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

(Recuperado de <https://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>)

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
ingresos por ventas	\$ 106.000.000	\$ 147.000.000	\$ 199.000.000	\$ 241.000.000	\$ 268.000.000
costos variables	\$ 55.388.352	\$ 58.157.770	\$ 61.065.658	\$ 64.118.941	\$ 67.324.888
costos fijos	\$ 3.820.000	\$ 4.000.000	\$ 4.189.000	\$ 4.387.450	\$ 4.595.823
punto de equilibrio	\$ 57.459.046	\$ 59.784.560	\$ 62.378.746	\$ 65.307.883	\$ 68.499.559





La grafica nos muestra que las ventas necesarias para que la empresa opere sin perdidas ni ganancias están en el rango de 57 millones a 69 millones, lo que nos permite analizar que las ventas de la empresa estarán siempre por encima de este punto y serán utilidades para la compañía.

## EVALUACION DEL PROYECTO

### Flujo de caja

periodo	1	2	3	4	5
ingreso por ventas	\$ 106.000.000	\$ 147.000.000	\$ 199.000.000	\$ 241.000.000	\$ 268.000.000
costo total	\$ 74.016.936	\$ 86.902.088	\$ 104.534.363	\$ 112.723.589	\$ 121.080.286
utilidad bruta antes de impuestos	\$ 31.328.352	\$ 32.883.770	\$ 34.516.958	\$ 36.231.806	\$ 38.032.396
impuestos	\$ 10.025.073	\$ 10.522.806	\$ 11.045.427	\$ 11.594.178	\$ 12.170.367
utilidad despues de impuestos	\$ 21.303.279	\$ 22.360.963	\$ 23.471.531	\$ 24.637.628	\$ 25.862.029
reserva legal	\$ 2.130.328	\$ 2.236.096	\$ 2.347.153	\$ 2.463.763	\$ 2.586.203
utilidad por distribuir	\$ 19.172.951	\$ 20.124.867	\$ 21.124.378	\$ 22.173.865	\$ 23.275.827

### Flujo neto de efectivo

periodos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
utilidad por distribuir	\$ 19.172.951	\$ 20.124.867	\$ 21.124.378	\$ 22.173.865	\$ 23.275.827
amortizacion diferidos					
reserva legal	\$ 2.130.328	\$ 2.236.096	\$ 2.347.153	\$ 2.463.763	\$ 2.586.203
depreciacion	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000
flujo neto	\$ 21.523.279	\$ 22.580.963	\$ 23.691.531	\$ 24.857.628	\$ 26.082.029

### Tasa interna de retorno TIR y VAN valor presente neto

periodo	0	1	2	3	4	5
flujo neto	\$ (46.157.629)	\$ 21.523.279,36	\$ 22.580.963,33	\$ 23.691.531,49	\$ 24.857.628,07	\$ 26.082.029,47
TIO	15%					
TIR	41%					
VPN	\$ 32.390.093					
PRI	\$ (46.157.629)	\$ (24.634.349,64)	\$ (2.053.386,31)	\$ 21.638.145,18	\$ 46.495.773,25	\$ 72.577.802,72
				3 AÑOS		
				37 MESES		
				1111 DIAS		

- La tasa interna de retorno TIR para este proyecto se establece en **41**, siendo superior a la tasa de oportunidad requerida por los inversionistas lo que permite determinar la viabilidad del proyecto.
- El valor presente neto VPN para este proyecto es de \$ **32.390.093**

## CONCLUSIONES

El proyecto presenta factores determinantes para considerar en la evaluación y viabilidad del mismo, es por esto que se puede concluir en principio que el estudio de mercado indica que los jugos naturales ocupan un porcentaje importante en el sector de las bebidas no alcohólicas, también se evidencia que la competencia directa presenta un portafolio amplio de bebidas naturales a base de frutas que aportan a la salud pero falta interacción con el cliente y que este conozca los beneficios del producto, también se evidencia competencia indirecta que comercializan bebidas que podrían sustituir las naturales.

Se producirán productos a base de fruta con diversidad de combinaciones que permitan al consumidor conocer los beneficios de las mismas, sus componentes, los beneficios y como se puede consumir de una manera adecuada, para esto se llevarán a cabo procesos tanto de producción como de socialización por medio de diferentes estrategias tanto a mediano como largo plazo que permitan que el producto se posicione no solo por su sabor si no por su aporte a la salud. La producción se proyecta a 5 años, calculada en base a la población y a la posible demanda que se pueda presentar, todo esto y con adición de costos se pudo establecer la presentación y la cantidad que se ofrecerá al cliente.

En base a la administración se da una constitución como S.A.S seleccionada por beneficios tributarios para el inicio de la misma, sus socios seleccionados aportaran su capital inicial sin acceder a líneas de crédito y así evitar gastos adicionales. Se selecciona el personal de acuerdo a capacidades y perfiles que se adapten a las necesidades de la empresa.

En el análisis financiero se identifican factores como los costos y gastos de la producción en relación a las ventas presentadas en cada año presupuestado, encontrando en el flujo de efectivo

que se obtienen utilidades a partir del primer año superior a la esperada por los inversionistas, demostrando su viabilidad con las ventas esperadas.

Para finalizar se determina el punto de equilibrio el cual nos permite determinar que tantas ventas debemos tener para cumplir con costos y gastos, para este caso el proyecto muestra que en el primer año estará este punto por encima de los 57 millones en ingresos por ventas, y manteniéndose estable por los próximos 5 años.

Se determina el valor presente neto con un monto de \$ 32.390.093 siendo positivo mostrando que el dinero de la inversión después de los 5 años si se valoriza, al igual que la tasa interna de retorno con un 41 % siendo superior a la tasa interna operación.

## RECOMENDACIONES

Tomando en consideración los resultados del estudio de mercado apoyados en encuestas y teoría, lo cual nos lleva a la importancia de las frutas como complemento alimenticio en la ciudad de Ibagué, se pueden realizar estudios más profundos que aporten a los proyectos saludables que aplica el gobierno local con la población, promoviendo el consumo debidas naturales.

realizar investigaciones mas extensas que apliquen encuestas presenciales que permitan identificar plenamente al encuestado.

Es importante apoyar al agro local por lo que sería importante analizar el mercado de las frutas y como en la ciudad de Ibagué este funciona, realizando visitas a los diferentes productores que presente la ciudad y así se conocerá sus necesidades y como se puedan apoyar para que este gremio crezca.

la salud debe ser tomada con importancia, pero también se debe prevenir enfermedades que afectan sistemas de salud, es por esto que entender lo que puede hacer la fruta en el cuerpo, evitara en futuro que la ciudad ocupe los primeros puestos en enfermedades derivadas de los malos hábitos alimenticios.

## Anexos



### PROYECTO DE EMPRESA PARA UNA PRODUCTORA DE BATIDOS NATURALES EN LA CIUDAD DE IBAGUE TOLIMA.

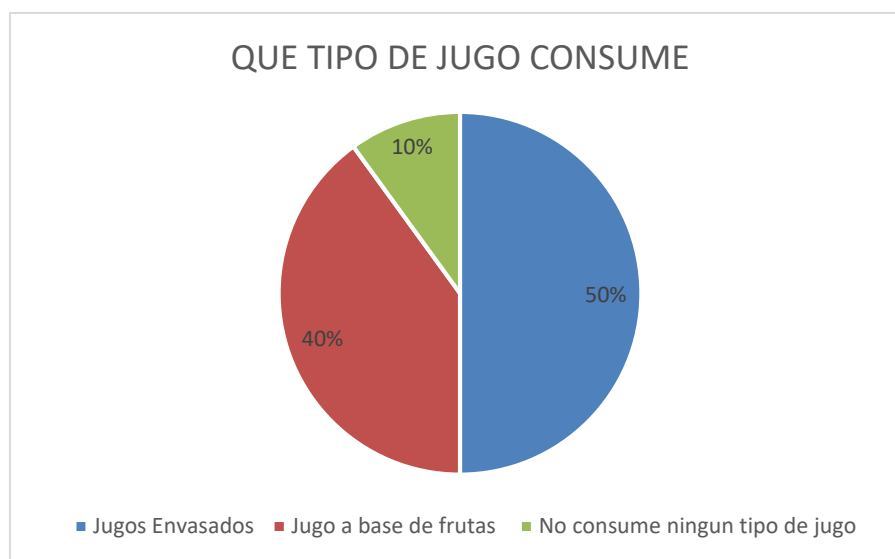
#### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Determinar el conocimiento que tienen las personas sobre los beneficios que tienen los batidos de jugos naturales, su consumo diario y preferencias.

Marque con una X.

1. ¿Qué tipo de jugos suele consumir?

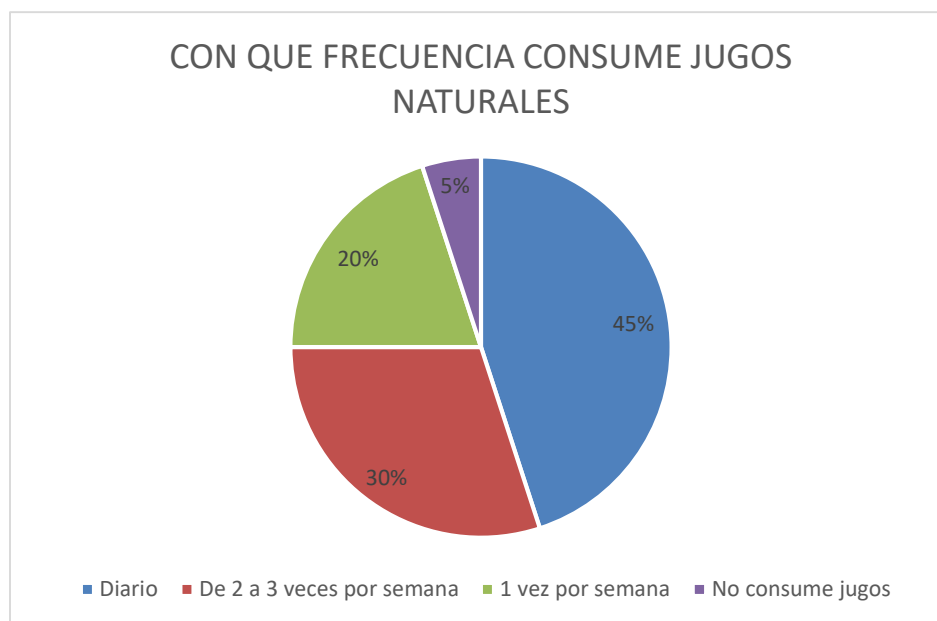
- Jugos envasados
- Jugos a base de frutas naturales
- No consume ningún tipo de jugo



**Rta:** Se evidencia que el 50% de las personas consumen jugos envasados, que un 40% de la población ingiere jugo a base de frutas naturales y que el 10% de las personas no tienen ningún consumo de jugos.

2. ¿Con que frecuencia consume jugos a base de frutas naturales?

- Diario
- De 2 a 3 veces por semana
- 1 vez por semana
- No consume jugos

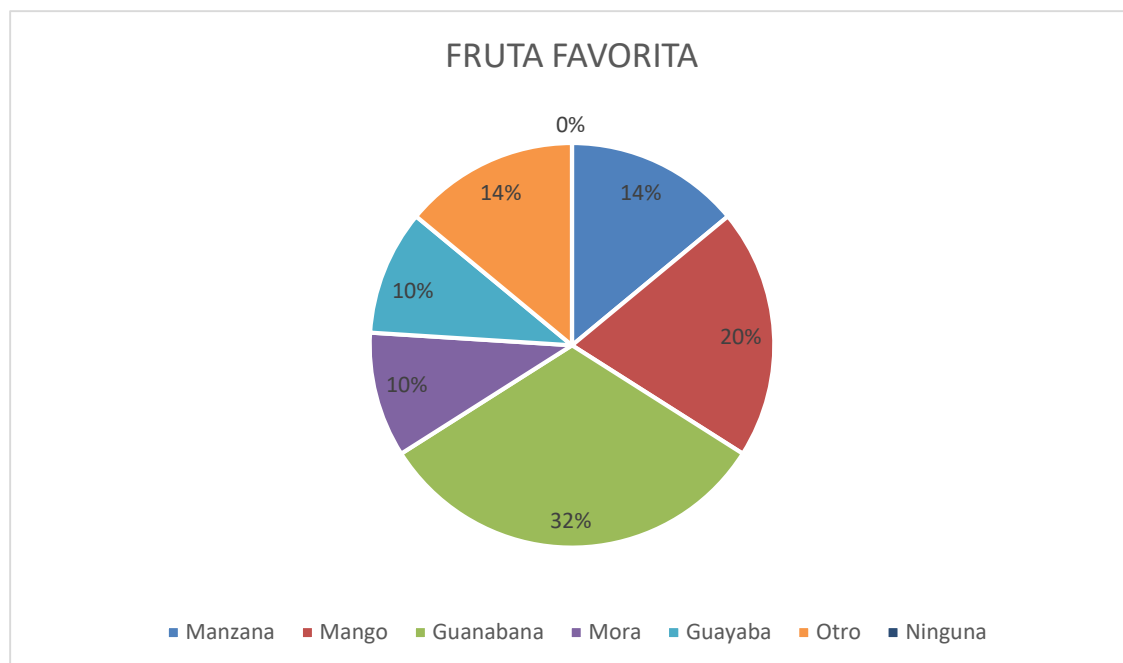


**Rta:** Esta grafica muestra que la frecuencia para consumir jugos a base de frutas naturales diariamente es de un 45% y también se puede observar que un 30% de las personas ingiere jugo de 2 a 3 veces por semana.

3. ¿Cuál es su fruta favorita?

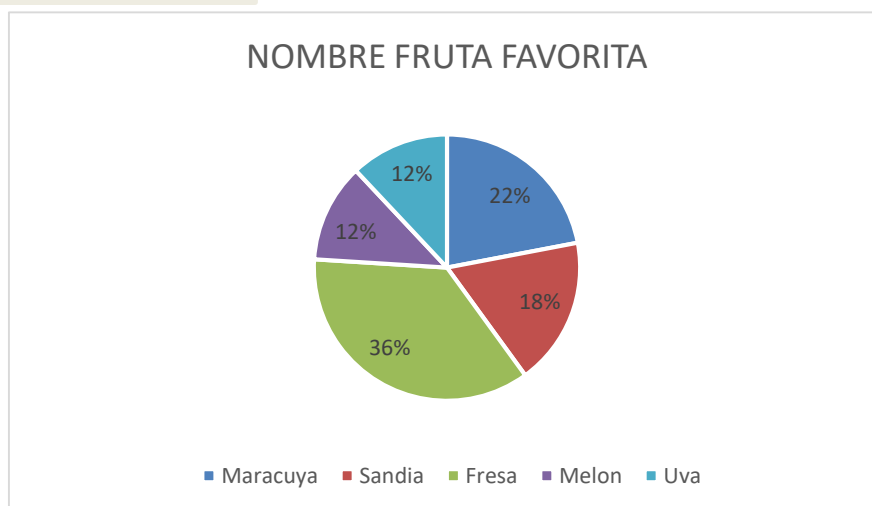
- Manzana
- Mango
- Guanábana
- Mora

- Guayaba
- Otro
- Ninguna



**Rta:** Se puede evidenciar con un 32% que la mayoría de las personas prefieren consumir Guanávana y que también tienen como fruta favorita el mango que registra un 20% seguido de la manzana que abarca un 14%.

4. Con base en la pregunta anterior si su respuesta es otro, escriba el nombre de la fruta favorita.

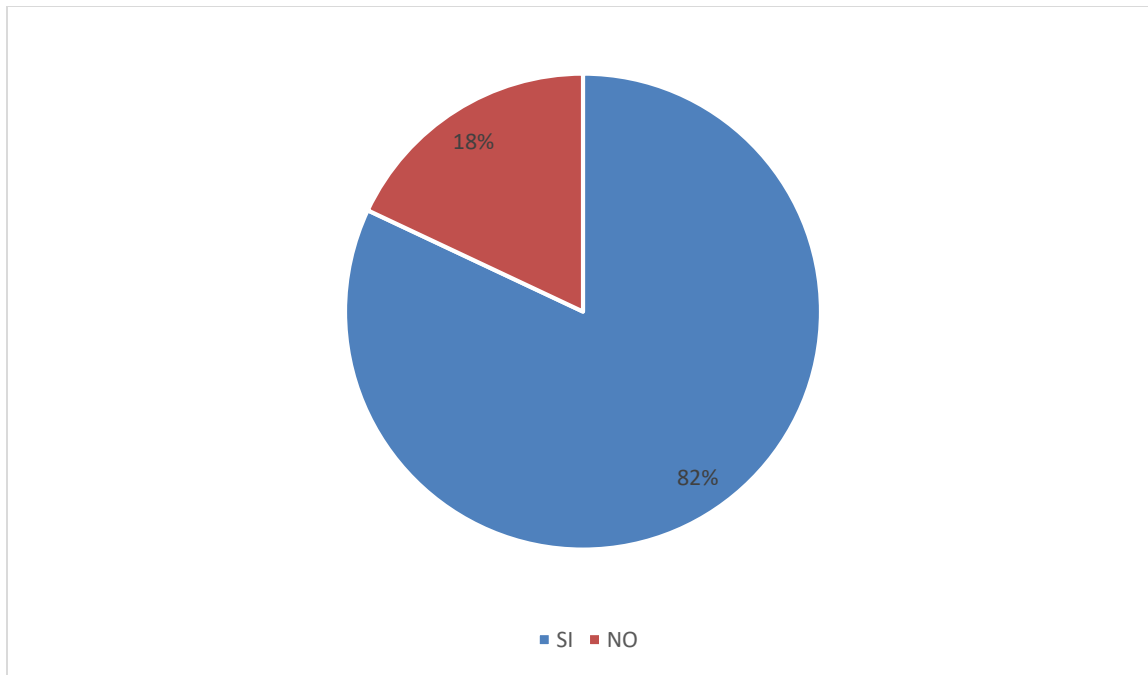




**Rta:** Esta figura nos muestra que las personas tienen preferencia por la fresa con un 36% y de igual manera que el maracuyá también es agradable para el consumo como fruta favorita.

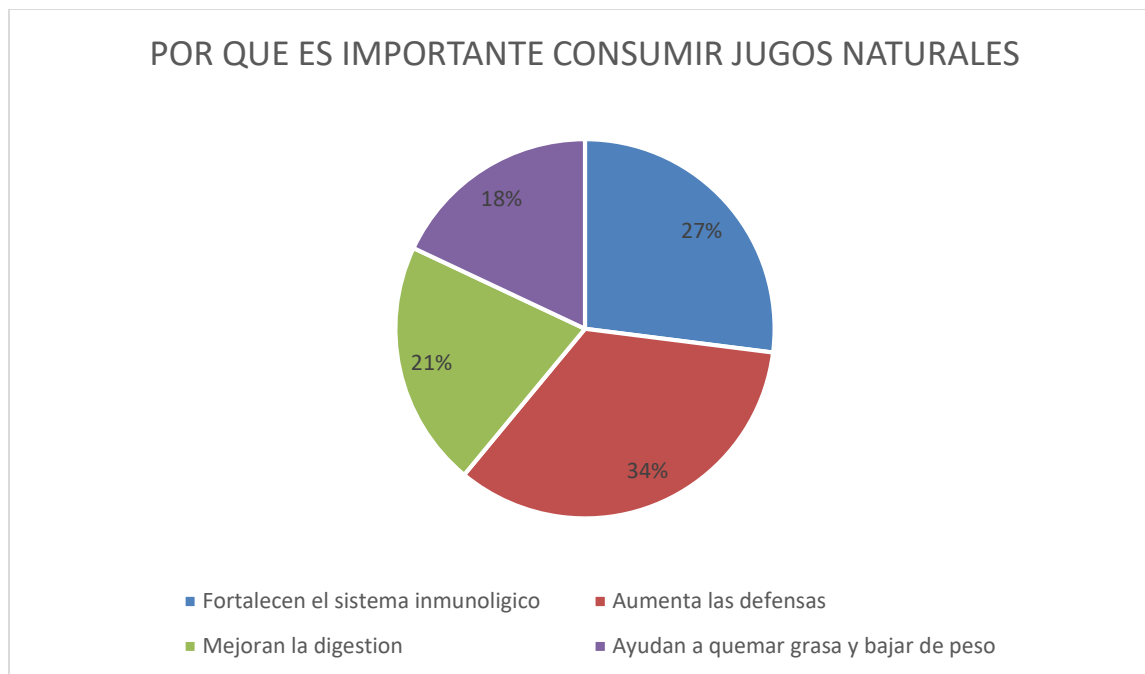
5. ¿Usted considera que es importante el consumo de jugos naturales?

- Si
- No



**Rta:** Se puede analizar que el gran porcentaje de las personas si considera que es importante el consumo de jugos naturales dando un resultado de 82%.

6. ¿Si contesto Si a la pregunta anterior explique por qué es importante el consumo de jugos naturales?



**Rta:** Para la población es importante el consumo de jugos naturales porque ayuda al aumento de las defensas dando un valor del 34% y sirve también para fortalecer el sistema inmunológico arrojando un resultado del 27%. Asimismo, contribuye con la digestión en un 21%.

7. ¿Tiene en cuenta la cantidad de calorías al consumir cualquier tipo de jugo?

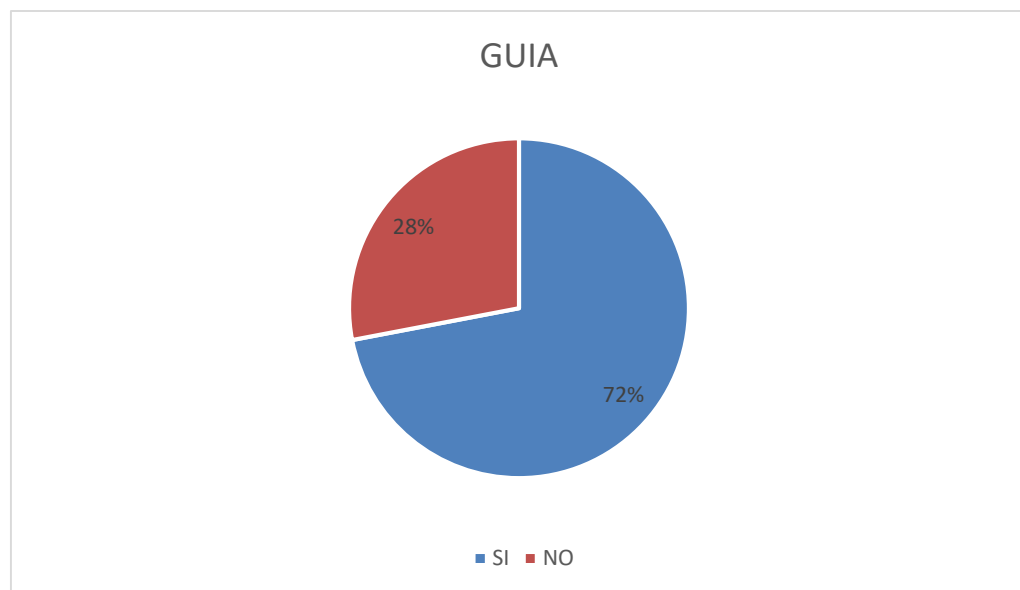
- SI
- NO
- De vez en cuando me fijo



**Rta:** En esta grafica se puede ver que las personas no tienen en cuenta la cantidad de calorías que van a consumir en cualquier jugo mostrando un resultado de 42% sin embargo hay un 38% de personas que si lo tienen en cuenta y un 20% donde rara vez se fijan en las calorías del jugo para ingerir.

8. ¿Le gustaría tener al alcance una guía de jugos a base de frutas naturales para alimentar de manera correcta su cuerpo?

- Si
- No

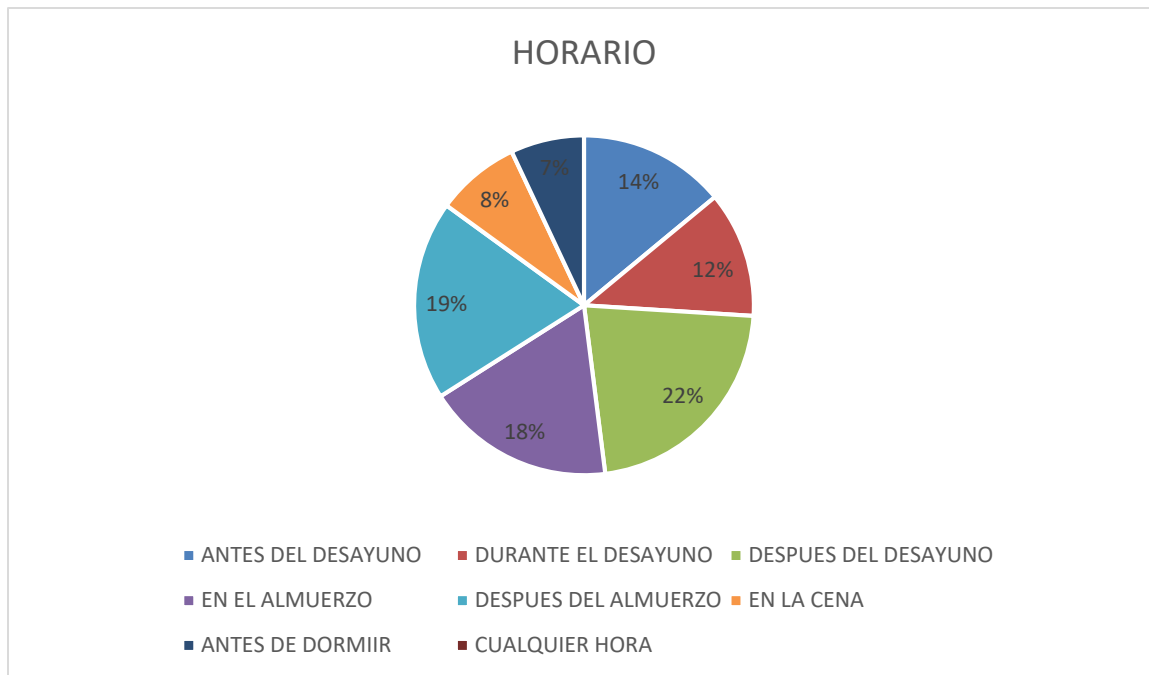


**Rta:** Se puede ver reflejado que a la gran mayoría de personas si les gustaría tener al alcance una guía sobre el cuidado y la manera correcta de alimentar su cuerpo mostrando un resultado de 72%.

9. ¿En qué horario del día le gusta consumir jugo 100% natural?

- Antes del desayuno
- Durante el desayuno
- Después del desayuno
- En el almuerzo
- Después del almuerzo

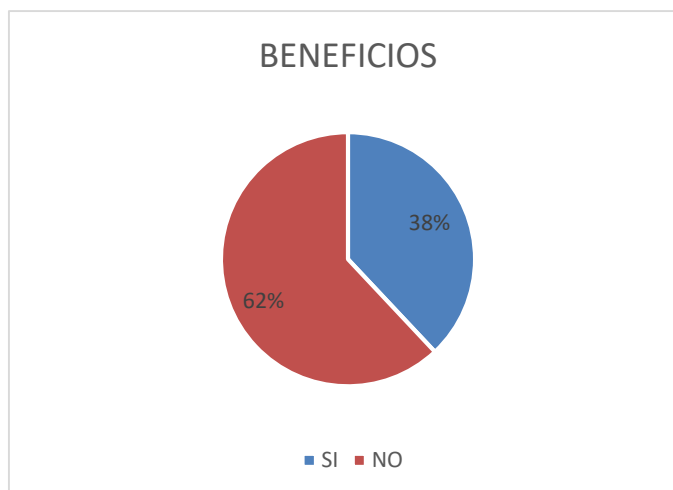
- En la cena
- Antes de dormir
- Cualquier hora



**Rta:** El horario en que las personas prefieren consumir su jugo natural es después del desayuno con un 22% y después del almuerzo con un 19% seguido con el horario en el almuerzo de un 18%.

10. ¿Conoce todos los beneficios que tienen las frutas naturales?

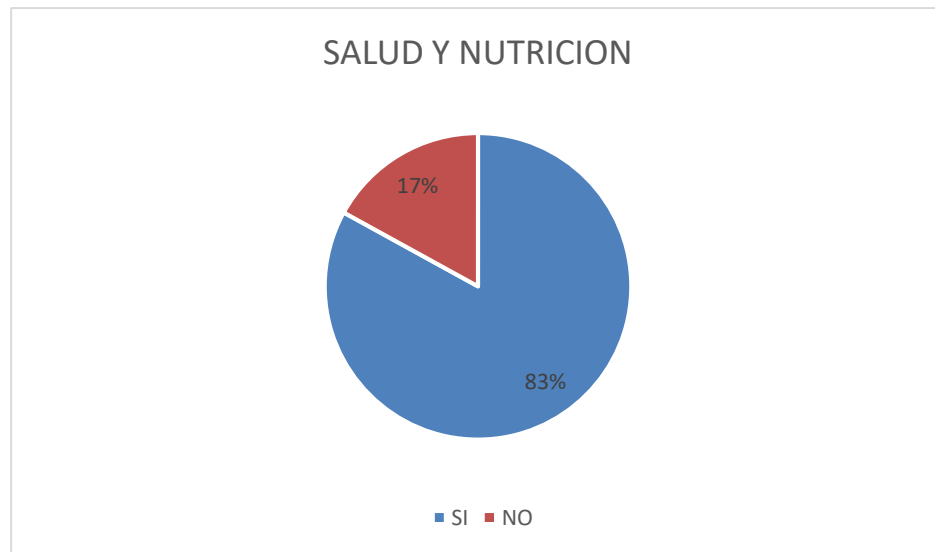
- Si
- No



**Rta:** Los resultados de esta grafica muestra que las personas tienen un déficit de conocimiento sobre los beneficios que tiene las frutas naturales dando un resultado del 62% sin embargo un 38% de las personas si conoce los beneficios de las frutas.

11. ¿Si le ofrecieran un producto que al consumirlo le brinde salud y nutrición lo compraría?

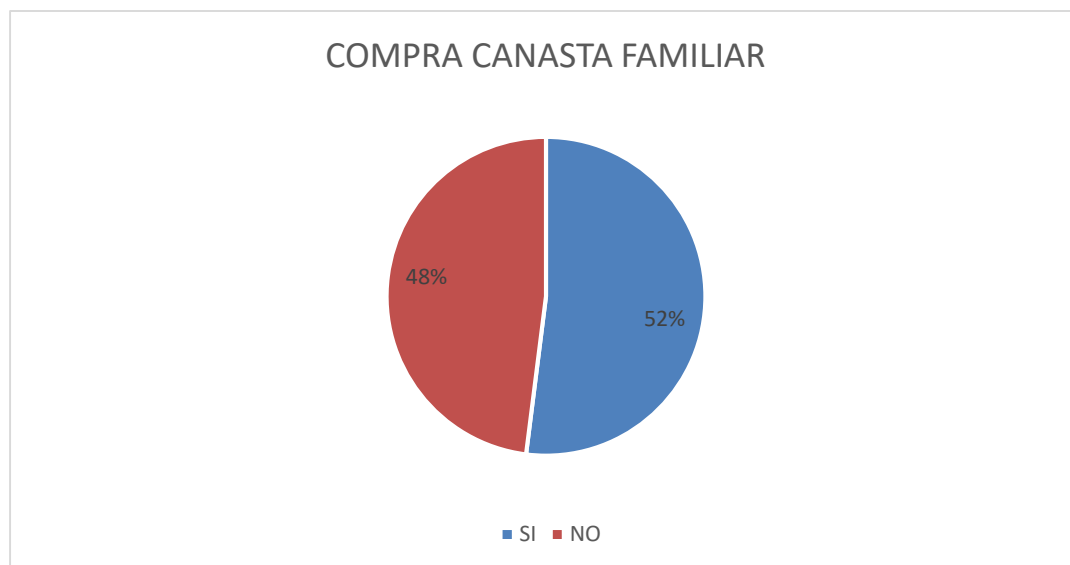
- Si
- No



**Rta:** Esta grafica refleja que al momento de ofrecer un producto que brinde nutrición y salud las personas si están dispuestas a comprarlo con un 83%.

12. ¿Al realizar la compra de la canasta familiar usted incluye cualquier tipo de jugo?

- Si
- No



**Rta:** Se puede analizar que las personas al realizar la compra de su canasta familiar si tiene en cuenta el tipo de jugo que van a beber con un 52% pero también se refleja que un 48% de personas no tienen en cuenta el tipo de jugo que van a ingerir.

13. ¿Normalmente cuanto invierte en la compra de un jugo?

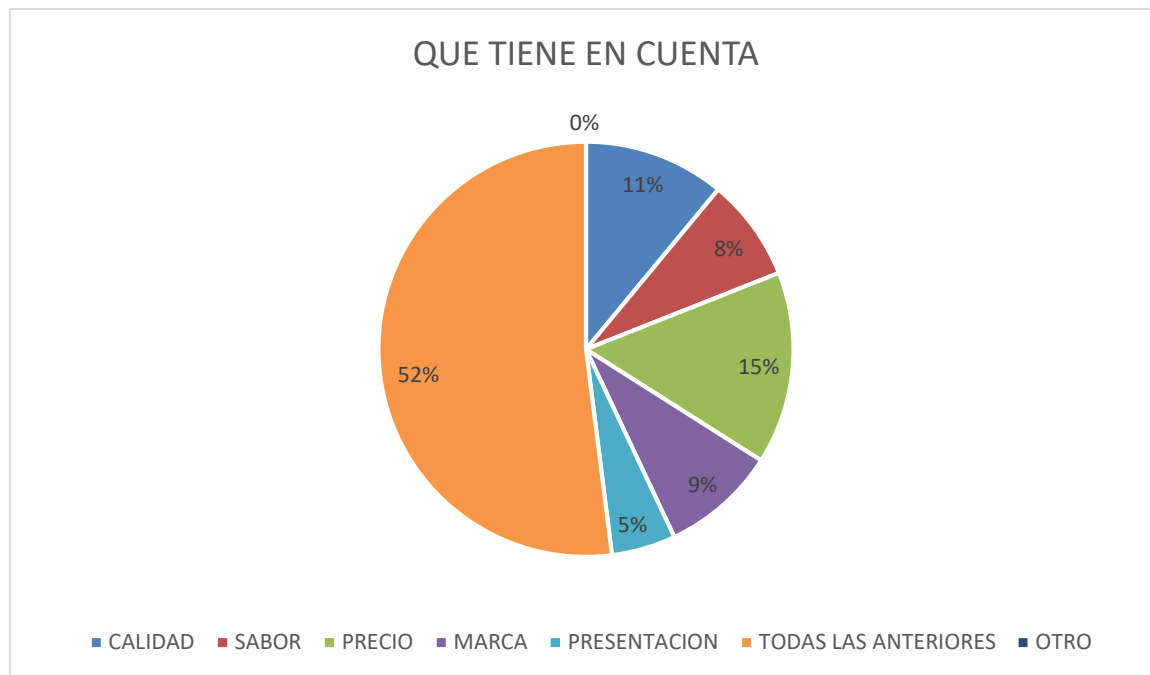
- \$ 2.000
- \$ 4.000
- Mas de \$ 5.000



**Rta:** Las personas invierten un promedio de \$4000 en la compra de un jugo dando como resultado de un 29% favorable.

14. ¿Al momento de realizar una compra en productos de jugos que tiene en cuenta?

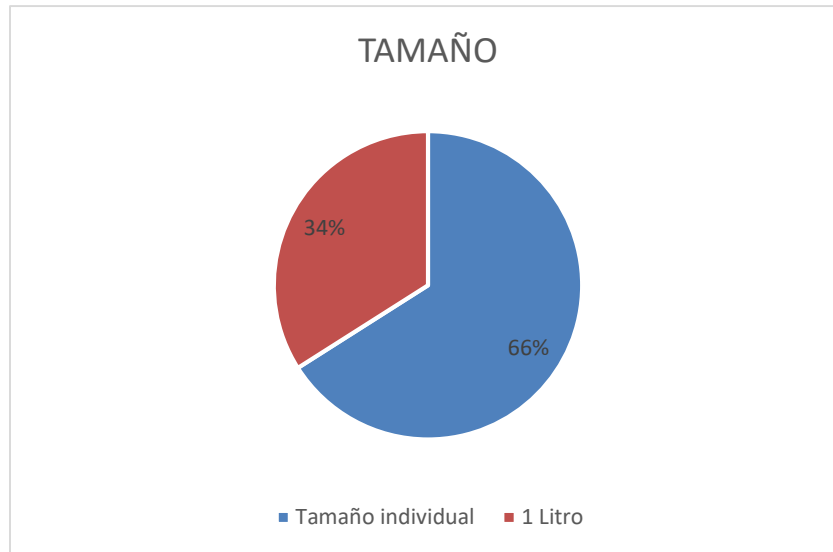
- Calidad
- Sabor
- Precio
- Marca
- Presentación
- Todas las anteriores
- Otro



**Rta:** Esta grafica da un resultado que un 52% de las personas si tiene en cuenta la calidad, sabor, precio, marca y presentación del producto y que también se fijan en el precio con un 15% al momento de realizar la compra del artículo, se pude apreciar que un 11% de las personas tienen en cuenta la calidad.

15. ¿En qué tamaño le gustaría consumir el jugo de su preferencia?

- Tamaño individual
- 1 litro



**Rta:** A la mayoría de las personas les gustaría consumir su jugo de preferencia en tamaño individual con un 66% y de un 1 litro con un 34%.



## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Capítulo 2 SAPAG CHAIN, Nassir. Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. Pearson Educación. Segunda edición. 2011.
- Conceptos de mercado tomados de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Recurso web, Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Programas y Proyectos de Inversión Pública, Dirección de Inversiones Públicas (DGIP). Y [http://www.preventionweb.net/files/32088\\_guiametodologicageneral.pdf](http://www.preventionweb.net/files/32088_guiametodologicageneral.pdf).
- Recurso web, Plan de Negocios, Sena (Fondo emprender) y <http://www.fondoemprender.com/Lists/HerramientasEmprendedores/DispForm.aspx?id=14>
- Recurso web, Manual de Formulación, Sistema Nacional de Inversión Pública para el Ejercicio Fiscal (2013). Y [http://snip.segeplan.gob.gt/sche\\$sinip/documentos/Manual\\_de\\_Formulacion.pdf](http://snip.segeplan.gob.gt/sche$sinip/documentos/Manual_de_Formulacion.pdf)
- Resoluciones y marco legal Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/604808/1962.pdf/abe38fb4-e74d-4dcc-b812-52776a9787f6>
- **Población Ibagué suministrada por CIMPP centro de información municipal para planeación participativa** <http://cimpp.ibague.gov.co/demografia/#1508518287897-91a00827-b87d>.