

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE NUGGETS DE TILAPIA EN EL MUNICIPIO DE  
SANTA CRUZ DE LORICA, EN EL AÑO 2021**

**PRESENTADO POR:**

**JUAN HUMBERTO GUEVARA CANTERO**

**YOIMAN BALDUINO DE JESÚS LÓPEZ USPRUNG**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**LORICA-CÓRDOBA**

**2021**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE NUGGETS DE TILAPIA EN EL MUNICIPIO DE  
SANTA CRUZ DE LORICA, EN EL AÑO 2021**

**PRESENTADO POR:**

**JUAN HUMBERTO GUEVARA CANTERO**

**YOIMAN BALDUINO DE JESÚS LÓPEZ USPRUNG**

**ASESOR:**

**LUÍS FERNANDO ALFONSO GARZÓN**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**LORICA-CÓRDOBA**

**2021**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por haberme permitido llegar hasta este momento.

Al director de trabajo de grado, Luis Fernando Alfonso Garzón, por sus valiosas y oportunas orientaciones, su confianza, gran amabilidad, motivación, y apoyo durante toda la investigación, también agradezco a la universidad de Córdoba, a nuestros profesores y cada facultad que aportó su esfuerzo y dedicación para hacer de nosotros excelentes profesionales.

**Yoiman Balduino de Jesús López Usprung**

Primeramente le agradezco a Dios por darnos salud, y llevarnos por el buen camino en todo este proceso universitario, dándonos sabiduría para poder llevar a cabo a feliz término este proyecto.

Agradezco a mis padres por todo el apoyo en este proceso y creer en mí, a nuestros hermanos, familiares, amigos y compañeros por también ser un gran apoyo.

Agradezco a mis tutores y a nuestro asesor de proyecto, los cuales fueron fundamentales para su realización.

**Juan Humberto Guevara cantero**

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser el guía de mis actos, por llenarme de energía y fortaleza para sí poder alcanzar este logro. Este triunfo es para mi familia, en especial a mi madre, por brindarme su apoyo incondicional durante toda la carrera y a lo largo de mi vida.

Al resto de mi familia, que sin dudarlo siempre me brindaron lo mejor de cada uno, para poder alcanzar este triunfo.

A cada persona que se cruzó en mí camino, y me ayudaron con una voz de aliento y consejos que, sin duda, hoy se ven reflejados.

**Yoiman Balduino de Jesús López Usprung**

Dedico este proyecto a mis padres, porque sin el apoyo incondicional de ellos no lo había logrado, la bendición de ellos me llevo por el buen camino, por esto les dedico este logro a ellos y a Dios

Gracias por el apoyo y sus bendiciones.

**Juan Humberto Guevara cantero**

## TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	13
2.	RESUMEN EJECUTIVO .....	16
3.	REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	17
	3.1 Referente teórico.....	17
	3.2 Referente conceptual .....	21
4.	MODULO DE MERCADO .....	23
	4.1 Producto.....	23
	4.2 Características Técnicas .....	24
	4.3 Usos .....	24
	4.4 Beneficios .....	24
	4.5 Productos Sustitutos .....	25
	4.6 Productos Complementarios.....	25
	4.7 Consumidor Final .....	25
	4.7.1 Segmentación de Mercado.....	25
	4.7.2 Características Socioculturales .....	26
	4.8 Delimitación Geográfica.....	27
	4.9 Análisis de Demanda .....	28
	4.9.1 Diseño Muestral.....	28
	4.10 Análisis de Resultados.....	30
	4.11 Calculo de la Demanda Actual .....	38
	4.12 Proyección de la Demanda .....	40
	4.13 Análisis de la Oferta .....	40
	4.13.1 Calculo de la Oferta Actual .....	41
	4.13.2 Proyección de la Oferta .....	41

4.14 Determinación de la demanda existente .....	42
4.14.1 Tipo de demanda. ....	42
4.15 Proyección de la demanda insatisfecha .....	43
4.16 Análisis de precios.....	43
4.17 Canales de Comercialización.....	44
4.18 Logo de la empresa.....	45
4.19 Estrategia de Publicidad .....	45
<b>5. MÓDULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>46</b>
5.1 Tamaño del proyecto .....	46
5.2 Localización.....	48
5.2.1 Macro-Localización.....	48
5.2.2 Micro-Localización .....	50
5.3 Distribución en Planta .....	52
5.4 Proceso de producción.....	52
5.5 Cotización.....	56
5.6 Naturaleza jurídica de la empresa.....	57
5.7 Direccionamiento estratégico .....	58
5.7.1 Misión.....	58
5.7.2 Visión .....	58
5.8 Organigrama .....	59
5.9 Manual de funciones.....	60
<b>6. MÓDULO DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL .....</b>	<b>68</b>
<b>7. MÓDULO FINANCIERO .....</b>	<b>69</b>
7.1 Inversiones.....	69
7.2 Inversiones diferidas.....	70

7.3 Distribución de costos .....	71
7.4 Punto de Equilibrio.....	78
7.4.1 Costo de variable unitario.....	78
7.4.2 Precio de venta unitario .....	78
7.5 Calculo del capital de trabajo .....	79
7.6 Flujo neto de inversión .....	80
7.7 Proyecciones financieras .....	81
7.8 Evaluación financiera .....	85
8. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	87
9. CONCLUSIONES.....	88
10. RECOMENDACIONES .....	90
11. BIBLIOGRAFÍA.....	91
12. ANEXOS.....	96
Anexo 1 Constancia de validación del instrumento para la recolección de datos .....	96
Anexo 2 Reglamento interno de trabajo.....	99
Anexo 3 Cuestionario .....	134

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 ¿Consume usted Tilapia?.....	38
Tabla 2 ¿Qué cantidad mensual de Nuggets de Tilapia estaría dispuesto a comprar usted? 38	
Tabla 3 Frecuencia Mensual.....	39
Tabla 4 Proyección de la demanda actual .....	40
Tabla 5 Proyección de la oferta actual.....	42
Tabla 6 Proyección de la demanda insatisfecha .....	43
Tabla 7 Análisis de precios.....	44
Tabla 8 Macro-Localización.....	49
Tabla 9 Micro-Localización .....	51
Tabla 10 Cotización.....	56
Tabla 11 Manual de Funciones del Gerente general .....	60
Tabla 12 Manual de Funciones de la Secretaria administrativa .....	61
Tabla 13 Manual de funciones de Jefe de publicidad y ventas .....	62
Tabla 14 Manual de funciones de Auxiliar de publicidad y ventas.....	63
Tabla 15 Manual de Funciones de jefe de producción .....	64
Tabla 16 Manual de Funciones de Operario.....	65
Tabla 17 Manual de Funciones del Bodeguero .....	66
Tabla 18 Manual de Funciones de Contador publico .....	67
Tabla 19 Inversión en Maquinaria y equipo.....	69
Tabla 20 inversión en muebles y enseres .....	70
Tabla 21 Inversiones en activos intangibles .....	70
Tabla 22 Sobrecostos de mano de obra .....	71
Tabla 23 Costo de mano de obra .....	71

Tabla 24 Costo de materiales del primer año de operación.....	72
Tabla 25 costo de servicios del primer año de operación.....	72
Tabla 26 Gastos por depreciación .....	73
Tabla 27 Sobrecostos del personal administrativo .....	75
Tabla 28 Remuneración del personal administrativo. ....	75
Tabla 29 Otros gastos administrativos.....	76
Tabla 30 Gastos en ventas .....	76
Tabla 31 Amortización de gastos diferidos .....	76
Tabla 32 Distribución de costos .....	77
Tabla 33 Punto de equilibrio .....	79
Tabla 34 Capital de trabajo.....	79
Tabla 35 Inversión en capital de trabajo.....	79
Tabla 36 Programa de inversión fija del proyecto.....	80
Tabla 37 Programa de inversión.....	80
Tabla 38 Valor residual de los activos.....	81
Tabla 39 Flujo neto de inversiones.....	81
Tabla 40 Presupuesto de ingresos.....	82
Tabla 41 Presupuesto de costo de producción.....	82
Tabla 42 Presupuesto de gastos de administracion .....	83
Tabla 43 presupuesto de gastos de ventas .....	83
Tabla 44 Presupuesto de costos operacionales.....	83
Tabla 45 Presupuesto de gastos financieros .....	84
Tabla 46 Flujo neto de operaciones .....	84
Tabla 47 Flujo neto del proyecto .....	85

Tabla 48 Indicadores de rentabilidad..... 85

Tabla 49 Fuentes de financiamiento..... 87

## LISTA DE GRAFICOS

Grafico 1 ¿Consume usted Tilapia? .....	30
Grafico 2 ¿Usted ha consumido Nuggets de pescado?.....	30
Grafico 3 ¿Qué tan importante es para usted el pescado en su dieta alimenticia? .....	31
Grafico 4 ¿Consumiría usted Nuggets de Tilapia empacado al vacío? .....	31
Grafico 5 ¿Qué cantidad semanal de Nuggets de Tilapia estaría dispuesto a comprar usted? .....	32
Grafico 6 ¿Qué cantidad le gustaría que contenga la bolsa de Nuggets de Tilapia para su adquisición? .....	32
Grafico 7 ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por 400 gramos Nuggets de Tilapia? .....	33
Grafico 8 ¿Qué aspecto en particular le gustaría que contenga el producto? Escoja uno o varios de los siguientes: .....	34
Grafico 9 ¿En qué lugar le es más accesible a usted para comprar los Nuggets de Tilapia?	35
Grafico 10 ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer acerca de la empresa? ...	35
Grafico 11 ¿Qué aspectos considera para no probar este producto? .....	36
Grafico 12 Si un amigo que ha consumido los Nuggets de Tilapia, le ofrece probarlo ¿Lo consumiría?.....	36
Grafico 13 ¿Cuál de los siguientes aspectos no le gustan de los Nuggets de Tilapia?.....	37

**LISTA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Presentación Nuggets de Tilapia .....	23
Ilustración 2 Delimitación Geográfica de Lórica .....	28
Ilustración 3 Canales de Comercialización .....	44
Ilustración 4 Logo de la Empresa .....	45
Ilustración 5 Proceso de Producción .....	52
Ilustración 6 Organigrama .....	59

## 1. INTRODUCCIÓN

La tendencia mundial, nacional y regional, específicamente en la zona costera del departamento de Córdoba, muestra un aumento de la actividad piscícola, en donde la tilapia sobresale como una de las especies más cultivadas. En el año 2005, la tilapia alcanzó el 49% de la producción nacional de peces de cultivo y en el 2011, de las 82.733 toneladas de la producción nacional piscícola, 48.433 toneladas fueron de tilapia, equivalentes al 58.5% del mercado nacional. (Oviedo P, 2013)

Actualmente alimentarse sano se ha convertido en tendencia mundial y esta sigue en aumento, consumir que aporte altos nutrientes y conserve la buena salud, son primordiales en la dieta de las personas. La proteína de pescado ha figurado ser idónea para satisfacer la necesidad del mercado, su bajo precio, facilidad al preparar, además no contiene grasas saturadas o contraproducentes a largo plazo.

Santa Cruz de Lorica se encuentra ubicada al norte del departamento de Córdoba, en la zona baja del río Sinú y próxima al litoral del mar Caribe a una distancia de 29 kilómetros de Coveñas, 50 kilómetros de Tolú y 60 kilómetros de Montería. La cabecera municipal está localizada sobre la margen derecha del río Sinú. En el departamento de Córdoba Santa Cruz de Lorica limita con los siguientes municipios: Al norte: con San Antero, San Bernardo del Viento, Purísima y Momil. Al sur: con San Pelayo. Cotorra. Al este: con Momil y Chimá. Al oeste: con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos. Con una extensión total: 1033 Km<sup>2</sup> que consta de una extensión área urbana: 7,3 Km<sup>2</sup> y una extensión área rural: 1025,7 Km<sup>2</sup>. (Colombia Turismo WEB, 2015).

La economía del municipio de Santa Cruz de Lorica gira en torno al sector primario entre ellas la agricultura, ganadería, pesca y también del sector terciario el comercio, el cual se caracteriza por la llegada de gran afluencia de personas de los alrededores.

Córdoba cuenta con una producción piscícola de 4.500 toneladas anuales, entre las principales especies acuícolas producidas en el departamento de Córdoba se encuentran Bocachico, cachama, tilapia, doncella, bagre y sábalo (ICA, 2019). Esta será la materia prima que se utilizará para la producción de nuggets empacados al vacío.

El pescado es una de las principales fuentes de minerales como el zinc o el fósforo, y de vitamina A, B12 o de ácido fólico, nutrientes que intervienen en la concentración, la memoria y, el aprendizaje. El consumo regular de pescado refuerza las defensas. Los ácidos omega 3 del pescado son un aliado importante del sistema inmunológico, ya que lo refuerza. También se ha comprobado que los ácidos omega 3 ayudan a combatir los procesos inflamatorios, las erupciones cutáneas y la fatiga (Carnero, 2019). Los nuggets de Tilapia serán un alimento rico por su frescura, sabor y nutrientes, contribuyendo no solo a una sana alimentación, sino también al cuidado de la salud. El consumo constante de Nuggets aportara beneficios al sistema cardiovascular y un buen funcionamiento de este. Por otra parte será un producto apetecido por quienes lleven un estilo de vida sano y acompañado de ejercicios diarios.

Es una importante fuente de proteína (un filete de 200 gramos aporta 40 gramos de la mejor proteína lo que equivale al 80% de los requerimientos), además es rica en ácidos grasos omega 3 (ácidos grasos que el cuerpo no puede producir por lo que tienen que ser ingeridos por medio de los alimentos para el correcto desarrollo del sistema nervioso y del cerebro). Es de vital importancia, sobre todo en verano, consumir mayor cantidad de alimentos frescos y naturales, nuestro organismo lo reclama. El pescado es la opción de la temporada en estos

tiempos de cocción de protección a la aceptada por los chicos (peru.com, 2015). Combina muy bien con verduras y por ser baja en grasa resulta ser un plato ideal, para todos los que deseen bajar un poco de peso para el verano. Es muy fácil de digerir y de preparar. Una excelente alternativa como parte de tu dieta saludable.

Por lo anterior, el presente trabajo propone realizar estudio de mercado, técnico, organizacional, impacto social, económico, ambiental y financiero, con la finalidad de definir la factibilidad, para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Nuggets de Tilapia en el municipio de Santa Cruz de Lorica, en el año 2021.

## 2. RESUMEN EJECUTIVO

**Empresa:** NUTILAP S.A.S

**Ubicación:** Sur del Municipio, Carretera troncal vía a San antero y Coveñas.

**Oportunidad de negocio:** La creación de una empresa productora y comercializadora de Nuggets de Tilapia empacada al vacío, se hace atractiva partiendo de la necesidad que se halla en el mercado y la nueva tendencia de alimentación sana, con el fin de conservar la buena salud. Por otra parte la Tilapia es cultivada en la zona y es un alimento altamente consumido por los habitantes del Municipio de Lorica.

**Objetivo:** Este proyecto pretende conocer la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de Nuggets de Tilapia empacada al vacío en el municipio de Santa Cruz de Lorica, para ello se hace necesario una serie de estudios idóneos para definir con pruebas del mercado, aspectos técnicos, organizacionales, sociales, económicos, ambientales y financieros, si realmente es rentable iniciar la puesta en marcha del negocio.

**Competidores:** Supermercado D1, Supermercado ARA, Super tiendas Olímpica, Supermercado Éxito, Supermercado Merca Hogar.

**Producto:** Nuggets de Tilapia empacado al vacío.

**Presupuesto de inversión:** La inversión que se requerirá para la puesta en marcha de la empresa es equivalente \$114.402.405, de dicha inversión \$45.760.962 igual al 40% es obtenida de préstamos bancarios y el 60% restante, será por recursos propios.

**Rentabilidad:** La TIR es equivalente al 66%; R B/C \$4,33; VPN \$116.590.012.

### 3. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL

#### 3.1 Referente teórico

Con estos referentes se creará los medios para el desarrollo de la creación de una empresa productora y comercializadora de Nuggets de Tilapia, con el objetivo de establecer opciones para implementar hábitos de consumo saludable para la población que se encuentra en el Municipio de Santa Cruz de Lorica; asimismo, en el referente teórico se dará una definición sobre todos los beneficios que tiene el consumir la tilapia; sin embargo, en el referente conceptual se explicará cada una de las temáticas claves para el desarrollo del plan de negocio, en el cual encontramos los diferentes estudios que asocian a la creación de empresa como son: estudio administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero, ya que son puntos claves para la ejecución de este proyecto.

**La tilapia:** Es un pez africano del género *Oreochromis* perteneciente a la familia Cichlidae (Cíclidos) y Subfamilia: Cichlasomatinae. Son peces de ambientes tropicales que se caracterizan por su rápido crecimiento y capacidad de colonizar diversos ambientes acuáticos. Son muy resistentes a bajos niveles de oxígeno (por debajo de 4 mg O<sub>2</sub>/L) y elevada concentración de materia orgánica en el agua (más de 30 ml de SS (sólidos suspendidos)). Asimismo, son capaces de sobrevivir a variaciones altas de salinidad y temperatura. (Museum, 2018)

La Tilapia contiene grandes cantidades de vitaminas y proteínas como D y E para la piel, vitaminas del complejo B que favorecen el sistema nervioso, fósforo y calcio que fortalecen los huesos y ácido fólico, el consumo de mojarra tilapia es especialmente indicado durante el embarazo. Además, el consumo frecuente de tilapia tiene ventajas antioxidantes como la protección a las células del envejecimiento y evitar algunos problemas cardiacos. Se sabe

que la Tilapia aporta un tipo de grasas cardio protectoras que no abundan en otras carnes. Estas grasas se conocen como Omega 3, buenas ya que ayudan al control del colesterol en la sangre y previenen ciertos tipos de cáncer. (RADIOMÁS, 2020).

**Nuggets:** Son sometidos a un proceso de cocción en aceite, pero solo para darles color y sabor, conseguir la correcta fijación del rebozado y empanado, además de absorber aceite y facilitar el calentamiento posterior por parte del ama de casa. La composición química de la harina de yuca, de trigo, el pan rallado, el casabe molido y los nuggets precocinados de los dos tratamientos generados se evaluó a través de las determinaciones de proteína cruda (CORI, 2016).

### **Creación de una empresa**

Se inicia mucho antes que ella comience a operar en el mercado. Toman relevancia, por lo tanto, la figura del emprendedor y los enfoques teóricos que analizan los estímulos individuales que llevan a la acción y a la detección de oportunidades, así como los factores ligados al desarrollo de capacidades creativas, de planificación y gestión de proyectos empresariales. (REARTE, 2005). En la actualidad las organizaciones dentro de su entorno interno y externo se manejan grandes temáticas, ya que cada día deben adaptarse a los cambios que generan dentro del mercado; asimismo, las empresas deben desarrollar estrategias para ser más competitivas dentro del ámbito: político, económico, social y demás.

### **Estudio de Mercado**

Es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto, a través del

estudio de mercado, se analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio (Galán, 2019).

### **Estudio Técnico**

Conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos (UCIPFG, 2012).

### **Estudio organizacional**

Consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimientos administrativos, laborales, aspectos legales, ecológicos, fiscales (C.B, 2011).

### **Módulo de Impacto Social, Económico y Ambiental**

**Social** consiste en establecer las acciones de prevención, mitigación y control de los impactos negativos que, sobre los grupos humanos relacionados, puedan ocasionar las afecciones ambientales de actividades de desarrollo (Sustentarse, 2020).

**Económico** analizan el efecto de una actividad u organización en la economía, generalmente en una localidad o región específica. Se centran en estimar la producción, la renta y la ocupación que genera la actividad o entidad (Gobierno Vasco, 2017).

**Ambiental** debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción, identificación, e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las acciones que ejecutará para impedir o minimizar sus efectos significativamente adversos, permiten determinar si el proyecto o actividad se hace cargo de los efectos ambientales que genera, mediante la aplicación de medidas de mitigación, reparación y/o compensación (GRN, 2010).

### **Estudio financiero**

Tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil (Slideshare, 2009).

### 3.2 Referente conceptual

**Alimento nutritivo:** Es el que aporta al organismo los nutrientes, las vitaminas, las calorías y demás componentes necesarios para la salud (Ecured, 2015).

**Consumidor:** Es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios (Economipedia, 2020).

**Idea de negocio:** Es la prestación del servicio o la generación de un producto que puede ser ofrecido en un mercado específico, del cual se pueden obtener dividendos y beneficios (Barroeta, 2020).

**Evaluación del proyecto:** Se entenderá como un Instrumento o Herramienta que provee información a quien debe tomar decisiones de inversión (Baldiviezo, 2006).

**Hábitos de consumo:** Hacen referencia al comportamiento de los consumidores dentro del mercado; desde el momento en el que buscan un producto o servicio hasta la atención postventa (Silva, 2020).

**Innovación:** Es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado (Vanegas, 2020).

**Nuggets:** son un producto procesado crudo, apanado, elaborado con pasta de pescado o filetes, desespinado, adicionando subproductos de pescado y aditivos e ingredientes de uso permitido por la autoridad competente (ALVAREZ & AGUDELO, 2016).

**Relación Beneficio Costo (RBC):** Es una herramienta financiera que compara el costo de un producto versus el beneficio que esta entrega para evaluar de forma efectiva la mejor decisión a tomar en términos de compra (Significados, 2017).

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** Es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión (CREU MASTER, 2018).

**Tilapia:** Es el nombre genérico con el que se denomina a un grupo de peces de origen africano, que consta de varias especies, algunas con interés económico, pertenecientes al género *Oreochromis* (Naturalista, 2018).

**Valor añadido:** Es el conjunto de características adicionales del producto o servicio que se ofrece que hacen que sea más atractivo para el cliente frente a la competencia (Escuela de Negocios, 2015).

**Valor Presente Neto (VPN):** Es aquella que permite evaluar los proyectos de inversión en el medio y en largo plazo y conocer si podremos o no maximizar esa inversión (C., 2019).

## 4. MODULO DE MERCADO

### 4.1 Producto

El Nuggets es producido de una manera eficaz, por ende ser capaz de conservar la cobertura completa de envuelto a pesar de las desiguales diversificaciones entre los diferentes fragmentos de equipo y durante el enfriamiento ya que gran parte de estos productos se ofrecen congelado. También, deben soportar resistencias de envío donde la vibración puede arrancar los recubrimientos mal adheridos (MICHELLE, 2021).

La empresa producirá Nuggets de Tilapia, extrayendo toda la pulpa en su mayor proporción, sin espinas, se procesará la carne para este tipo de nuggets saludables y nutritivos. Este producto será creado para el consumo de humano (Hombre y Mujeres) y la materia prima a utilizar es la Tilapia, carne apetecida cada vez más en el mundo por ser baja en grasas, buen sabor, bajo precio y gran cantidad de nutrientes que ayudan al cuidado de la salud.

*Ilustración 1 Presentación Nuggets de Tilapia*



*Fuente: Kiwilimón*

## **4.2 Características Técnicas**

La empresa producirá y comercializará Nuggets de Tilapia un producto con características llamativas que van desde su apariencia hasta su sabor, olor y frescura. Su empaque diseñado para llamar la atención de los consumidores tendrá el logo, tabla nutricional y la imagen de un Nuggets preparado listo para consumir. Será un producto natural al 100% y empacado al vacío para conservar al mayor su calidad y frescura, con empaque biodegradable amigable con el medio ambiente.

La presentación en los puntos de venta está compuesta por 20 Nuggets con un peso unitario de 20 gramos y un peso total de 400 gramos aproximadamente, similar a las cantidades que se encuentran de otros Nuggets en el mercado.

## **4.3 Usos**

Los Nuggets de Tilapia enfocados para el consumo humano, son alimentos apetecidos desde sus inicios y actualmente se le apremia por aportar nutrientes significativos al cuerpo, mediante una dieta sencilla acompañada con vegetales, salsas o aderezos bajos en grasa y bebidas bajas en azúcar permiten tener buena salud y un cuerpo sano.

Por otra parte será fácil de preparar y conveniente para ocasiones especiales, distribuidos como pasabocas, alimento que nutre y ayuda a disminuir el trabajo de quien los prepara ya que solo se necesitarán 3 minutos para su cocción.

## **4.4 Beneficios**

La carne de Tilapia posee nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del cuerpo humano, debido a su alta concentración de minerales como el zinc o el fósforo, vitamina A, B12 o de ácido fólico, proteína y omega 3 capaces de establecer buena salud de las personas.

Ayuda a mejorar la concentración, la memoria y, el aprendizaje, refuerza el sistema inmunológico y por ende la acción de respuesta de cuerpo ante las enfermedades, funciona como aliado en los procesos inflamatorios, las erupciones cutáneas y la fatiga, también aporta beneficios al sistema cardiovascular y un buen funcionamiento de este, la proteína permitirá la fortificar los músculos, además los ácidos grasos que el cuerpo no puede producir deben ser ingeridos por medio de los alimentos (Tilapia) para el correcto desarrollo del sistema nervioso y del cerebro (Peru, 2015).

#### **4.5 Productos Sustitutos**

Lo referente a productos sustitutos ofertados en los diferentes mercados se halla productos que pueden sustituir los Nuggets de Tilapia, entre ellos se encuentran la carne de pescado, cerdo, pollo, y res y productos más elaborados como hamburguesas de vegetales, Nuggets de pollo, carne y pescado.

#### **4.6 Productos Complementarios**

Lo que respecta a productos complementarios o acompañantes de los Nuggets de Tilapia, abarcan desde ensaladas de diferentes vegetales, bebidas naturales o elaboradas pero bajas en azúcar, además salsa guacamole, tomate entre otras, aderezos que permiten mejorar la experiencia de alimentarse.

#### **4.7 Consumidor Final**

##### **4.7.1 Segmentación de Mercado**

La población objeto de estudio está conformada por los habitantes de Santa Cruz de Lorica, que corresponden a 119.800 habitantes, segmentadas en los habitantes estrato 3 (18%) y 4(2%) del Municipio, que corresponden a 23.960 personas (DANE, 2018). Esta población

representa a los clientes potenciales y que por su capacidad adquisitiva están en posición de comprar los Nuggets de Tilapia.

#### **4.7.2 Características Socioculturales**

Santa Cruz de Lorica en su área geográfica limita con el río Sinú y la ciénaga grande, debido a esto la pesca cumple un papel importante en la actividad económica del municipio, estos lugares (Río y Ciénaga) de mucha afluencia de peces entre ellos la Tilapia, son la razón por la cual el pescado siempre ha sido alimento relevante y necesario para la dieta de los habitantes de la cabecera municipal (La razón, 2019). Por lo tanto es normal observar la venta de diferentes tipos de peces demandados por personas de Lorica y municipios aledaños.

El cerdo, las reses, la gallina y el pescado (Tilapia y Bocachico) son los ingredientes más comunes para las comidas principales de la región (R, 2016). En vista de lo anterior y tomando como base que el pescado hace parte de la cultura gastronómica del Municipio de Lorica desde sus inicios, la venta y distribución de Nuggets de Tilapia, tendrá buena acogida por los habitantes incluyendo niños que no tendrán que extraer espinas y por ende no tendrán el peligro de atorarse con estas.

El Municipio de Lorica tiene dedicadas a la explotación pesquera 395 hectáreas, 99 de ellas para explotación comunitaria, 16 para zocriaderos y 280 para camarones<sup>26</sup>. El número de personas que aprovechan el recurso pesquero ha sido calculado por diversos estudios, y varía debido al grado de dedicación a esta actividad ya que éstos pueden ser de tiempo completo, comerciales, de subsistencia, entre otros. Así mismo, se debe tener en cuenta no sólo a la persona sino a la Unidad Económica de Pesca (UEP), que incluye cuando es el caso el transporte (canoa, chalupa) y el o las artes, que puede requerir de dos o más pescadores para su funcionamiento, que a la vez puede variar de acuerdo con turnos establecidos o con

préstamos de los utensilios. En la ciénaga Grande de Lorica unos 50.000 pobladores ribereños se dedican especialmente a la pesca, la alfarería y la ganadería; mientras que en Betancí, cerca de 4.000 personas viven directa o indirectamente de los recursos hidrobiológicos. Concluyen que la explotación de los recursos pesqueros se concentra en estas dos ciénagas y que a lo largo del río esta actividad es prácticamente nula. Las capturas registradas de enero a diciembre de 2013 alcanzaron los 1078,36 t, de los cuales el municipio de Lorica, contribuyó con el 66,93 %; mientras que el municipios de Momil con el 33,07 % (MEJÍA, 2008).

La pesca en el Municipio de Lorica, no solo es un oficio que genera ingresos a estas personas, también es cultura gastronómica altamente arraigada, debido a la demanda de pescado diario que generalmente se exhiben en el mercado, por ser muy apetecida, permite utilizar esta materia prima y convertirla en un alimento procesado que sea de gran acogida y aceptación para los habitantes de Lorica.

#### **4.8 Delimitación Geográfica**

Santa Cruz de Lorica se encuentra ubicada al norte del departamento de Córdoba, en la zona baja del río Sinú y próxima al litoral del mar Caribe a una distancia de 29 kilómetros de Coveñas, 50 kilómetros de Tolú y 60 kilómetros de Montería. La cabecera municipal está localizada sobre la margen derecha del río Sinú, en este lugar se encuentran los clientes potenciales con la capacidad adquisitiva para comprar este producto.

Ilustración 2 Delimitación Geográfica de Lorica



Fuente: Google Imágenes

En el departamento de Córdoba Santa Cruz de Lorica limita con los siguientes municipios:  
 Al norte: con San Antero, San Bernardo del Viento, Purísima y Momil. Al sur: con San Pelayo. Cotorra. Al este: con Momil y Chimá. Al oeste: con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos. Con una extensión total: 1033 Km<sup>2</sup> que consta de una extensión área urbana: 7,3 Km<sup>2</sup> y una extensión área rural: 1025,7 Km<sup>2</sup> (Colombia Turismo WEB, 2015).

## 4.9 Análisis de Demanda

### 4.9.1 Diseño Muestral

El tamaño de muestra permite a los investigadores saber cuántos individuos son necesarios estudiar, para poder estimar un parámetro determinado con el grado de confianza deseado, o el número necesario para poder detectar una determinada diferencia entre los grupos de estudio, suponiendo que existiese realmente. El cálculo del tamaño de la muestra es una

función matemática que expresa la relación entre las variables, cantidad de participantes y poder estadístico. (Liceaga, 2013). La población serán los habitantes estrato 3 (18%) y 4(2%) del Municipio, que corresponden a 23.960 personas (DANE, 2018).

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

Dónde:

Tamaño de la muestra =?

Desviación de la muestra (confianza) = 95% (1,96)

Probabilidad a favor = 0,5

Probabilidad de fracaso = 0,5

Error o margen de muestreo = 0,05

Población = 23.960

$$n = \frac{23.960 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (23.960 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} = 379$$

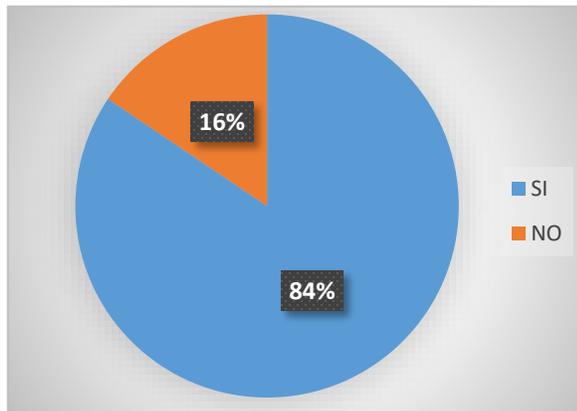
n= 379

Se realizarán 379 encuestas dirigidas a los habitantes estrato 3 y 4 del Municipio de Santa Cruz de Lorica, Córdoba.

#### 4.10 Análisis de Resultados

	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Si</i>	320	84%
<i>No</i>	52	16%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Grafico 1 ¿Consume usted Tilapia?

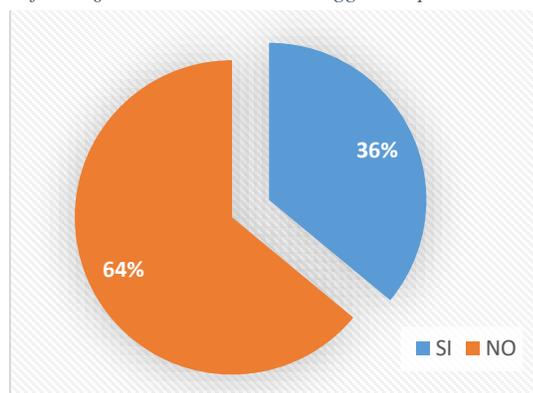


Fuente: Elaboración Propia

Al finalizar la totalidad de las encuestas, se obtiene como resultado que el 84% afirmaron si integrar la Tilapia en su alimentación, esta cantidad equivalente a 320 personas tomadas como parte de la muestra poblacional, mostrando así un mercado potencial con solo un 16% que dice no consumir tilapia. Por otra parte esta pregunta está creada para conocer el consumo de Tilapia en el mercado de alimentos del Municipio de Lorica.

	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Si</i>	124	36%
<i>No</i>	219	64%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

Grafico 2 ¿Usted ha consumido Nuggets de pescado?

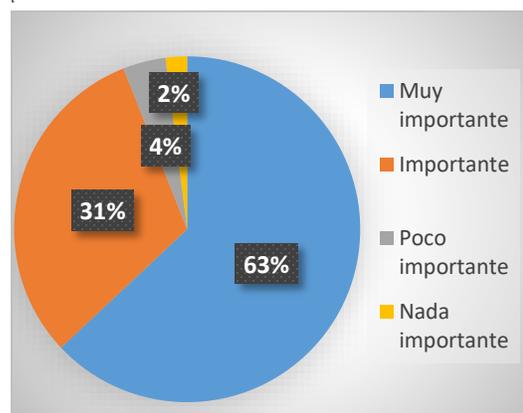


Fuente: Elaboración Propia

La finalidad de esta pregunta es conocer si al momento de comprar, las personas tienen en cuenta o conocen los Nuggets de pescado para su alimentación sana, por lo tanto se halla que un 36% de las personas han probado (conocen) los Nuggets de pescado como alimento saludable. Con estos datos se puede determinar que en el Municipio de Lorica hay más de un tercio de la población que podría consumir este producto, motivo por el cual ya es conocido por las personas.

Grafico 3 ¿Qué tan importante es para usted el pescado en su dieta alimenticia?

	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Muy importante</b>	215	63%
<b>Importante</b>	106	31%
<b>Poco importante</b>	15	4%
<b>Nada importante</b>	7	2%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

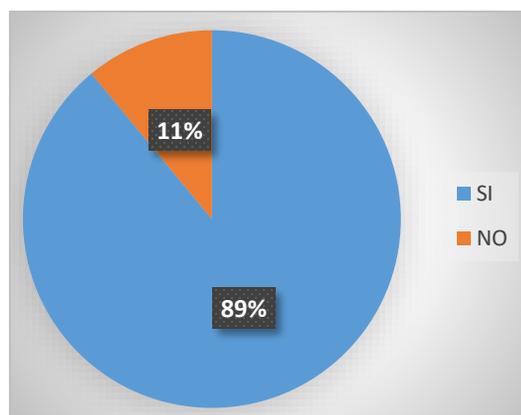


Fuente: Elaboración Propia

Al realizar el análisis respectivo se halla que el pescado es un alimento ideal de consumo en las personas de Lorica, los resultados muestran que esta proteína animal es considerada muy importante por el 63% e importante por 31% de las personas encuestadas, arrojando que sin ninguna duda que hace parte de manera intrínseca de la cultura gastronómica.

Grafico 4 ¿Consumiría usted Nuggets de Tilapia empacado al vacío?

	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Si</b>	307	89%
<b>No</b>	36	11%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

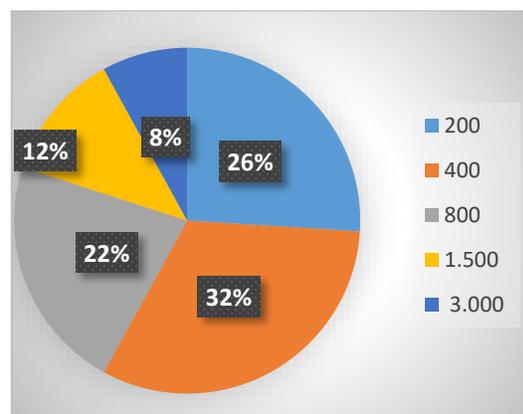


Fuente: Elaboración Propia

Después de realizar el análisis del resultado de esta respuesta se observa que el 89% de las personas que afirmaron consumir pescado están dispuestas a probar Nuggets de Tilapia empacado al vacío y hacerla parte de su dieta. Dando a conocer que hay un amplio mercado o gran cantidad de personas que les gustaría probar este producto.

Grafico 5 ¿Qué cantidad semanal de Nuggets de Tilapia estaría dispuesto a comprar usted?

<b>Gramos</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
200	90	26%
300	110	32%
400	74	22%
500	42	12%
600	27	8%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

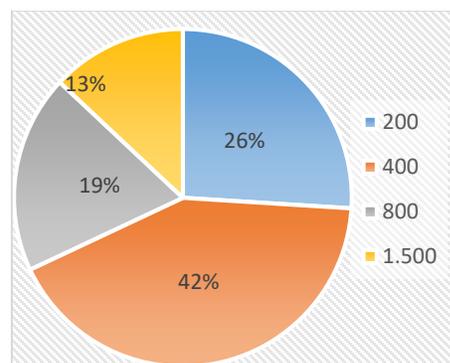


Fuente: Elaboración Propia

El 32% de las personas del Municipio de Lorica estarían dispuestas a comprar 300 gramos Nuggets de Tilapia mensuales, esto permite conocer la demanda semanal de dicho producto y en que peso será mayormente demandado.

Grafico 6 ¿Qué cantidad le gustaría que contenga la bolsa de Nuggets de Tilapia para su adquisición?

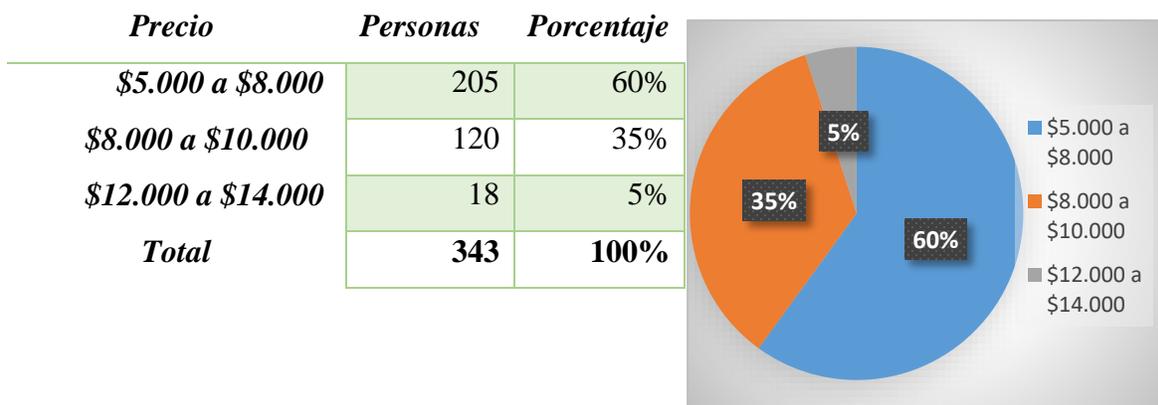
<b>Gramos</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
200	89	26%
400	145	42%
800	67	19%
1.500	42	13%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>



Fuente: Elaboración Propia

Después de realizar el análisis se observa que 42% de las personas prefieren que el peso de las bolsas de Nuggets sea de 400 gramos en los puntos de venta. A su vez esto permite conocer en qué cantidad será mayormente demandado este producto y crearlo con la preferencia de las personas de esta manera obtener mayores ventas.

*Grafico 7 ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por 400 gramos Nuggets de Tilapia?*

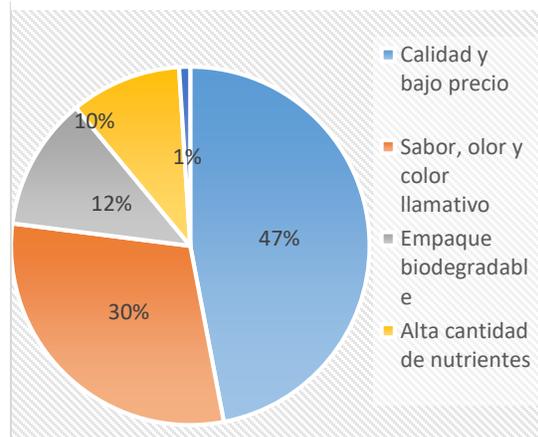


*Fuente: Elaboración Propia*

Se halla en los resultados de esta pregunta que el 60% de las personas de Lorica prefieren o están dispuestos a pagar por el producto \$5.000 a \$8.000 por una presentación de 400 gramos, se denota que al momento de realizar las compras o adquirir el producto, las personas tienen ciertas preferencias en relación precio / cantidad, para tomar la decisión de compra.

<i>Aspecto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<b><i>Calidad y bajo precio</i></b>	162	47%
<b><i>Sabor, olor y color llamativo</i></b>	102	30%
<b><i>Empaque biodegradable</i></b>	41	12%
<b><i>Alta cantidad de nutrientes</i></b>	33	10%
<b><i>Otra ¿Cuál?</i></b>	5	1%
<b><i>Total</i></b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

Grafico 8 ¿Qué aspecto en particular le gustaría que contenga el producto? Escoja uno o varios de los siguientes:

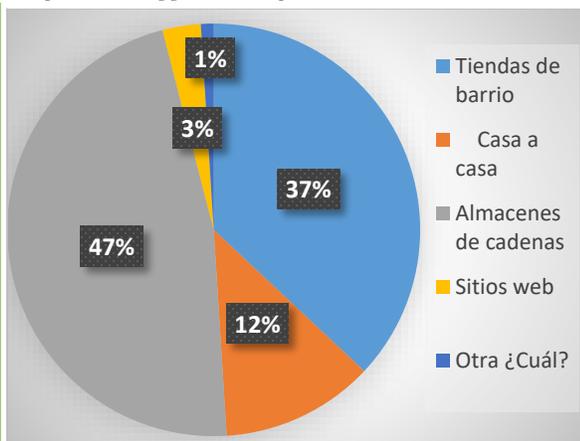


Fuente: Elaboración Propia

El objetivo de esta pregunta es identificar qué aspecto o característica es más relevante, la cual permitirá crear un producto ajustado a la necesidad, gustos y preferencias de las personas de Lórica, de esta manera se logra enfocar el producto acertadamente. Por otra parte se halla que un 47% de los encuestados prefieren que los Nuggets de Tilapia sean de calidad a un bajo precio.

<i>Lugares</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Tiendas de barrio</b>	128	37%
<b>Casa a casa</b>	40	12%
<b>Almacenes de cadenas</b>	160	47%
<b>Sitios web</b>	11	3%
<b>Otra ¿Cuál?</b>	4	1%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

Grafico 9 ¿En qué lugar le es más accesible a usted para comprar los Nuggets de Tilapia?

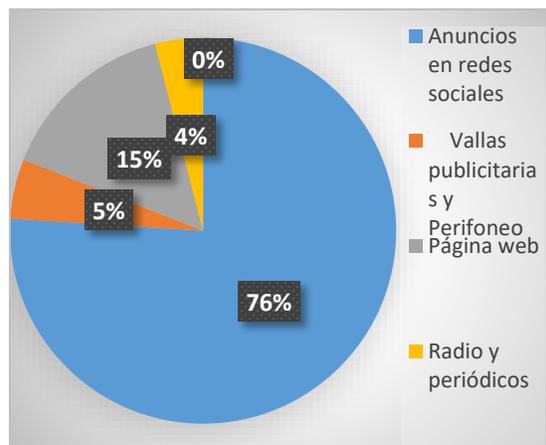


Fuente: Elaboración Propia

Después de analizar el resultado se observa 47% de las personas les gustaría comprar los Nuggets de Tilapia en almacenes de cadena y un 37% en tiendas de barrio, esto que permite identificar el canal de distribución que se utilizara al momento de llevar el producto al consumidor final.

<i>Medio</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Anuncios en redes sociales</b>	260	76%
<b>Vallas publicitarias y Perifoneo</b>	18	5%
<b>Página web</b>	50	15%
<b>Radio y periódicos</b>	15	4%
<b>Otra ¿Cuál?</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

Grafico 10 ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer acerca de la empresa?



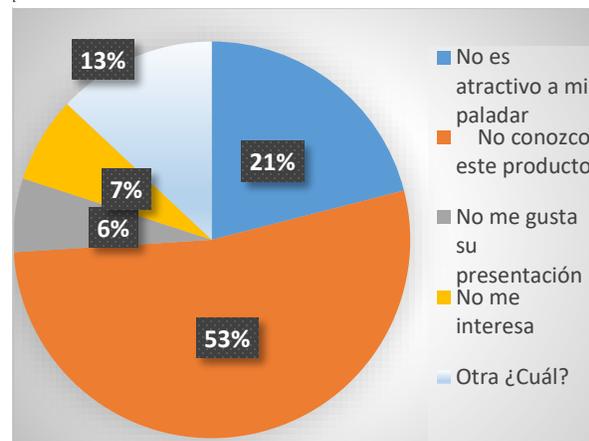
Fuente: Elaboración Propia

Las personas encuestadas en el Municipio de Lorica respondieron en un 76% que les gustaría conocer más acerca de la empresa por medio de anuncios en redes sociales, tendencia que va

cada vez más en aumento. Esto indica que el marketing y publicidad del producto y la empresa debe estar enfocada en las redes sociales para obtener un crecimiento exponencial en ventas, además para causar recordación en la mente de las personas.

<i>Aspectos</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>No es atractivo a mi paladar</i>	26	21%
<i>No conozco este producto</i>	65	53%
<i>No me gusta su presentación</i>	8	6%
<i>No me interesa</i>	8	7%
<i>Otra ¿Cuál?</i>	16	13%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Grafico 11 ¿Qué aspectos considera para no probar este producto?

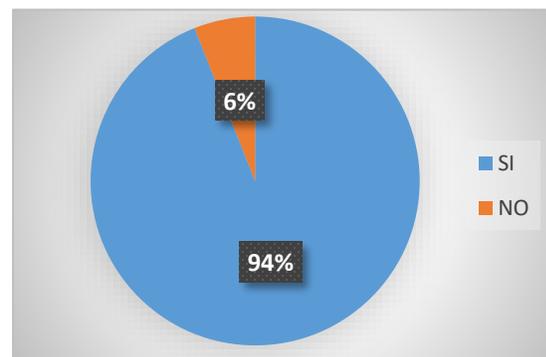


Fuente: Elaboración Propia

El resultado de la encuesta arroja que el 53% de las personas encuestadas dijeron no consumir el producto porque no lo conocen. Esta respuesta ayuda enfocarse en publicidad para dar a conocer el producto en el mercado escogido, estas respuestas permiten conocer razones relevantes del porqué no desean consumir Nuggets de Tilapia.

Grafico 12 Si un amigo que ha consumido los Nuggets de Tilapia, le ofrece probarlo ¿Lo consumiría?

	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Si</i>	163	94%
<i>No</i>	10	6%
<b>Total</b>	<b>173</b>	<b>100%</b>

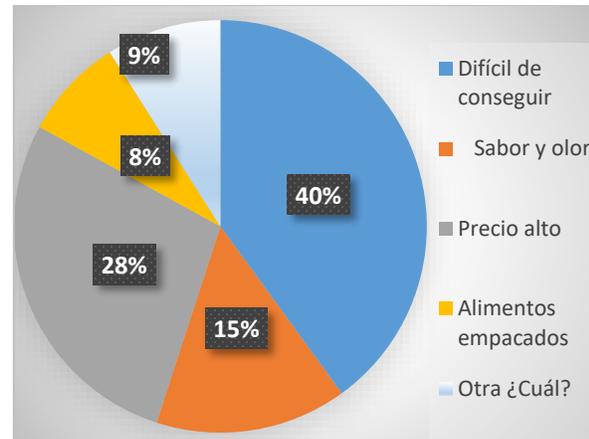


Fuente: Elaboración Propia

El resultado de esta pregunta se observa que 94% comprarían de los Nuggets de Tilapia si un amigo se lo recomienda, lo que permite deducir que la publicidad voz a voz cumple un papel importante en la comercialización, venta exitosa y exponencial de dicho producto.

Grafico 13 ¿Cuál de los siguientes aspectos no le gustan de los Nuggets de Tilapia?

<i>Aspectos</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Difícil de conseguir</i>	69	40%
<i>Sabor y olor</i>	26	15%
<i>Precio alto</i>	47	28%
<i>Alimentos empacados</i>	13	8%
<i>Otra ¿Cuál?</i>	16	9%
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>100%</b>



Fuente: Elaboración Propia

Esta respuesta indica que el 40% de las personas encuestadas mencionan que el aspecto que entorpece la compra de los Nuggets de Tilapia es que el producto es difícil de encontrar. La con esta respuesta se llega a la conclusión que es estrictamente importante crear estrategias de ventas y puntos de ventas en diferentes lugares, con el fin de satisfacer los aspectos negativos que las personas encuentren es este producto.

#### 4.11 Calculo de la Demanda Actual

Para calcular de la demanda actual se hizo necesario utilizar información d resaltante de las preguntas 1 y 5 del cuestionario aplicado a habitantes de Lorica.

Tabla 1 ¿Consume usted Tilapia?

	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Si</i>	320	84%
<i>No</i>	59	16%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados que se obtuvieron después de realizar las encuestas a la población objeto de estudio en cuanto al consumo de Nuggets de Tilapia fue excelente, se encontró que un 90% de los 23.960 habitantes de los estratos 3 y 4 de la muestra, sometida a encuesta, respondieron que si consumen Tilapia, lo que es igual a 20.126 personas, mostrando así un mercado potencial para la venta de Nuggets utilizando esta materia prima.

Las respuestas que no favorecen al momento de vender los Nuggets de Tilapia son de un 10%. Por otra parte esta pregunta está creada para conocer el consumo Nuggets de Tilapia en Municipio de Lorica y de tal forma conocer la demanda existente de este producto.

$$23.960 * 90\% = 20.126 \text{ personas}$$

Tabla 2 ¿Qué cantidad mensual de Nuggets de Tilapia estaría dispuesto a comprar usted?

<i>Gramos</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>200</b>	90	26%
<b>300</b>	110	32%
<b>400</b>	74	22%
<b>500</b>	42	12%
<b>600</b>	27	8%
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

El siguiente paso consiste en tomar el cuadro de la 5 pregunta, este cuadro da como resultado las cantidades en porcentajes que aproximadamente consume la población encuestada y la frecuencia de consumo mensual, luego se multiplican porcentajes por la cantidad de personas que respondieron de manera favorable, se realiza de la siguiente forma:

$$20.126 * 26\% = 5.233 \text{ Personas}$$

$$20.126 * 32\% = 6.440 \text{ Personas}$$

$$20.126 * 22\% = 4.428 \text{ Personas}$$

$$20.126 * 12\% = 2.415 \text{ Personas}$$

$$20.126 * 8\% = 1.610 \text{ Personas}$$

*Tabla 3 Frecuencia Mensual*

<i>Numero de demanda</i>	<i>Cantidad de consumidores</i>	<i>Total</i>	<i>X12</i>
<b>200 Gr</b>	5.233	1.046.600	12.559.200
<b>300 Gr</b>	6.440	1.932.000	23.184.400
<b>400 Gr</b>	4.428	1.771.200	21.254.400
<b>500 Gr</b>	2.415	1.207.500	14.490.000
<b>600 Gr</b>	1.610	966.000	11.592.000
<b>Total</b>			<b>83.080.000</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Posteriormente de realizar las operaciones matemáticas de la tabla 3 de frecuencia mensual se obtiene como resultado de la demanda en el Municipio de Lorica, el consumo anual de Nuggets de Tilapia es equivalente a **83.080.000 Gramos**, es decir, 83.080 Kilogramos al año.

#### 4.12 Proyección de la Demanda

Se utilizó para hallar la proyección de la demanda actual la siguiente fórmula:  $DF=DA (1+i)^n$

Donde:

Df = Demanda Futura

Da = Demanda Actual

1 = Constante

i = Índice de crecimiento poblacional para Santa Cruz de Lorica, es igual al 1,02%

n = Año a proyectar

**Df1= 83.080 kg al año  $(1 + 0.0102)^1 = 83.927$  kg al año**

**Df2= 83.080 kg al año  $(1 + 0.0102)^2 = 84.783$  kg al año**

**Df3= 83.080 kg al año  $(1 + 0.0102)^3 = 85.648$  kg al año**

**Df4= 83.080 kg al año  $(1 + 0.0102)^4 = 86.521$  kg al año**

**Df5= 83.080 kg al año  $(1 + 0.0102)^5 = 87.404$  kg al año**

*Tabla 4 Proyección de la demanda actual*

	1	2	3	4	5
<b><i>Demanda</i></b>	<b>83.927</b>	<b>84.783</b>	<b>85.648</b>	<b>86.521</b>	<b>87.404</b>
<b><i>futura</i></b>					

*Fuente: Elaboración Propia*

#### 4.13 Análisis de la Oferta

Al realizar el análisis de la oferta se tuvo en cuenta características relevantes de los competidores indirectos (Supermercado D1, Supermercado ARA, Super Tiendas OLÍMPICA, Supermercado ÉXITO, Supermercado MERCA HOGAR) que distribuyen

productos similares, los cuales comercializan Nuggets pero no de Tilapia en el Municipio de Lorica.

#### **4.13.1 Calculo de la Oferta Actual**

Después de consultar a las empresas de Lorica que comercializan Nuggets de Tilapia y productos similares se halló que existe poca oferta y al generar la proyección a un año, el resultado obtenido fue el siguiente:

**Supermercado D1:**  $5.400 \text{ Gr} * 4 = 21.600 \text{ Gr} * 12 = 259.200 \text{ Gr al año}$

**Supermercado ARA:**  $6.000 \text{ Gr} * 4 = 24.000 \text{ Gr} * 12 = 288.000 \text{ Gr al año}$

**Super Tiendas OLÍMPICA:**  $12.800 \text{ Gr} * 4 = 51.200 \text{ Gr} * 12 = 614.400 \text{ Gr al año}$

**Supermercado ÉXITO:**  $9.000 \text{ Gr} * 4 = 36.000 \text{ Gr} * 12 = 432.000 \text{ Gr al año}$

**Supermercado MERCA HOGAR:**  $6.800 \text{ Gr} * 4 = 27.200 \text{ Gr} * 12 = 326.400 \text{ Gr al año}$

**Total = 1.919.600 Gr al año es decir 1.919 Kilogramos al año**

#### **4.13.2 Proyección de la Oferta**

Para el desarrollo de la proyección de la oferta actual se utilizó la siguiente fórmula:  $OF=OA$

$(1+i)^n$

Donde:

Of = Oferta Futura

Oa = Oferta Actual

1 = Constante

i = Índice de crecimiento del sector comercio, que es del 0.75%

n = Año a proyectar

$$\text{OF1} = 1.919 \text{ kg al año } (1 + 0,0075)^1 = 1.933 \text{ kg al año}$$

$$\text{OF2} = 1.919 \text{ kg al año } (1 + 0,0075)^2 = 1.947 \text{ kg al año}$$

$$\text{OF3} = 1.919 \text{ kg al año } (1 + 0,0075)^3 = 1.961 \text{ kg al año}$$

$$\text{OF4} = 1.919 \text{ kg al año } (1 + 0,0075)^4 = 1.976 \text{ kg al año}$$

$$\text{OF5} = 1.919 \text{ kg al año } (1 + 0,0075)^5 = 1.991 \text{ kg al año}$$

Tabla 5 Proyección de la oferta actual

	1	2	3	4	5
<b>Oferta futura</b>	<b>1.933</b>	<b>1.947</b>	<b>1.961</b>	<b>1.976</b>	<b>1.991</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.14 Determinación de la demanda existente

##### 4.14.1 Tipo de demanda.

Posteriormente de recolectar datos sobre consumo lo que incluye cantidad y frecuencia, se logra determinar la demanda insatisfecha, lo que indica la cantidad de Nuggets que se deben producir para satisfacer la necesidad existente en el municipio de Lorica.

**Demanda actual = 83.080 kilogramos**

**(-) Oferta actual = 1.919 kilogramos**

**Resultado = 81.161 kilogramos**

Después restar a la demanda actual la oferta actual, se observa que la demanda es mayor a la oferta lo que quiere decir que la demanda insatisfecha es igual **81.161 kilogramos al año**, mostrando por defecto que existe un mercado potencial para la venta y distribución de este producto.

#### 4.15 Proyección de la demanda insatisfecha

Con la finalidad para determinar la proyección de la demanda insatisfecha es necesario realizar la resta entre la proyección de la demanda actual y la proyección de la oferta actual de Nuggets.

Tabla 6 Proyección de la demanda insatisfecha

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b><i>Demanda futura</i></b>	83.927	84.783	85.648	86.521	87.404
<b><i>Oferta Futura</i></b>	1.933	1.947	1.961	1.976	1.991
<b><i>Demanda Insatisfecha</i></b>	<b>81.994</b>	<b>82.836</b>	<b>83.687</b>	<b>84.545</b>	<b>85.413</b>

Fuente: Elaboración Propia

Al observar el resultado de la demanda insatisfecha de Nuggets que existe en el Municipio de Santa Cruz de Lorica la empresa NUTILAP S.A.S se evidencia que existe una alta demanda insatisfecha en el municipio, por lo que existe una oportunidad de negocio para este producto.

#### 4.16 Análisis de precios

Los Nuggets de Tilapia serán introducidos al mercado de Lorica con un precio accesible, tendrá como sello un precio de penetración menor al de la competencia y con la mayor calidad, reducir los costos de producción, compra de materia prima y distribución del producto, de esta manera será más sencillo causar recordación en la mente de las personas y lograr convertir este producto en el de mayor preferencia por las personas de Lorica. La presentación del producto tendrá precios acordes a la cantidad en gramos.

Tabla 7 Análisis de precios

**PRECIOS DE NUGGETS EN EL MERCADO COLOMBIANO**

	<b>PRESENTACION EN GR</b>	<b>PRECIO EN PESOS</b>
<b>SUPERMERCADO DI</b>	300	\$6.190
<b>SUPERMERCADO ARA</b>	300	\$11.600
<b>SUPER TIENDAS OLÍMPICA</b>	400	\$10.300
<b>SUPERMERCADO ÉXITO</b>	300	\$11.600
<b>SUPERMERCADO MERCA HOGAR</b>	340	\$12.050

Fuente: Elaboración Propia

**4.17 Canales de Comercialización**

El canal de comercialización que se implementara con el fin de llevar el producto en buen estado y bajo precio los Nuggets de Tilapia al consumidor final, será mediante un canal directo, involucrados solo un Productor y consumidor final, el productor en este caso NUTILAP S.A.S se encargara de colocarlo en disposición del consumidor final. Se manejaran baja cantidad de inventario con el fin de llevar un producto fresco y recién procesado.

Ilustración 3 Canales de Comercialización



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.18 Logo de la empresa

*Ilustración 4 Logo de la Empresa*



*Fuente: Elaboración Propia*

#### 4.19 Estrategia de Publicidad

Actualmente se vive una era globalizada y revolucionada tecnológicamente, este fenómeno permite mostrar anuncios, imágenes y videos a nivel nacional e internacional de manera rápida y efectiva, pagando un precio asequible, con la finalidad de atraer mayor cantidad de personas para la adquisición de productos. Ante lo anterior se usara prioritariamente como estrategia de publicidad anuncios por redes sociales como Facebook ADS, Instagram, YouTube, Tik Tok, Kwai y Páginas Web.

Por otra parte, no se dejarán excluidos los medios de comunicación tradicionales como; la radio, volantes, el perifoneo por las calles para llegar a la mayor cantidad de personas y atraerlas a la adquisición de los Nuggets de Tilapia.

## 5. MÓDULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

### 5.1 Tamaño del proyecto

Para determinar la capacidad instalada de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Nuggets de tilapia, se debe tener en cuenta el lugar apropiado para su ubicación y la disposición de la materia prima, en este caso del cultivo de tilapia.

Se consideran en el año 295 días hábiles laborables, ya que el año consta de 365 días de los cuales se descuentan 18 festivo, 52 dominicales, 47 semanas, tomando 6 días hábiles por cada una de estos, 2 turnos de 4 horas.

Mesa de fileteo de acero inoxidable con dos puestos de trabajo que producen 10 kilogramos de filetes de pescado por hora, trabajan 4 horas diarias 40 gramos diarios, 1.040 kilogramos mensuales y 12.985 kilogramos anuales.

Tinas de plástico de 40 litros de capacidad para lavar la materia prima.

Máquina de prensado industrial con una capacidad de 100 kilogramos por hora, trabaja 1 horas diarias, 100 kilogramos diarios, 2.600 kilogramos mensuales y 31.200 kilogramos anuales, pero solo se dispone de 40 kilogramos de materia prima diaria, lo que significa que la máquina de prensado solo trabajara 30 minutos al día y produce 40 kilogramos diarios, 1.040 kilogramos mensuales y 12.985 kilogramos anuales.

Molino eléctrico con una capacidad de 45 kilogramos por hora, trabaja 1 horas diarias, 45 kilogramos diarios, 1.170 kilogramos mensuales y 14.040 kilogramos anuales, pero solo se dispone de 40 kilogramos de materia prima diaria, lo que significa que el molino solo trabajara 55 minutos al día y produce 40 kilogramos diarios, 1.040 kilogramos mensuales y 12.985 kilogramos anuales.

Refrigerador. Temperatura de trabajo -1 a 7°C. Con capacidad de 500 litros.

Congelador. Temperatura de trabajo -25°C con capacidad de 500 litros

La máquina de prensado tiene una capacidad de 40 kilogramos por hora, lo que significa que la maquina trabaja 62 minutos diarios, con una capacidad de 40 kilogramos diarios, 1.040 kilogramos mensuales y 12.985 kilogramos anuales.

La cocina a gas de alta presión con dos quemadores produce 48 kilogramos por hora, lo que significa que la cocina trabajara 52 minutos al día, con una producción de 40 kilogramos diarios, 1.040 kilogramos mensuales y 12.985 kilogramos anuales.

La máquina selladora de impulso tiene una capacidad de 60 empaques por hora, cada empaque consta de 400 gramos de Nuggets de tilapia, lo que significa que produce 24 kilogramos por hora, la maquina trabajara 1 hora y 44 minutos al día, con una producción de 103 empaques de 400 gramos cada uno, es decir, 40 kilogramos diarios, 2.684 empaques o 1.040 kilogramos mensuales y 32.463 empaques de 400 gramos, es decir, 12.985 kilogramos anuales.

La empresa debe contar con 3 operarios de producción que trabajen de lunes a sábado en el proceso de elaboración de Nuggets de Tilapia, para el primer año de operación la empresa tendrá la capacidad de elaborar **103 empaques de 400 gramos de Nuggets de tilapia diarios**, y 32.463 al año, lo que equivale al **16%** de la demanda insatisfecha, **con 12.985 kilogramos**, es decir **32.463 empaques con presentación de 400 gramos** de Nuggets de tilapia en el primer año de operación.

## **5.2 Localización.**

La localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario. (Corrillo Machicado & Gutiérrez Quiroga, ESTUDIO DE LOCALIZACION DE UN PROYECTO, 2016)

En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se deben analizar otros factores, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto.

### **5.2.1 Macro-Localización**

a macro localización, consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, y en lo que respecta a la micro localización, aquí se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, es decir en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. (Vallejo, 2013)

Para realizar el estudio de Macrolocalización del proyecto se tuvieron en cuenta factores relevantes como Económicos, Culturales, Políticos y Sociales, en los Municipios de Santa Cruz de Lorica, San Antero y Purísima.

Se tendrá dos alternativas que evaluarán ciertos factores que las componen, para esto, utilizaremos el método de puntos que consiste en asignar cierto número de unidades de valor, llamadas punto a cada uno de los factores o subfactores que permiten en alguna medida establecer el ordenamiento de estos, en este caso determinar el lugar óptimo de la ubicación de la empresa. Así pues, se tiene que:

Tabla 8 Macro-Localización

Factores relevantes	Peso asignado Esc (0-1)	Alternativa de localización					
		Santa Cruz de Lorica		San Antero		Purísima	
		Calificación Esc (0-100)	Calificación ponderada	Calificación Esc (0-100)	Calificación ponderada	Calificación Esc (0-100)	Calificación ponderada
<b>Económico</b>							
Ubicación del consumidor	0.20	90	18	70	14	60	12
Vías de comunicación	0.10	70	7	60	6	50	5
Costos de mano de obra	0.20	70	14	70	14	70	14
Ubicación de proveedores	0.20	80	16	80	16	70	14
<b>Cultural</b>							
Hábitos de compra	0.10	80	8	70	7	60	6
<b>Político</b>							
Regulaciones específicas	0.10	70	7	70	7	70	7
<b>Social</b>							
Actitud de la comunidad	0.10	80	8	70	7	70	7
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>78</b>		<b>71</b>		<b>65</b>

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla anterior, la calificación del municipio de Santa Cruz de Lorica es de 78 puntos, lo que significa que puede concluirse que la mejor alternativa la constituye el municipio de Santa Cruz de Lorica, teniendo en cuenta los siguientes factores relevantes para el éxito: Ubicación del consumidor, vías de comunicación, hábitos de compra, regulaciones específicas y actitud de la comunidad.

### **5.2.2 Micro-Localización**

La micro-localización elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo, además, sirve de elección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona. (Vallejo, 2013)

Para realizar el estudio de la Macrolocalización del proyecto se tuvieron en cuenta factores relevantes como Disponibilidad de local, Costo de arriendo, Costo de Servicios Públicos, Afluencia de Clientes, Disponibilidad de Materias Primas, Competencia, Conservación del Medio Ambiente, Seguridad y Posibilidad de expansión.

Utilizaremos el método de puntos que consiste en asignar cierto número de unidades de valor, llamadas punto a cada uno de los factores que permiten en alguna medida establecer el ordenamiento de estos, en este caso determinar el lugar óptimo de la ubicación de la empresa.

Tabla 9 Micro-Localización

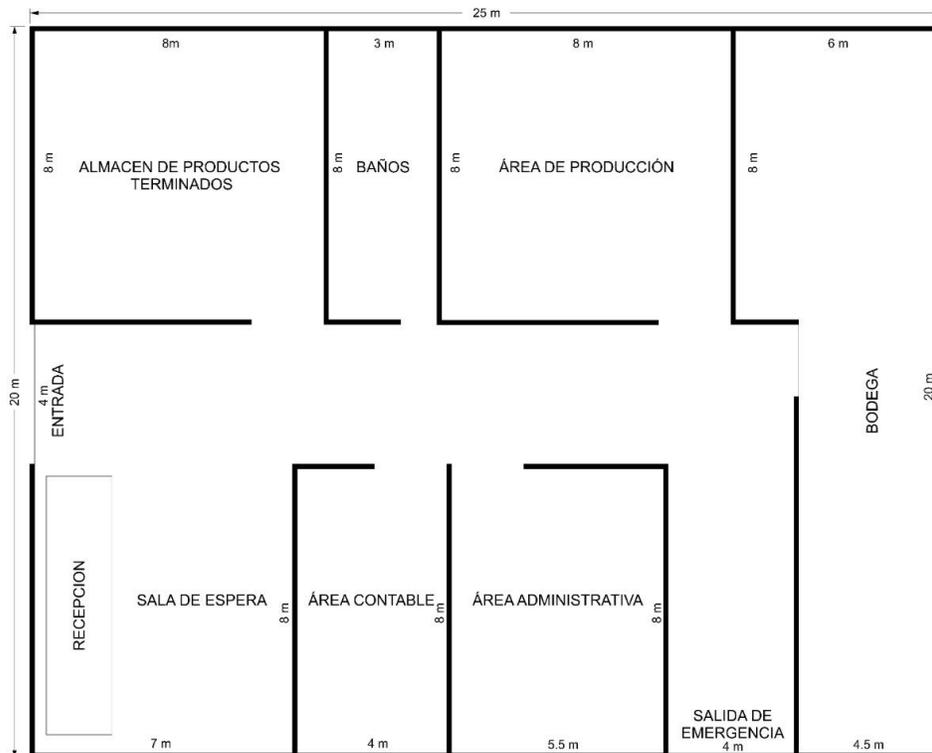
Factores relevantes	Peso asignado o Esc (0-1)	Alternativa de localización					
		Centro del Municipio		Norte del Municipio		Sur del Municipio	
		Calificación Esc (0-100)	Calificación ponderada	Calificación Esc (0-100)	Calificación ponderada	Calificación Esc (0-100)	Calificación ponderada
Disponibilidad de local	0.15	60	9	90	13,5	90	13,5
Costo de arriendo	0.15	50	7,5	70	10,5	70	10,5
Costo de servicios públicos	0.10	50	5	70	7	80	8
Afluencia de clientes	0.15	90	13,5	70	10,5	70	10,5
Disponibilidad de materia prima	0.15	50	7,5	50	7,5	80	12
Competencia	0.10	60	6	60	6	70	7
Conservación del medio ambiente	0.10	60	6	80	8	70	7
Seguridad	0.05	80	4	70	3,5	70	3,5
Posibilidades de expansión	0.05	60	3	90	4,5	90	4,5
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>61.5</b>		<b>71</b>		<b>76,5</b>

Fuente: Elaboración propia

La mejor alternativa la constituye el Sur del Municipio de Santa Cruz de Lorica con 76.5 puntos, teniendo en cuenta los siguientes factores relevantes para el éxito: Costo de Servicios Públicos, Costo de Arriendos, Competencia, Seguridad y Posibilidades de Expansión.

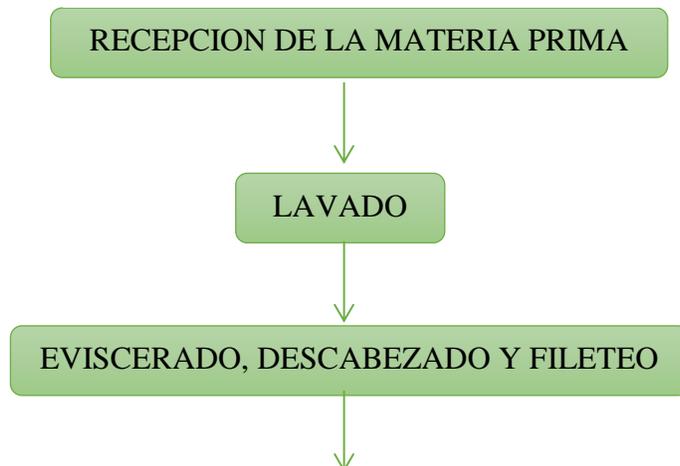
### 5.3 Distribución en Planta

Las dimensiones de la del terreno corresponden a 20 metros de ancho por 25 metros de profundidad, los cuales están distribuido para el mejor funcionamiento de la siguiente manera:



### 5.4 Proceso de producción

*Ilustración 5 Proceso de Producción*





*Fuente Elaboración propia*

### Descripción del proceso de producción

**Recepción de la materia prima:** La recepción de la materia prima se realiza en bandejas de plástico con agua helada con el fin de mantener el buen estado del pescado, conservándolo a una temperatura menor a 10°C.

**Lavado:** En esta etapa luego de la recepción del pescado, se realiza un lavado con abundante agua para eliminar suciedad y sustancias extrañas que pudieran estar presentes en la superficie del pescado.

**Eviscerado, Descabezado y Fileteo:** En esta etapa la tilapia se eviscera efectuando un corte central con el cuchillo desde el opérculo hasta la abertura anal, con la finalidad de permitir

el fácil acceso a la cavidad abdominal para una completa eliminación de las vísceras. El descabezado se realiza con un corte perpendicular a la espina dorsal, en forma recta, pasando por la zona donde roza el borde más externo del opérculo. Posteriormente la materia prima se coloca sobre la mesa de fileteo para luego, utilizando cuchillos, realizar la separación del músculo, espinazo y piel.

**Picado:** En esta etapa se troza la pulpa utilizando cuchillos de acero inoxidable.

**Lavado:** Los filetes de tilapia picados, se someten a un segundo lavado con la finalidad de eliminar las proteínas sarcoplasmáticas, las cuales producen el olor y sabor fuerte del pescado; para este caso se considera una relación de agua, aquí se añade 20 gramos de bicarbonato por cada kilogramo de pulpa. El último lavado se realiza con 20 gramos de cloruro de sodio por kilogramo de pulpa con la finalidad de facilitar el deshidratado de la pulpa.

**Prensado:** La pulpa lavada fue sometida luego a un prensado hasta lograr una humedad promedio de 75% a 80% en la pulpa.

**Homogenizado:** La pulpa prensada junto con los demás ingredientes: margarina, sal, ajo en polvo, orégano y leche en polvo; se agregan dentro del molino para ser homogenizados, obteniendo una masa compacta, el tiempo operación es de 10 minutos manteniendo una temperatura de 10°C para evitar la desnaturalización de las proteínas, además se emplea hielo para el enfriamiento del molino.

**Embolsado:** Toda la masa homogenizada se coloca en bolsas de plástico de 20 cm de ancho, logrando obtener un espesor de 2 cm. Finalmente las bolsas fueron selladas para someterlas al proceso de congelación.

**Congelado:** La masa embolsada se somete a un proceso de congelación por un periodo de 6 horas en el congelador, hasta que el centro térmico de la bolsa alcance los  $-18^{\circ}\text{C}$ .

**Moldeado:** Luego de la etapa de congelado se procede a dar forma a los Nuggets en diversas figuras para una mejor presentación. El proceso se debe realizar lo más rápido posible para evitar la descongelación y la deformación de las figuras, las mismas que luego de obtenidas deben ser guardadas en la congeladora.

**Batido:** En esta etapa se prepara el batido utilizando: harina de maíz, polvo de hornear, sal y agua; esto se mezcla en la licuadora, primero echando el agua y luego los ingredientes secos poco a poco hasta formar una mezcla homogénea por un minuto, luego dicha mezcla se coloca en un recipiente para ser refrigerada por 15 minutos, esto con la finalidad de que la mezcla sirva como un glaseado al momento de colocar los Nuggets.

**Empanizado:** Luego de pasar por el batido, los Nuggets son empanizados con mezcla de la etapa anterior.

**Fritado:** Luego del empanizado los Nuggets se someten a un fritado por inmersión en aceite a una temperatura constante de  $180^{\circ}\text{C}$  por un tiempo de 60 segundos o un minuto.

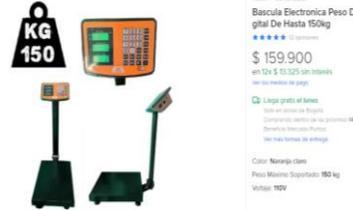
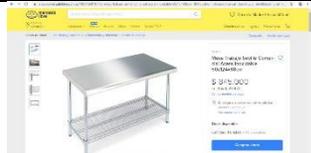
**Enfriado:** Terminado el fritado, los Nuggets se enfrían al medio ambiente, se colocan en papel toalla para que absorba el remanente de aceite que queda en el producto.

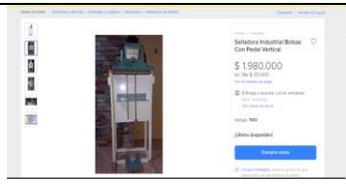
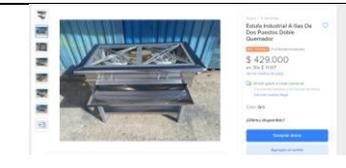
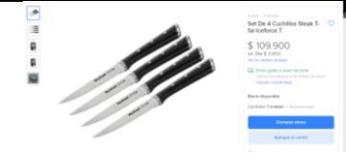
**Empacado:** En esta etapa se colocan 400 gramos de producto en bolsas plásticas y posteriormente se sellan con una selladora de impulso.

**Almacenamiento:** En esta etapa los Nuggets son almacenados a temperatura de congelación.

## 5.5 Cotización

Tabla 10 Cotización

Modelo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total	Imagen
Bascula electrónica	1.	\$109.900	\$109.900	
Báscula electrónica	1	\$159.900	\$159.900	
Mesa en acero inoxidable	5	\$ 845.000	\$ 4.225.000	
Congelador horizontal.	6	\$2.390.000	\$4.740.000	
Molino para Carne	1	\$1.680.000	\$1.680.000	

Selladora de Bolsas	1	\$1.980.000	\$1.980.000	
Licuadaora	2	\$299.500	\$599.000	
freidora Industrial	1	\$1.700.000	\$1.700.000	
Set de cuchillos	2	\$109.900	\$219.800	
<b>Total</b>			<b>\$25.013.600</b>	

Fuente Elaboración propia

## 5.6 Naturaleza jurídica de la empresa

- Sociedades por acciones simplificadas S.A.S

La Sociedad por acciones simplificadas (SAS) fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006. Con el fin de facilitar la apertura de compañías en Colombia a través de la eliminación de proceso y múltiples tramites.

La sociedad por acciones simplificadas es una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial, sin importar las actividades que se prevean en su objeto social. Cuenta con un carácter innovador para el derecho societario colombiano, y busca estimular el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que ofrece tanto a nivel de su

constitución como de su funcionamiento. Este tipo de sociedad para efectos tributarios se rige por las reglas que aplican a la sociedad anónima.

En otras palabras, la Sociedad por acciones simplificada puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, se crean por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, Sin embargo si en los aportes iniciales se incluyen bienes inmuebles la constitución debe elevarse a escritura pública también (Rankia, 2019).

## **5.7 Direccionamiento estratégico**

Como su nombre lo indica, este concepto refiere a la dirección estratégica de parte de la gerencia, para cumplir los objetivos propuestos de manera eficaz, teniendo en cuenta comportamientos del mercado, riesgo interno y externo, para tomar decisiones acertadas, que a su vez permitan el desarrollo y expansión de la empresa.

### **5.7.1 Misión**

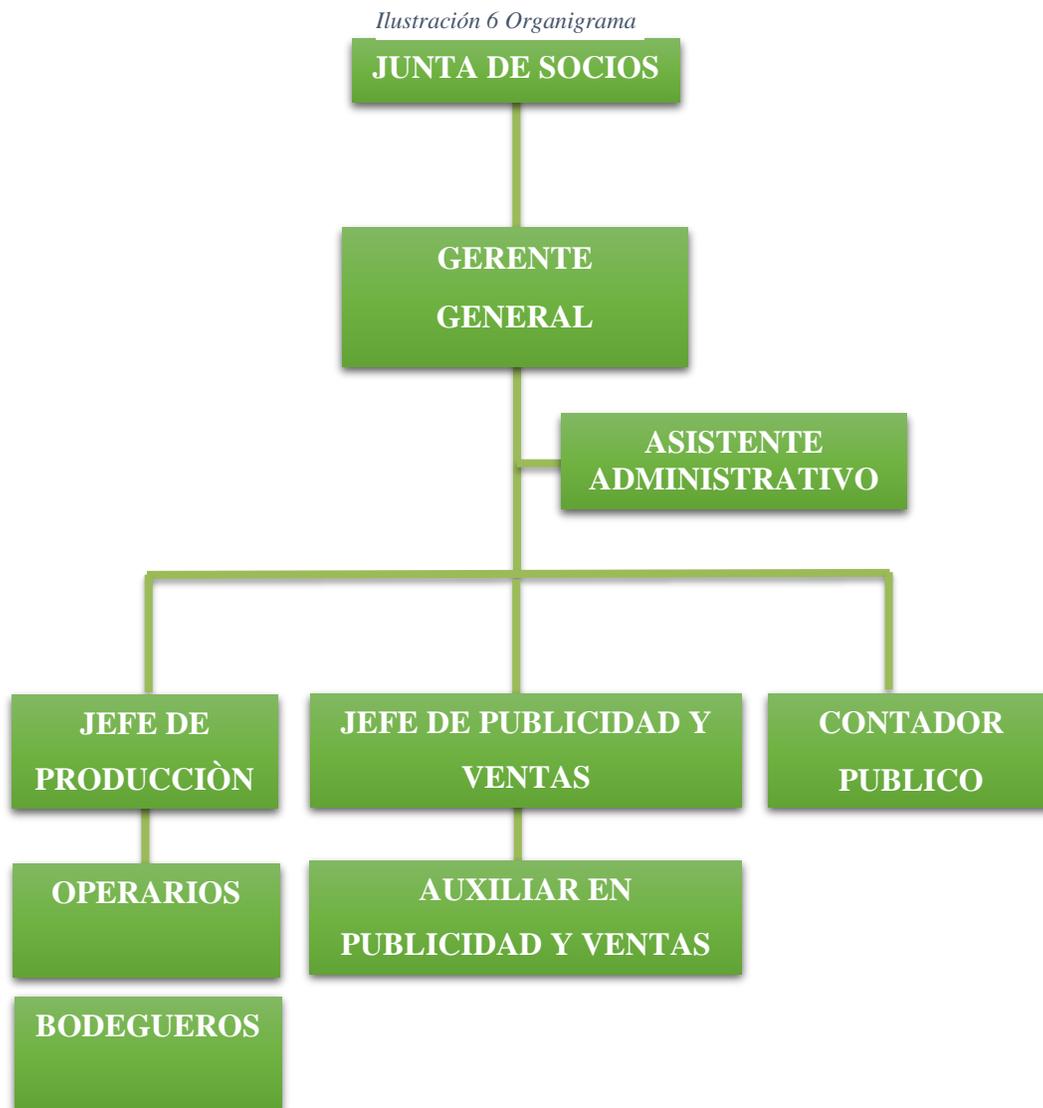
NUTILAP S.A.S una empresa dedicada a la producción y comercialización de Nuggets de Tilapia. Es una sociedad comprometida con cuidado y conservación de la salud de las personas, porque oferta un producto de calidad y 100% natural, también cuidar el medio ambiente, por tal razón los empaques serán biodegradables, ofertados a un precio asequible para todas las personas, además generar empleo, rentabilidad y obtener nuevos prospectos que estimulen el crecimiento y desarrollo de la organización.

### **5.7.2 Visión**

Esta empresa busca para el año 2026 posicionarse en mercado de Lorica y estar presente en un 45% de la población, enfocados en mejorar constantemente la calidad de los Nuggets de

Tilapia será una empresa reconocida y líder en la distribución de este producto en el departamento de Córdoba. Tecnologías utilizadas permitirán alcanzar el objetivo principal que consiste en superar gustos, necesidades y expectativas, para contribuir al cuidado de la buena salud y conservación del medio ambiente.

## 5.8 Organigrama



*Fuente: Elaboración Propias*

## 5.9 Manual de funciones

Tabla 11 Manual de Funciones del Gerente general

### IDENTIFICACION DEL CARGO

<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente General
<b>Dependencia</b>	Área administrativa
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	Accionistas
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educacion</b>	Administrador en finanzas.
<b>Experiencia</b>	Mínimo 3 años

### Objetivo Principal

Cumplir de forma eficiente y eficaz los objetivos propuestos. Visualizar a la empresa con perspectiva amplia del entorno en cual se desarrolla, por otra parte asegurar la producción para que sus clientes estén satisfechos.

### Funciones del Cargo

1. Crear y estructurar los objetivos, metas, visión, misión y políticas de la empresa a corto y largo plazo así como el diseño de estrategias a implementar.
2. Definir metas a corto y largo plazo.
3. Supervisar proceso de producción, publicidad y ventas.
4. Analizar aspectos del mercado y tomar decisiones estratégicas.
5. Mantener un clima laboral adecuado para generar mayor eficiencia en los quehaceres.
6. Estimular al talento humano trazándole metas a cumplir y premiar los esfuerzos.
7. Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, contable, y administrativo, entre otros.
10. Organizar la capacitación al personal en la empresa.
11. Organizar la estructura actual de la empresa y a futuro así como también de las funciones y cargos.
12. Decidir respecto al reclutamiento, selección, contratación y capacitación del personal adecuado para cada cargo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12 Manual de Funciones de la Secretaría administrativa

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

<b>Nombre del Cargo</b>	Asistente Administrativo
<b>Dependencia</b>	Área administrativa
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educación</b>	Técnica o Tecnóloga en asistente administrativo
<b>Experiencia</b>	Mínimo 1 año

**Objetivo Principal**

Llevar adelante la agenda de éste y custodiar y ordenar los documentos de una oficina.

**Funciones del Cargo**

1. Gestionar todas las llamadas, correos electrónicos, correspondencia y faxes tanto entrantes como salientes.
2. Redactar, archivar y revisar documentos, tales como recibos, reportes, memos, hojas de cálculos y otros documentos administrativos.
3. Coordinar y agendar reuniones de negocios, entrevistas, citas, eventos corporativos y otras actividades afines.
4. Archivar y organizar documentos, tanto físicos como digitales.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13 Manual de funciones de Jefe de publicidad y ventas

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

<b>Nombre del Cargo</b>	Jefe de publicidad y ventas
<b>Dependencia</b>	Área de publicidad y ventas
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educacion</b>	Profesional en publicidad y ventas.
<b>Experiencia</b>	Mínimo 2 años

**Objetivo Principal**

Planificar, dirigir y coordinar las actividades de publicidad, relaciones públicas e información al público de una empresa u organización.

**Funciones del Cargo**

1. Crear estrategias publicitarias que permitan tener mayor eficiencia en las ventas.
2. Observar y analizar las tendencias y gustos para crear la publicidad de la empresa.
3. Establecer las metas en venta de ventas a corto y largo plazo.
4. Intervenir en las decisiones de la empresa relacionadas con la comercialización de productos.
5. Usar publicidad efectiva y segmentada para para alcanzar los objetivos de la empresa.
6. Crear recordación de la empresa, marca y producto en las personas.
7. Generar contenido publicitario para las distintas plataformas y redes sociales.
8. Llevar inventario de los productos terminados.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14 Manual de funciones de Auxiliar de publicidad y ventas

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

<b>Nombre del Cargo</b>	Auxiliar en publicidad y ventas
<b>Dependencia</b>	Área de publicidad y ventas
<b>Número de Cargos</b>	2
<b>Reporta a</b>	Jefe de publicidad y ventas
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educacion</b>	Técnico o Tecnólogo
<b>Experiencia</b>	Mínimo 1 años

**Objetivo Principal**

Vender y contribuir a generar publicidad efectiva, trabajando en sincronía con el jefe publicidad y ventas.

**Funciones del Cargo**

1. Distribuir el producto en el mercado de lorica.
2. Usar estrategias de publicidad para impulsar las ventas.
3. Usar estrategias en publicidad y ventas basadas en datos.
4. Seguir las estrategias propuestas que ayuden a potenciar y mejorar la marca.
5. Organizar la información de las ventas realizadas.
6. Captar nuevos clientes para el aumento de las ventas.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15 Manual de Funciones de jefe de producción

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

<b>Nombre del Cargo</b>	Jefe de producción
<b>Dependencia</b>	Área de producción
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educacion</b>	Ingeniero de alimentos
<b>Experiencia</b>	Mínimo 2 años

**Objetivo Principal**

Supervisar el mantenimiento de las instalaciones productivas, vela por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos, así como por el desempeño diario de cada trabajador encargado de algún proceso productivo.

**Funciones del Cargo**

1. Diseñar y desarrollar el plan de producción, acorde con el plan estratégico por el que se define el negocio y con la capacidad productiva del mismo. Después deberá supervisar y controlar la viabilidad de los planes y procesos de producción.
2. Elabora y coordina planes de producción, política de compras y logística de materias primas.
3. Planifica y gestiona los recursos materiales disponibles.
4. Supervisar el mantenimiento de las instalaciones productivas, vela por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos, así como por el desempeño diario de cada trabajador encargado de algún proceso productivo.
5. Estudiar y analizar los métodos más efectivos para reducir el riesgo de incidencias con el flujo de materiales, pérdidas o deterioro.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16 Manual de Funciones de Operario

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

<b>Nombre del Cargo</b>	Operarios
<b>Dependencia</b>	Área de producción
<b>Número de Cargos</b>	3
<b>Reporta a</b>	Jefe de producción
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educacion</b>	Técnico o Tecnólogo.
<b>Experiencia</b>	Mínimo 1 año

**Objetivo Principal**

Generar o fabricar productos de calidad, garantizando la fabricación de los vinagres de plátano con alta calidad, aplicando las normas de higiene, seguridad para lograr los objetivos de producción, tanto en, tiempo, calidad y cantidad, así como verificar el uso adecuado de la maquinaria para garantizar la durabilidad y eficiencia al funcionar.

**Funciones del Cargo**

1. Establecer los ingredientes para generar un producto de calidad.
2. Realizar pruebas para comprobar que el producto cumpla con el objetivo por el que fue realizado.
3. Cumplir estrictamente las normas de higiene y seguridad industrial.
4. Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa.
5. Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los instrumentos de medición suministrados para calibración
6. Mantenimiento y control del equipo.
7. Hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.
11. Controlar las actividades de almacenaje, tanto de Materias primas como de productos terminados.
12. Verificar el proceso de envase al vacío del producto y la organización por lotes.
13. Apoyar las inspecciones, mediciones, ensayos o pruebas que se requieran una vez recibidas las instrucciones del caso, para determinar la conformidad o no conformidad del producto evaluado

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17 Manual de Funciones del Bodeguero

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

<b>Nombre del Cargo</b>	Bodeguero
<b>Dependencia</b>	Área de producción
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	Jefe de producción
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educacion</b>	Bachiller o técnico en producción.
<b>Experiencia</b>	Mínimo 1 año

**Objetivo Principal**

Gestionar, registrar, manipular y mover mercancías en una bodega. Además dirige personal, lleva control de inventarios y ordena la distribución interior.

**Funciones del Cargo**

1. Recibir la materia prima y revisar las condiciones en que llegan a la empresa.
2. Colaborar en la organización y montaje en estantes de los productos terminados.
3. Mantener en adecuado estado, los elementos y equipos de control utilizados en su trabajo.
4. Organizar la materia prima el plátano de tal manera que permita mantener su calidad y sin sufrir daños al mismo.
5. Gestionar, registrar, manipular y mover mercancías en la bodega.
6. llevar control de inventarios y realizar el aseo del interior.
7. Realizar actividades de levantamiento de cargas antes y después de procesar la materia prima.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18 Manual de Funciones de Contador publico

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

<b>Nombre del Cargo</b>	Contador Publico
<b>Dependencia</b>	Área Contable
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	Gerente General
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Educacion</b>	Contador público.
<b>Experiencia</b>	Mínimo 2 años

**Objetivo Principal**

Llevar bajo control el movimiento financiero de la empresa, con el fin de dar un resultado claro en base a los registros contables y poder tomar mejores decisiones financieramente dentro de la organización.

**Funciones del Cargo**

1. llevar procesos contables actualizados y a la mano.
2. Verificar que los egresos de la empresa cumplan con la justificación y requisitos señalados por autoridades estatales.
3. elaborar los estados de resultados y el balance general de la empresa para conocer la situación en la que se encuentra.
4. Documentar informes financieros para el gerente general y los clientes.
5. Registrar contablemente todos los movimientos operativos de la empresa (adquisiciones de bienes, depreciaciones, intereses, ingresos, egresos, entre otros)
6. Analizar las ganancias y los gastos de todos los movimientos de la empresa.
7. Declarar impuestos y deducciones.
8. Utilizar software contable actualizado.
9. Prepara informes anuales o como lo establezca la empresa.

Fuente: Elaboración Propia

## **6. MÓDULO DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL**

La tendencia actual a nivel mundial es la alimentación sana, basada en alimentos orgánicos, naturales que den un beneficio real al cuerpo humano. Consecuente a la creación de una empresa productora y comercializadora de Nuggets de Tilapia, se genera un impacto social al Municipio de Lorica, debido a que este producto contiene nutrientes altos en proteína, omega 3 y calcio, lo cual contribuye a mejorar y mantener la buena salud de los habitantes. La materia prima utilizada para la fabricación de este producto es la Tilapia, un pez cultivado en toda la zona y consumido desde décadas atrás, convirtiéndose en un alimento apetecido y culturalmente propio de los Loriceros.

Referente al impacto económico la creación de la empresa NUTILAP S.A.S genera comercio, nuevos empleos y fortalece la economía del municipio. Crear un producto con valor agregado, permite dinamizar el comercio de dicha materia prima, brindar un producto idóneo a las nuevas exigencias del mercado, además por ser una empresa local se comprara a un precio justo, mejorando los ingresos de los piscicultores y por ende la calidad de vida.

Por último los aspectos ambientales, consecuentes a la producción de Nuggets de Tilapia, son de mínimo impacto, debido a que todo lo usado es natural, sin el uso de químicos o procesos complejos que afecten los ecosistemas, además la mayoría de los residuos son comerciales (cabeza de pescado), los demás son ingresados en canecas especiales para no contaminar y luego llevados a basureros, también se tomaran medidas de eficiencia energética, con tal de reducir el consumo de electricidad, gas y agua. Por otra parte los empaques biodegradables contribuyen a disminuir la contaminación y todo el daño que trae el papel y el plástico consigo.

## 7. MÓDULO FINANCIERO

### 7.1 Inversiones

Las inversiones requeridas, se representan en remodelaciones de la infraestructura, muebles, enseres, maquinaria, equipos y gastos pre operativo.

Tabla 19 Inversión en Maquinaria y equipo

DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Mesa en acero inoxidable	5	\$ 845.000	\$ 4.225.000	10
Congelador horizontal	2	\$ 2.390.000	\$ 4.780.000	5
Molino para Carne	1	\$ 1.680.000	\$ 1.680.000	10
Mezcladora industrial	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	10
Freidora Industrial	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	10
Selladora de Bolsas	1	\$ 1.980.000	\$ 1.980.000	5
Set de cuchillos	4	\$ 100.000	\$ 400.000	10
Aire acondicionado industrial	1	\$ 18.550.000	\$ 18.550.000	5
Computador de mesa	5	\$ 2.500.000	\$ 12.500.000	5
Nevera horizontal	4	\$ 4.000.000	\$ 16.000.000	10
Detectores de humo	7	\$ 19.990	\$ 139.930	5
Bascula electrónica pequeña	1	\$ 109.900	\$ 109.900	5
Báscula electrónica mediana	1	\$ 159.900	\$ 159.900	5
Impresora	5	\$ 450.000	\$ 2.250.000	5
Teléfono	3	\$ 150.000	\$ 450.000	5
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 67.724.730</b>	

Fuente: Elaboración Propia

La tabla anterior muestra que la inversión deberá ser de \$ 67.724.730 para la adquisición de maquinaria y equipos en la producción de la empresa.

Tabla 20 inversión en muebles y enseres

<b>DETALLE DE INVERSIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>VIDA ÚTIL AÑOS</b>
Escritorio	5	\$ 650.000	\$ 3.250.000	5
Banca	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000	5
Sillas de oficina	6	\$ 200.000	\$ 1.200.000	5
Botiquín primeros auxilios	1	\$ 180.000	\$ 180.000	1
Sillas de escritorio	5	\$ 450.000	\$ 2.250.000	5
Sofá	1	\$ 800.000	\$ 800.000	5
Dotación industrial de operarios y bodeguero	4	\$ 400.000	\$ 1.600.000	1
Extintores	2	\$ 130.000	\$ 260.000	5
Caneca de basura de seguridad	1	\$ 1.380.000	\$ 1.380.000	10
Caneca de basura pequeña	6	\$ 30.000	\$ 180.000	10
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 14.700.000</b>	

En la tabla expuesta previamente muestra la cantidad de dinero y los recursos para oficinas, personal de producción y otros espacios de la empresa, equivalente a \$ 14.700.000.

## 7.2 Inversiones diferidas

En la tabla de abajo se establecen inversiones equivalentes a \$ 5.030.000 en activos intangibles necesarios previo al funcionamiento de la empresa.

Tabla 21 Inversiones en activos intangibles

<b>DETALLE DE INVERSIÓN</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Licencia y tramite	\$ 1.350.000
Gastos de organización	\$ 750.000
Estudio de pre factibilidad	\$ 500.000
Montaje y puesto en marcha	\$ 1.100.000
Estudio de factibilidad	\$ 850.000
Imprevistos	\$ 480.000
<b>TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$ 5.030.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 7.3 Distribución de costos

Tabla 22 Sobrecostos de mano de obra

Cesantías	8.33%
Interés sobre cesantías	1%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Pensión	12%
Salud	8.5%
ARL (Tipo II)	1.04%
Caja de compensación familiar	4%
ICBF	3%
SENA	2%
<b>TOTAL</b>	<b>52,37%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 Costo de mano de obra

<b>CARGO</b>	<b>REMUNERACION MENSUAL</b>	<b>REMUNERACION ANUAL</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>				
Jefe de producción	\$ 1.906.454	\$ 22.877.448	\$ 11.980.920	\$ 34.858.368
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1.906.454</b>	<b>\$ 22.877.448</b>	<b>\$ 11.980.920</b>	<b>\$ 34.858.368</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>				
Operario de producción (3)	\$ 3.319.362	\$ 39.832.344	\$ 20.860.199	\$ 60.692.543
Bodeguero	\$ 1.014.980	\$ 12.179.760	\$ 6.378.540	\$ 18.558.300
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 4.334.342</b>	<b>\$ 52.012.104</b>	<b>\$ 27.238.739</b>	<b>\$ 79.250.843</b>

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.240.796</b>	<b>\$ 74.889.552</b>	<b>\$ 39.219.658</b>	<b>\$ 114.109.210</b>
--------------	---------------------	----------------------	----------------------	-----------------------

Fuente: Elaboración Propia

En la anterior tabla se ve expresada la cantidad de dinero que se requiere para sufragar el costo que se da por la producción de Nuggets de Tilapia en el primer año de operaciones.

Tabla 24 Costo de materiales del primer año de operación

<b>MATERIAL</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>				
Tilapia	Kg	8500	\$ 6.000	\$ 51.000.000
Harina de trigo	Kg	2000	\$ 700	\$ 1.400.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 52.400.000</b>
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				
Perejil	kg	120	\$ 5.000	\$ 600.000
Mantequilla vegetal	Kg	2000	\$ 4.000	\$ 8.000.000
Huevo	Unidades	2500	\$ 300	\$ 750.000
Sal	Kg	130	\$ 600	\$ 78.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 9.428.000</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 61.828.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla Previamente expuesta, referente a los costos de materiales, se desglosan los materiales directos e indirectos para indicar que se requieren \$ 61.828.000 para suplir un porcentaje de la necesidad del mercado.

Tabla 25 costo de servicios del primer año de operación

<b>SERVICIOS</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Acueducto y alcantarillado	M3	12	\$ 60.000	\$ 720.000
Energía	KW	12	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Gas	M3	12	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Internet y telefonía	Plan	12	\$ 120.000	\$ 1.440.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 9.960.000</b>

Fuente: Elaboración Propia



Báscula electrónica mediana	5	\$ 159.900	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 0
Impresora	5	\$ 2.250.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 0
Teléfono	5	\$ 450.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 0
Escritorio	5	\$ 3.250.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 0
Banca	5	\$ 3.600.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 0
Sillas de oficina	5	\$ 1.200.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.200.000
Botiquín primeros auxilios	1	\$ 180.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 180.000
Sillas de escritorio	5	\$ 2.250.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$ 0
Sofá	5	\$ 800.000	\$ 160.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 640.000
Dotación industrial de operarios y bodeguero	1	\$ 1.600.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 0
Extintores	5	\$ 260.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$52.000	\$ 0
Caneca de basura de seguridad	10	\$ 1.380.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 690.000
Caneca de basura pequeña	10	\$ 180.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 90.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 82.244.730</b>	<b>\$ 13.034.446</b>	<b>\$ 12.874.446</b>	<b>\$ 12.874.446</b>	<b>\$ 12.874.446</b>	<b>\$ 14.474.446</b>	<b>\$ 16.202.500</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla de arriba se observa la depreciación en línea recta referente a equipo, maquinaria, muebles y enseres, especificados según su vida útil y como este pierde valor en el tiempo.

Tabla 27 Sobrecostos del personal administrativo

Cesantías	8.33%
Interés sobre cesantías	1%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Pensión	12%
Salud	8.5%
ARL (Tipo I)	0.52%
Caja de compensación familiar	4%
ICBF	3%
SENA	2%
<b>TOTAL</b>	<b>51,85%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28 Remuneración del personal administrativo.

<b>CARGO</b>	<b>REMUNERACION MENSUAL</b>	<b>REMUNERACION ANUAL</b>	<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>REMUNERACION TOTAL ANUAL</b>
Gerente	\$ 2.050.000	\$ 24.600.000	\$ 12.755.100	\$ 37.355.100
Jefe de publicidad y ventas	\$ 1.606.454	\$ 19.277.448	\$ 9.995.357	\$ 29.272.805
Contador	\$ 908.526	\$ 1.817.052	\$ 0	\$ 1.817.052
Auxiliar de publicidad y ventas	\$ 1.014.980	\$ 12.179.760	\$ 6.315.206	\$ 18.494.966
Secretaria	\$ 1.014.980	\$ 12.179.760	\$ 6.315.206	\$ 18.494.966
<b>Total</b>	<b>\$ 6.594.940</b>	<b>\$ 70.054.020</b>	<b>\$ 35.380.868</b>	<b>\$ 105.434.888</b>

Fuente: Elaboración Propia

La tabla anterior indica que la empresa tiene un gasto de \$105.434.888 para remunerar el personal administrativo, cabe especificar que el contador tiene un contrato por prestación de servicios, por tal motivo no posee prestaciones sociales.

Tabla 29 Otros gastos administrativos

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Industria y Comercio	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Elementos de aseo	\$ 115.000	\$ 1.380.000
Arriendo	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Útiles y papelerías	\$ 90.000	\$ 1.080.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.705.000</b>	<b>\$ 15.960.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la información previa se observan otros gastos administrativos en que la incurre NUTILAP S.A.S después de iniciar sus labores.

Tabla 30 Gastos en ventas

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Distribución	\$ 180.000	\$ 2.160.000
Publicidad	\$ 160.000	\$ 1.920.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 340.000</b>	<b>\$ 4.080.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

La previa información arroja los gastos de distribución y publicidad, necesarios para llevar a cabo las ventas de Nuggets de Tilapia cada mes y anual equivalente a \$ 4.080.000.

Tabla 31 Amortización de gastos diferidos

<b>Activos</b>	<b>Plazo de amortización</b>	<b>Costo del activo</b>	<b>Valor amortización anual</b>				
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gastos Pre-operativos.	5	\$ 5.030.000	\$ 1.006.000	1.006.000	1.006.000	1.006.000	1.006.000
<b>VALOR A AMORTIZAR</b>			<b>\$ 1.006.000</b>	<b>1.006.000</b>	<b>1.006.000</b>	<b>1.006.000</b>	<b>1.006.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

La tabla previa expresa naturalmente la disminución del activo diferido en 5 años.

Tabla 32 Distribución de costos

DETALLE	COSTO		
		Costos Fijos	Costos Variables
<b>Costos de Producción.</b>			
M de O. Directa	\$ 79.250.843		\$ 79.250.843
Mat. Directos.	\$ 52.400.000		\$ 52.400.000
Mano de obra indirecta	\$ 34.858.368		\$ 34.858.368
Mat. Indirectos.	\$ 9.428.000		\$ 9.428.000
Servicios	\$ 9.960.000	\$ 9.960.000	
Arriendo	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	
Depreciación	\$ 13.034.446	\$ 13.034.446	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 210.931.656</b>	<b>\$ 34.994.446</b>	<b>\$ 141.078.843</b>
<b>Gastos de Adm.</b>			
Sueldos y Prestac.	\$ 105.434.888	\$ 105.434.888	
Otros Gast. Adm.	\$ 15.960.000	\$ 15.960.000	
Amortización.	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 122.400.888</b>	<b>\$ 122.400.888</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>			
Distribución	\$ 2.160.000	\$ 2.400.000	
Publicidad	\$ 1.920.000	\$ 1.920.000	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 4.080.000</b>	<b>\$ 4.320.000</b>	<b>\$ 141.078.843</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 337.412.544</b>	<b>\$ 161.715.334</b>	<b>\$ 141.078.843</b>

Fuente: Elaboración Propia

La tabla de distribución de costos, indica los costos totales de la empresa equivalente a \$ 337.412.544 es relevante porque, mediante este cuadro es posible hallar el costo variable unitario, costo unitario, precio de venta y el punto de equilibrio.

## 7.4 Punto de Equilibrio

Se hace necesario hallar el punto de equilibrio dividiendo el total de los costos fijos menos el costo variable unitario menos el precio de venta unitario, de esta forma se conoce lo que la empresa deberá producir y vender para que los costos y gastos sean igual a los ingresos.

### 7.4.1 Costo de variable unitario

$$\frac{CVU}{Q} = \frac{\$ 141.078.843}{32.463} = \$4.345,8$$

Mediante la fórmula se logra definir que el costo variable de cada unidad producida de Nuggets de Tilapia es de \$4.345,8.

### 7.4.2 Precio de venta unitario

Se pasa a calcular el costo unitario.

$$Cu = \frac{\$337.412.514}{32.463} = \$10.393,8$$

Posteriormente se halla el punto de equilibrio:

$$Pvu = \frac{\$10.393,8}{(1 - 0.16)} = \$12.373,5$$

Después de realizar la fórmula matemática para calcular el precio de venta unitario, se puede decir que 400 gramos de Nuggets empacados, con un margen de utilidad del 16% debe ser vendido por \$12.373,5.

$$PE = \frac{161.715.334}{(12.373,5 - 4.346)} = 20.145$$

Consecuente a realizar la fórmula del punto de equilibrio, se muestra como resultado 20.145 unidades del producto para que los costos y gastos en los que incurra la empresa, sean iguales a los ingresos.

Tabla 33 Punto de equilibrio

<b>Costo Unitario</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>Punto de Equilibrio / U</b>
\$10.393,8	\$337.412.514	\$12.373,5	\$10.393,8	20.145

Fuente: Elaboración Propia

Los datos expuestos en la tabla previa, se publican para conocer aspectos relevantes de producción y ventas.

## 7.5 Calculo del capital de trabajo

Tabla 34 Capital de trabajo

Costo de producción	\$ 197.897.210
Gasto de administración	\$ 121.394.888
Gasto de venta	\$ 4.080.000
<b>Costo de operación anual</b>	<b>\$ 323.372.098</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se muestran los gastos económicos que tiene NUTILAP S.A.S al asumir las operaciones empresariales equivalentes a \$ 323.372.098.

Tabla 35 Inversión en capital de trabajo

<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Capital de trabajo	\$ 26.947.675	\$ 1.024.012	\$ 1.062.924	\$ 1.103.315	\$ 1.145.241

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro anterior arroja la inversión mensual en capital de trabajo para el año de apertura y necesaria para el buen funcionamiento de las operaciones de la empresa, del al año 1 al 4 son añadiduras debido a la inflación del 3,8% en Colombia, para el primer trimestre del año 2021.

## 7.6 Flujo neto de inversión

Tabla 36 Programa de inversión fija del proyecto

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Activos fijos tangibles</b>						
Maquinarias y equipos	\$ 67.724.730					
Muebles y enseres	\$ 14.700.000					
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 82.424.730</b>					
<b>Activos Diferidos</b>						
Gastos Pre-operativos	\$ 5.030.000					
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 5.030.000</b>					
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>\$ 87.454.730</b>					

Fuente: Elaboración Propia

Se observan en los datos expuestos que la inversión fija para el año de apertura necesarios iguales a \$ 87.454.730.

Tabla 37 Programa de inversión

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	\$ 87.454.730					
Capital de trabajo	\$ 26.947.675	\$ 1.024.012	\$ 1.062.924	\$ 1.103.315	\$ 1.145.241	-

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 37 indica la inversión necesaria para el año de apertura y el capital de trabajo idóneo para llevar a cabo operaciones de NUTILAP S.A.S.

Tabla 38 Valor residual de los activos

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Activos de producción					\$ 67.724.730
<b>Subtotal activos de producción</b>					\$ 67.724.730
Vr. Residual Capital de Trabajo					\$ 31.283.167
<b>TOTAL VR. RESIDUAL</b>					<b>\$ 99.007.897</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la previa tabla se expresan el valor residual de los activos de producción y capital de trabajo para el último año, la suma de ambos da como resultado \$ 99.007.897.

Tabla 39 Flujo neto de inversiones

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	\$ 87.454.730					
Capital de trabajo	\$ 26.947.675	\$ 1.024.012	\$ 1.062.924	\$ 1.103.315	\$ 1.145.241	
Valor residual						\$ 99.007.897
Inversiones	\$ 114.402.405	\$ 1.024.012	\$ 1.062.924	\$ 1.103.315	\$ 1.145.241	\$ 99.007.897

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se especifican las inversiones del proyecto en su apertura y funcionamiento de las actividades de económicas.

## 7.7 Proyecciones financieras

Las proyecciones financieras concernientes al presupuesto de ingresos, costos de producción, gastos de producción, gasto de venta, costos operacionales y gastos financieros, utilizan como una inflación del 3,8% como referencia, estipulado en el primer trimestre del 2021.

Tabla 40 Presupuesto de ingresos

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	\$ 401.681.600	\$ 416.945.501	\$ 432.789.430	\$ 449.235.429	\$ 466.306.375
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>\$ 401.681.600</b>	<b>\$ 416.945.501</b>	<b>\$ 432.789.430</b>	<b>\$ 449.235.429</b>	<b>\$ 466.306.375</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la anterior tabla se muestran la cantidad de dinero que ingresan a la empresa por la venta de Nuggets de Tilapia cada año.

Tabla 41 Presupuesto de costo de producción

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>Costos directos</b>					
Materiales directos	\$ 52.400.000	\$ 54.391.200	\$ 56.458.066	\$ 58.603.472	\$ 60.830.404
Mano de obra directa	\$ 79.250.843	\$ 81.771.020	\$ 84.371.338	\$ 87.054.347	\$ 89.822.675
Depreciación	\$ 13.034.446	\$ 12.874.446	\$ 12.874.446	\$ 12.874.446	\$ 14.474.446
<b>Subtotal costo directo</b>	<b>\$ 131.650.843</b>	<b>\$ 136.162.220</b>	<b>\$ 140.829.404</b>	<b>\$ 145.657.819</b>	<b>\$ 150.653.079</b>
<b>Gastos generales de fab.</b>					
Materiales indirectos	\$ 9.428.000	\$ 9.786.264	\$ 10.158.142	\$ 10.544.151	\$ 10.944.829
Mano de obra indirecta	\$ 34.858.368	\$ 36.182.985	\$ 37.557.939	\$ 38.985.141	\$ 40.466.576
Servicios	\$ 9.960.000	\$ 10.338.480	\$ 10.731.342	\$ 11.139.133	\$ 11.562.420
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 54.246.368</b>	<b>\$ 56.307.729</b>	<b>\$ 58.447.423</b>	<b>\$ 60.668.425</b>	<b>\$ 62.973.825</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 185.897.210</b>	<b>\$ 192.469.949</b>	<b>\$ 199.276.827</b>	<b>\$ 206.326.244</b>	<b>\$ 213.626.904</b>

Fuente: Elaboración Propia

La previa tabla sintetizan los costos de producción del primer año de operaciones igual a \$ 185.897.210 y su debida proyección, tomando como base una inflación del 3,8%.

Tabla 42 Presupuesto de gastos de administracion

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	\$ 105.434.888	\$ 109.441.414	\$ 113.600.187	\$ 117.916.994	\$ 122.397.840
Otros gastos de administración	\$ 15.960.000	\$ 16.566.480	\$ 17.196.006	\$ 17.849.454	\$ 18.527.734
Amortización	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 121.394.888</b>	<b>\$ 126.007.894</b>	<b>\$ 130.796.194</b>	<b>\$ 135.766.449</b>	<b>\$ 140.925.574</b>

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se especifican los gastos que la empresa incurre, por las actividades administrativas durante los 5 años incluyendo su respectiva inflación.

Tabla 43 presupuesto de gastos de ventas

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Distribución	\$ 2.160.000	\$ 2.242.080	\$ 2.327.279	\$ 2.415.716	\$ 2.507.513
Publicidad	\$ 1.920.000	\$ 1.992.960	\$ 2.068.692	\$ 2.147.303	\$ 2.228.900
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.080.000</b>	<b>\$ 4.235.040</b>	<b>\$ 4.395.972</b>	<b>\$ 4.563.018</b>	<b>\$ 4.736.413</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos por ventas, específicamente por distribución y publicidad son equivalentes a \$ 4.080.000 para el primer año en relación a las actividades en venta.

Tabla 44 Presupuesto de costos operacionales

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	\$ 185.897.210	\$ 192.961.304	\$ 200.293.834	\$ 207.905.000	\$ 215.805.390
Gastos de administración	\$ 121.394.888	\$ 126.007.894	\$ 130.796.194	\$ 135.766.449	\$ 140.925.574
Gastos de ventas	\$ 4.080.000	\$ 4.235.040	\$ 4.395.972	\$ 4.563.018	\$ 4.736.413
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 311.372.098</b>	<b>\$ 323.204.238</b>	<b>\$ 335.485.999</b>	<b>\$ 348.234.467</b>	<b>\$ 361.467.377</b>

Fuente: elaboración Propia

La tabla anterior muestra el total de costos operacionales que requiere la empresa para cada año en la realización de las actividades de la empresa.

Tabla 45 Presupuesto de gastos financieros

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Abono de capital	\$ 7.231.906	\$ 8.085.271	\$ 9.039.333	\$ 10.105.974	\$ 11.298.479
Interés	\$ 5.399.794	\$ 4.546.429	\$ 3.592.367	\$ 2.525.725	\$ 1.333.221
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.631.699</b>				

Fuente: elaboración Propia

En la tabla previa se observa la cantidad de dinero que deberá pagar cada año, equivalente a \$ 12.631.699, para sufragar los gastos por un préstamo bancario.

Tabla 46 Flujo neto de operaciones

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 401.681.600	\$ 416.945.501	\$ 432.789.430	\$ 449.235.429	\$ 466.306.375
Egresos operacionales	\$ 311.372.098	\$ 323.204.238	\$ 335.485.999	\$ 348.234.467	\$ 361.467.377
Utilidad operacional	\$ 90.309.502	\$ 93.741.263	\$ 97.303.431	\$ 101.000.962	\$ 104.838.998
Gastos financieros	\$ 12.631.699	\$ 12.631.699	\$ 12.631.699	\$ 12.631.699	\$ 12.631.699
Utilidad antes de impuestos	\$ 77.677.803	\$ 81.109.564	\$ 84.671.732	\$ 88.369.262	\$ 92.207.299
Impuestos (22.2%)	\$ 17.244.472	\$ 18.006.323	\$ 18.797.124	\$ 19.617.976	\$ 20.470.020
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 60.433.331</b>	<b>\$ 63.103.241</b>	<b>\$ 65.874.607</b>	<b>\$ 68.751.286</b>	<b>\$ 71.737.278</b>
Más depreciación	\$ 13.034.446	\$ 12.874.446	\$ 12.874.446	\$ 12.874.446	\$ 14.474.446
Más amortización	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000	\$ 1.006.000
<b>Flujo neto de operaciones</b>	<b>\$ 74.473.777</b>	<b>\$ 76.983.687</b>	<b>\$ 79.755.053</b>	<b>\$ 82.631.732</b>	<b>\$ 87.217.724</b>

Fuente: elaboración Propia

La tabla anterior muestra la que la resta entre el presupuesto de ingresos y egresos operacionales, evaluados durante 5 diferentes años, menos impuestos del 22,2%, más la

amortización y depreciación de los activos de la empresa dan como resultado Flujo neto de operaciones equivalente a \$ 74.473.777 para el primer años de operaciones.

Tabla 47 Flujo neto del proyecto

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión.	\$ 114.402.405	\$ 1.024.012	\$ 1.062.924	\$ 1.103.315	\$ 1.145.241	\$ 99.007.897
Flujo Neto de Operación.		\$ 74.473.777	\$ 76.983.687	\$ 79.755.053	\$ 82.631.732	\$ 87.217.724
<b>Total Neto del Proyecto</b>	<b>\$ 114.402.405</b>	<b>\$ 73.449.765</b>	<b>\$ 75.920.763</b>	<b>\$ 78.651.738</b>	<b>\$ 81.486.491</b>	<b>\$ 186.225.621</b>

Fuente: elaboración Propia

Para determinar el flujo del proyecto se hace necesario restar al flujo neto de inversión el flujo neto de operación desde el año 1 al año 5.

## 7.8 Evaluación financiera

En la evaluación financiera se hizo idóneo, calcular tres indicadores financieros, valor presente neto (VPN), relación beneficio costo (R B/C) y la tasa interna de retorno (TIR), los cuales son de gran relevancia, útiles para definir si un proyecto es viable o no.

Tabla 48 Indicadores de rentabilidad

<b>VPN</b>	\$116.590.012
<b>TIR</b>	66%
<b>R B/C</b>	\$4,33

Fuente: Elaboración Propia

Para el cálculo del VPN se utilizó un margen moderado de utilidades igual al 16%, el resultado de la tabla anterior indica que los flujos futuros traídos al presente son iguales a \$116.590.012, siendo superior a cero, lo que resulta factible y atractiva para los inversionistas.

En el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR), se estipulo que debe ser superior a una tasa de oportunidad (TO) del 20%, el resultado de la operación financiera dio como resultado una TIR del 66%, superando la TO y mostrando una buena rentabilidad para los inversionistas.

La relación beneficio costo se definió entre la dividir los ingresos y los egresos netos, dando como resultado \$4,33, esto quiere decir que la empresa recupera \$3,33 por cada peso invertido.

## 8. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para el funcionamiento de la NUTILAP S.A.S empresa productora y comercializadora de Nuggets de Tilapia, se requieren \$114.402.405. Por lo tanto se hizo necesario adquirir un préstamo bancario a cinco años por valor de \$45.760.962 equivalente al 40% del total neto del proyecto, por otra parte el 60% restante será asumido por recursos propios cuyo valor equivale a \$68.641.443.

*Tabla 49 Fuentes de financiamiento*

<b>Año</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Abono de capital</b>	<b>Saldo</b>
-				\$ 45.760.962
1	\$12.631.699	\$5.399.794	\$7.231.906	\$ 38.529.056
2	\$12.631.699	\$4.546.429	\$8.085.271	\$ 30.443.785
3	\$12.631.699	\$3.592.367	\$9.039.333	\$ 21.404.453
4	\$12.631.699	\$2.525.725	\$10.105.974	\$ 11.298.479
5	\$12.631.699	\$1.333.221	\$11.298.479	\$ -

*Fuente: elaboración Propia*

## 9. CONCLUSIONES

El estudio de mercado arrojó una demanda de 20.216 personas equivalente al 84%, quienes respondieron de manera afirmativa a consumir Tilapia, lo que permite divisar un mercado potencial, debido a las nuevas tendencias de alimentarse sano para conservar la buena salud, siendo los Nuggets de Tilapia 100% naturales un alimento idóneo, para la necesidad que cada vez más cobra mayor auge. Los precios que están dispuestos a pagar por clientes, se encuentran congruentes a los arrojados en el estudio financiero, por lo tanto se aprecia que dicho producto tendrá buena aceptación en el mercado del Municipio de Lorica, por otra parte las estrategias de publicidad permitirán llegar a la mayor cantidad de personas en poco tiempo, a su vez esto permitirá la rápida expansión y desarrollo de la empresa.

En la interpretación del estudio técnico, es coherente decir que la localización fue escogida de manera estratégica para el éxito de la organización y aprovechamiento de espacios con precios bajos en arriendo, además esta zona presenta auge en la afluencia de personas. Por otra se muestran las cantidades a producir, cada año, meses y días, lo que fija metas en el área de producción con el fin de que la empresa cubra la demanda insatisfecha de manera óptima y eficaz.

En el módulo organizacional se abordó el direccionamiento estratégico que trae consigo la misión y visión de NUTILAP S.A.S, mencionando de manera estratégica las metas a corto y largo plazo, que permitirán el éxito inminente de la empresa, además se fijaron los cargos de manera específica, para la escogencia del personal idóneo, con tal de asumir responsabilidades en la empresa y garantizar el buen funcionamiento de la misma, además de generar un producto de calidad y brindar a los consumidores una experiencia de sabor y atención completamente diferente.

Lo concerniente al módulo de impacto social, económico y ambiental, la creación de la empresa productora y comercializadora de Nuggets de Tilapia, permite generar empleo y mejora la calidad de vida muchas personas, además este emprendimiento permite dinamizar la economía, generar ingresos a quienes están implicados directa e indirectamente en la fabricación de dicho producto, de tal manera se estimula a la producción de dicha materia prima. Por último en cuanto a lo a aspectos ambientales se tomaron decisiones encaminadas a minimizar el efecto contaminante, mediante la escogencia de empaques reutilizables, excelentes procesos de producción y buen reciclaje de residuos.

El estudio financiero fue fundamental para definir la factibilidad financiera del proyecto, iniciando por la compra de activos de producción, costos variables, costos fijos, costos totales y unidades producidas con el fin de hallar el costo variable unitario, costo unitario, precio de venta unitario y punto de equilibrio, relevantes para la puesta en marcha de la empresa. Por otro lado las inversiones, los costos operacionales, capital de trabajo, remuneraciones, presupuesto de gastos de venta y flujo de to del proyecto, entre otros, cuadros financieros que permitieron definir la viabilidad de crear una empresa productora y comercializadora de Nuggets de Tilapia en el Municipio de Lorica. Cabe mencionar que se tomaron tres indicadores financieros VPN, TIR y R B/C, con la finalidad de definir la factibilidad del proyecto, mostrando que financieramente el proyecto es rentable.

Para concluir, los diferentes estudios realizados a lo largo de este proyecto demuestran, que existen condiciones de mercado favorables para la creación de NUTILAP S.A.S, lo cual es altamente atractivo como proyecto de inversión.

## 10. RECOMENDACIONES

Con el fin de promover la venta, distribución y por ende mejorar los ingresos, se recomienda que se realicen pautas estratégicas de publicidad en páginas web propias y redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, entre otras, para dar a conocer la empresa y el producto. Esto permitirá generar recordación en la mente de las personas y convertir los Nuggets de Tilapia en un alimento apetecido día tras día.

Se propone que la empresa NUTILAP S.A.S tenga buenos proveedores, escogidos de manera estratégica, los cuales oferten materia prima fresca, de calidad, al mejor precio y de manera constante. El tipo de negociación que gire en torno al modelo de Harvard de Ganar – Ganar y generar confianza entre ambas partes, de esta manera la empresa crecerá.

Se propone llevar una buena gestión de residuos sobrantes, para minimizar el impacto que se podrían generar después de los procesos de producción, además el uso de empaques que estén en armonía con el medio ambiente es determinante para frenar la contaminación.

Por último, para generar un producto de calidad se necesitan manos expertas que permitan crearlo acorde a gusto, expectativas y necesidades de las personas. A partir de esta premisa escoger el personal idóneo y dar constantes capacitaciones e innovar, ayudara a lograr el éxito de la organización.

## 11. BIBLIOGRAFÍA

- ALVAREZ, F. C., & AGUDELO, M. A. (17 de Diciembre de 2016). *Proceso de Elaboracion de Nuggets de Pescado*. Obtenido de pdfcoffee.com: <https://pdfcoffee.com/proceso-de-elaboracion-de-nuggets-de-pescado-3-pdf-free.html>
- Baldiviezo, J. M. (15 de Septiembre de 2006). *Evaluación de Proyectos: Conceptos*. Obtenido de [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net): <https://www.promonegocios.net/proyecto/evaluacion-proyectos.html>
- Barroeta, M. R. (12 de Agosto de 2020). *Idea de negocio, definición y cómo desarrollarla*. Obtenido de [Milagrosruizbarroeta.com](http://Milagrosruizbarroeta.com): <https://milagrosruizbarroeta.com/idea-de-negocio-definicion-y-como-desarrollarla/>
- C., J. D. (04 de Diciembre de 2019). *EL VALOR PRESENTE NETO*. Obtenido de [www.pymesfuturo.com](http://www.pymesfuturo.com): <https://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>
- C.B, C. (19 de Julio de 2011). *Estudio administrativo: en qué consiste y otros aspectos interesantes*. Obtenido de [es.over-blog.com](http://es.over-blog.com): [https://es.over-blog.com/Estudio\\_administrativo\\_en\\_que\\_consiste\\_y\\_otros\\_aspectos\\_interesantes-1228321767-art257005.html](https://es.over-blog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html)
- Carnero, E. (19 de Octubre de 2019). *8 razones por las que deberías comer más pescado*. Obtenido de [sabervivirtv.com](http://sabervivirtv.com): [www.sabervivirtv.com/nutricion/beneficios-salud-comer-pescado-de-forma-facil\\_1963/amp](http://www.sabervivirtv.com/nutricion/beneficios-salud-comer-pescado-de-forma-facil_1963/amp)
- Colombia Turismo WEB. (2015). *colombiaturismoweb.com*. Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CORDOBA/MUNICIPIOS/LORICA/LORICA.htm#:~:text=L%C3%ADmites%20del%20municipio%3A,AI%20sur%3A%20con%20San%20Pelayo>.
- CORI, M. (26 de MAYO de 2016). Obtenido de <file:///C:/Users/linam/Downloads/nuggets%20y%20salud.pdf>
- Corrillo Machicado, F., & Gutiérrez Quiroga, M. (2016). *ESTUDIO DE LOCALIZACION DE UN PROYECTO*. Tarija: Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

- Corrillo Machicado, F., & Gutiérrez Quiroga, M. (2016). *Estudio de Localización de un Proyecto*. Tarija: Universidad Autónoma Juan Misael Saracho. Obtenido de [http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11\\_a05.pdf](http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf)
- CREU MASTER. (12 de Agosto de 2018). *Tasa Interna de Retorno*. Obtenido de creu.mx: <https://creu.mx/tasa-interna-retorno/#:~:text=Nos%20permite%20saber%20si%20es,actualizados%20generados%20por%20una%20inversi%C3%B3n>.
- DANE. (2018). *dane.gov.co*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- Economipedia. (05 de Febrero de 2020). *Consumidor*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
- Ecured. (12 de Septiembre de 2015). *Alimento Nutritivo*. Obtenido de [www.ecured.cu](http://www.ecured.cu): [https://www.ecured.cu/Alimento\\_Nutritivo](https://www.ecured.cu/Alimento_Nutritivo)
- El Tiempo. (22 de Agosto de 2017). *Pueblos patrimonio para colorear / Santa Cruz de Lorica*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/lorica-cordoba-en-pueblos-patrimonio-para-colorear-122534>
- Escuela de Negocios. (29 de Octubre de 2015). *6 ELEMENTOS QUE GENERAN VALOR AÑADIDO PARA TU PRODUCTO*. Obtenido de [www.escueladenegociosydireccion.com](http://www.escueladenegociosydireccion.com): <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/marketing-ventas/6-elementos-que-generan-valor-anadido-para-tu-producto/#:~:text=Se%20entiende%20por%20valor%20a%C3%B1adido,consumidor%20a%20elegir%20la%20marca>.
- Galán, J. S. (7 de Diciembre de 2019). *Estudio de mercado*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Gobierno Vasco. (2017). *Análisis de estudios de impacto*. Barcelona: Departamento de cultura y política lingüística. Obtenido de [www.kultura.ejgv](http://www.kultura.ejgv): <https://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/r46->

19803/es/contenidos/informacion/keb\_argit\_eragin\_azterke\_2017/es\_def/adjuntos/analisis\_estudios\_impacto\_2017.pdf

GRN. (12 de Marzo de 2010). *Impacto Ambiental*. Obtenido de [www.grn.cl](http://www.grn.cl): <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>

ICA. (08 de Abril de 2019). *Con el apoyo del ICA, el departamento de Córdoba consolida el Acuerdo Regional de Competitividad para fortalecer el sector acuícola*. Obtenido de [ica.gov.co](http://ica.gov.co): <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-acuerdo-regional-acuicola-cordoba>

La razon. (21 de Abril de 2019). *Reportan buena venta de pescado en Lorica durante Semana Santa*. Obtenido de [larazon.co](http://larazon.co): <https://larazon.co/cordoba/reportan-buena-venta-de-pescado-en-lorica-durante-semana-santa/>

Liceaga, E. (2013). *Metodología de investigación en educación médica*. Mexico: Elsevier. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n8/v2n8a7.pdf>

MEJÍA, I. S. (2008). *La economía de la ciénaga Grande del Bajo Sinú: lugar encantado de las aguas*. Cartagena de Indias: Banco de la Republica. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-102.pdf>

MICHELLE, B. G. (2021). *DESARROLLO DE NUGGETS DE SOYA (Glycine max)*. GUAYAQUIL: UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR.

Museum, B. (28 de JUNIO de 2018). [www.bioaquafloc.com](http://www.bioaquafloc.com). Obtenido de <https://www.bioaquafloc.com/tilapia/que-es-la-tilapia/>

Naturalista. (13 de Julio de 2018). *Género Tilapia*. Obtenido de [www.naturalista.mx](http://www.naturalista.mx): <https://www.naturalista.mx/taxa/92535-Tilapia>

Oviedo P, M. B. (23 de Noviembre de 2013). *Potencialidad de la región costera de Córdoba -Colombia para el cultivo de tilapia nilótica*. Obtenido de Revista MVZ Córdoba: <https://revistas.unicordoba.edu.co/index.php/revistamvz/article/view/148>

- Peru. (29 de Enero de 2015). *¿Qué beneficios tiene la tilapia para la salud?* Obtenido de peru.com: <https://peru.com/estilo-de-vida/salud/que-beneficios-tiene-tilapia-salud-noticia-321398>
- peru.com. (29 de Enero de 2015). *¿Qué beneficios tiene la tilapia para la salud?* Obtenido de peru.com: <https://www.peru.com/amp/estilo-de-vida/salud/que-beneficios-tiene-tilapia-salud-noticia-321398>
- R, A. (19 de Agosto de 2016). *Un recorrido por la gastronomía cordobesa*. Obtenido de laguiademonteria.co: <https://www.laguiademonteria.co/un-recorrido-por-la-comida-cordobesa/>
- RADIOMÁS. (03 de JULIO de 2020). <http://www.radiomas.mx>. Obtenido de <http://www.radiomas.mx/beneficios-de-la-mojarra-tilapia/#:~:text=La%20tilapia%20contiene%20grandes%20cantidades,especialment e%20indicado%20durante%20el%20embarazo>.
- Rankia. (29 de Noviembre de 2019). *Sociedad por acciones simplificada (SAS): ¿Qué es?* Obtenido de [www.rankia.co](https://www.rankia.co): <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>
- REARTE, A. G. (28 de ABRIL de 2005). *nulan.mdp.edu.ar*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/692/1/00196.pdf>
- Significados. (11 de Mayo de 2017). *Significado de Costo-beneficio*. Obtenido de [www.significados.com](https://www.significados.com): <https://www.significados.com/costo-beneficio/>
- Silva, D. d. (11 de Noviembre de 2020). *Qué son los hábitos de consumo, cuál es su importancia y por qué es conveniente seguir las tendencias del mercado*. Obtenido de [www.zendesk.com.mx](https://www.zendesk.com.mx): <https://www.zendesk.com.mx/blog/habitos-de-consumo/>
- Slideshare. (02 de Octubre de 2009). *Estudio Financiero*. Obtenido de [es.slideshare.net](https://es.slideshare.net): <https://es.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226>
- Sustentarse. (31 de Diciembre de 2020). *¿Qué beneficios aporta los Estudios de Impacto Social (EIS)?* Obtenido de [Sustentarse.com.mx](https://sustentarse.com.mx): <https://sustentarse.com.mx/que-beneficios-aporta-los-estudios-de-impacto-social-eis/>

- UCIPFG. (25 de Agosto de 2012). *EL ESTUDIO TÉCNICO*. Obtenido de [www.ucipfg.com](http://www.ucipfg.com):  
[https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo\\_del\\_Estudio\\_Tecnico.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)
- Vallejo, J. C. (25 de Mayo de 2013). *cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com*. Obtenido de <http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>
- Vanegas, A. M. (17 de Septiembre de 2020). *La importancia de innovar para la reactivación económica después del COVID-19*. Obtenido de [delfino.cr](https://delfino.cr):  
<https://delfino.cr/2020/09/la-importancia-de-innovar-para-la-reactivacion-economica-despues-del-covid-19>

## 12. ANEXOS

### Anexo 1 Constancia de validación del instrumento para la recolección de datos

#### MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

**Nombre del instrumento:** Encuesta

**Objetivo:** Determinar mediante un estudio de factibilidad la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de nuggets de tilapia empacada al vacío en el municipio de Santa Cruz de Lorica, en año 2021

**Variable que evalúa:** Fiabilidad del contenido.

**Dirigido a:** A los habitantes del municipio de Santa Cruz de Lorica pertenecientes al área urbana de estratos 3 y 4.

**Apellidos y nombres del evaluador:** Anaya Narvárez Alfredo R.

**Grado Académico del Evaluador:** Doctor en Ciencias Económicas

**Teléfono:** 313-573-9759

**Valoración Final:**

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
		X	

---

FIRMA DEL EVALUADOR

**Nombre del instrumento:** Encuesta

**Objetivo:** determina mediante un estudio de factibilidad la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de nuggets de tilapia empacada al vacío en el municipio de Santa Cruz de Lorica, en año 2021

**Variable que evalúa:** Fiabilidad del contenido.

**Dirigido a:** A los habitantes del municipio de Santa Cruz de Lorica pertenecientes al área urbana de estratos 3 y 4.

**Apellidos y nombres del evaluador:** DORIA CASTRO ADRIÁN JOSÉ

**Grado Académico del Evaluador:** Especialista en Higiene y Seguridad Industrial, Magister en Ingeniería (en proceso de convalidación MEN), Estudiante de 1er Semestre de Doctorado en Ciencia y Tecnología de Alimentos.

**Teléfono:** 3218074073

**Valoración Final:**

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
X			

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA DEL EVALUADOR

**Nombre del instrumento:** Encuesta

**Objetivo:** determina mediante un estudio de factibilidad la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de nuggets de tilapia empacada al vacío en el municipio de Santa Cruz de Lorica, en año 2021

**Variable que evalúa:** Fiabilidad del contenido.

**Dirigido a:** A los habitantes del municipio de Santa Cruz de Lorica pertenecientes al área urbana de estratos 3 y 4.

**Apellidos y nombres del evaluador:** SANES AYALA CESAR

**Grado Académico del Evaluador:** Magister en Finanzas

**Teléfono:** 300 805 5285

**Valoración Final:**

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
X			

  
FIRMA DEL EVALUADOR

## **Anexo 2 Reglamento interno de trabajo**

### **CAPÍTULO I**

ART. 1º—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa NUTILAP S.A.S. con domicilio en la ciudad de Santa Cruz de Lorica, Córdoba y 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. 2º—Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa NUTILAP S.A.S. debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a) Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad 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 y el salario devengado.
- Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.

PAR.—El empleador podrá establecer en el reglamento, además de los documentos mencionados, todos aquellos que considere necesarios para admitir o no admitir al aspirante sin embargo, tales exigencias no deben incluir documentos, certificaciones o datos prohibidos expresamente por las normas jurídicas para tal efecto así, es prohibida la exigencia de la inclusión en formatos o cartas de solicitud de empleo “datos acerca del estado civil de las personas, número de hijos que tenga, la religión que profesan o el partido político al cual pertenezca” (L. 13/72, art. 1º); lo mismo que la exigencia de la prueba de gravidez para las mujeres, solo que se trate de actividades catalogadas como de alto riesgo (art. 43, C.N., arts. 1º y 2º, Convenio N° 111 de la OIT, Res. 3941/94 del Min trabajo), el examen de sida (D.R. 559/91, art. 22), ni la libreta militar (D. 2150/95, art. 111).

#### Período de prueba

ART. 3º—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. 4º—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. 1º).

ART. 5º—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.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato (L. 50/90, art. 7°).

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 este, 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°).

### CAPÍTULO IV

Horario de trabajo ART. 8°—Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Días laborables. (Ejemplo: los días laborables para el personal administrativo son de lunes a sábado medio día y para el personal operativo de lunes a domingo).

Ejemplos

Personal administrativo

Lunes a viernes Mañana:

8:00 a.m. a 12:00 m. Hora de almuerzo:

12:00 m. a 1:00 p.m.

Tarde:

1:00 p.m. a 5:00 p.m.

Sábado Hora de entrada:

Hora de salida:

Con períodos de descanso de diez minutos en cada turno de tales a tales horas. Personal operativo: por turnos rotativos Primer turno:

6:00 a.m. a 2:00 p.m.

Segundo turno:

2:00 p.m. a 10:00 p.m. Tercer turno:

10:00 p.m. a 6:00 a.m.

Con períodos de descanso de diez minutos.

PAR. —Para las empresas que laboran el día domingo. Por cada domingo o festivo trabajado se reconocerá un día compensatorio remunerado a la semana siguiente.

PAR. 1°—Cuando la empresa tenga más de cincuenta (50) trabajadores que laboren cuarenta y ocho (48) horas a la semana, estos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada,

por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente a actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación (L. 50/90, art. 21).

PAR. 2º—Jornada laboral flexible. (L. 789/2002, art. 51) Modificó el inciso primero del literal C), incluyó el d) artículo 161 del Código Sustantivo del Trabajo.

c)El empleador y el trabajador pueden acordar temporal o indefinidamente la organización de turnos de trabajo sucesivos, que permitan operar a la empresa o secciones de la misma sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando el respectivo turno no exceda de seis (6) horas al día y treinta y seis (36) a la semana.

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—Trabajo ordinario y nocturno. Artículo 25 Ley 789 de 2002 que modificó 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 veintidós horas (10:00 p.m.).

2.Trabajo nocturno es el comprendido entre las veintidós horas (10:00 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).

PAR. —La empresa podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno, de acuerdo con lo previsto por el Decreto 2352 de 1965.

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.

PAR. 2º—Descanso en día sábado. Pueden repartirse las cuarenta y ocho (48) horas semanales de trabajo ampliando la jornada ordinaria hasta por dos horas, por acuerdo entre las partes, pero con el fin exclusivo de permitir a los trabajadores el descanso durante todo el sábado. Esta ampliación no constituye trabajo suplementario o de horas extras.

## 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.

2. Pero el descanso remunerado del seis de enero, diecinueve de marzo, veintinueve de junio, quince de agosto, doce de octubre, primero de noviembre, once de noviembre, Ascensión del

Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús, cuando no caigan en día lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día. Cuando las mencionadas festividades caigan en domingo, el descanso remunerado, igualmente se trasladará al lunes.

3.Las prestaciones y derechos que para el trabajador originen el trabajo en los días festivos, se reconocerá en relación al día de descanso remunerado establecido en el inciso anterior (L. 51, art. 1º, dic. 22/83).

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).

PAR. 2º—Labores agropecuarias. Los trabajadores de empresas agrícolas, forestales y ganaderas que ejecuten actividades no susceptibles de interrupción, deben trabajar los domingos y días de fiesta remunerándose su trabajo en la forma prevista en el artículo 25 de la Ley 789 de 2002 y con derecho al descanso compensatorio (L. 50/90, art. 28).

PAR. 3º—Trabajo dominical y festivo. (L. 789/2002, art. 26) modificó artículo 179 del Código Sustantivo del Trabajo.

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. —El trabajador podrá convenir con el empleador su día de descanso obligatorio el día sábado o domingo, que será reconocido en todos sus aspectos como descanso dominical obligatorio institucionalizado.

Interpétese la expresión dominical contenida en el régimen laboral en este sentido exclusivamente para el efecto del descanso obligatorio.

Las disposiciones contenidas en los artículos 25 y 26 de la Ley 789 del 2002 se aplazarán en su aplicación frente a los contratos celebrados antes de la vigencia de la presente ley hasta el 1º de abril del año 2003.

Aviso sobre trabajo dominical. Cuando se tratare de trabajos habituales o permanentes en domingo, el empleador debe fijar en lugar público del establecimiento, con anticipación de 12 horas lo menos, la relación del personal de trabajadores que por razones del servicio no pueden disponer el descanso dominical. En esta relación se incluirán también el día y las horas de descanso compensatorio (CST, art. 185).

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. 1°).

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 estas 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 estas, 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. —Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores (CST, art. 133).

ART. 27. —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:

Ejemplo: quincenales mensuales (uno de los dos o los dos).

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. De la misma manera ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto-Ley 1295 de 1994, y la Ley 776 del 17 de diciembre de 2002, del sistema general de riesgos profesionales, de conformidad con los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas.

## 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 X

### Orden jerárquico

ART. 39. —El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente: Ejemplo: gerente general, subgerente, director financiero, director talento humano director de operaciones, director comercial y director de calidad.

PAR. —De los cargos mencionados, tienen facultades para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores de la empresa: Ejemplo: el gerente y el director de talento humano.

## CAPÍTULO XI

Labores prohibidas para mujeres y menores ART. 40.—Queda prohibido emplear a los menores de dieciocho (18) años y a las mujeres en trabajo de pintura industrial, que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos

pigmentos. Las mujeres sin distinción de edad y los menores de dieciocho (18) años no pueden ser empleados en trabajos subterráneos de las minas ni en general trabajar en labores peligrosas, insalubres o que requieran grandes esfuerzos (CST, art. 242, ordos. 2º y 3º).

ART. 41. —Los menores no podrán ser empleados en los trabajos que a continuación se enumeran, por cuanto suponen exposición severa a riesgos para su salud o integridad física:

1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.
2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.
3. Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyen agentes nocivos, tales como contaminantes, desequilibrios térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación.
4. Trabajos donde el menor de edad está expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.
5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radiactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radiofrecuencia.
6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
7. Trabajos submarinos.
8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.
9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.

10. Trabajos en pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
11. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos.
12. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
13. Trabajos en altos hornos, horno de fundición de metales, fábrica de acero, talleres de laminación, trabajos de forja, y en prensa pesada de metales.
14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
15. Trabajos relacionados con cambios de correas de transmisión, aceite, engrasado y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad.
16. Trabajos en cizalladoras, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troquelado ras, otras máquinas particularmente peligrosas.
17. Trabajos de vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima, trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidriado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
19. Trabajos en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.
20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.

21. Trabajo en la industria metalúrgica de hierro y demás metales, en las operaciones y/o procesos donde se desprenden vapores o polvos tóxicos y en plantas de cemento.

22. Actividades agrícolas o agroindustriales que impliquen alto riesgo para la salud.

23. Las demás que señalen en forma específica los reglamentos del Ministerio de la Protección Social.

PAR.—Los trabajadores menores de 18 años y mayores de catorce 14, que cursen estudios técnicos en el Servicio Nacional de Aprendizaje o en un instituto técnico especializado reconocido por el Ministerio de Educación Nacional o en una institución del sistema nacional de bienestar familiar autorizada para el efecto por el Ministerio de la Protección Social, o que obtenga el certificado de aptitud profesional expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”, podrán ser empleados en aquellas operaciones, ocupaciones o procedimientos señalados en este artículo, que a juicio del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, pueden ser desempeñados sin grave riesgo para la salud o la integridad física del menor mediante un adecuado entrenamiento y la aplicación de medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. Quedan prohibidos a los trabajadores menores de 18 años todo trabajo que afecte su moralidad. En especial le está prohibido el trabajo en casas de lenocinio y demás lugares de diversión donde se consuman bebidas alcohólicas. De igual modo se prohíbe su contratación para la reproducción de escenas pornográficas, muertes violentas, apología del delito u otros semejantes (D. 2737/89, arts. 245 y 246).

Queda prohibido el trabajo nocturno para los trabajadores menores, no obstante los mayores de dieciséis (16) años y menores de dieciocho (18) años podrán ser autorizados para trabajar

hasta las ocho (8) de la noche siempre que no se afecte su asistencia regular en un centro docente, ni implique perjuicio para su salud física o moral (D.

2737/89, art. 243).

## 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 las mismas.

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 refiera 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 7º 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. —La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en el contrato de trabajo (CST, art. 114).

47—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 2 meses.

La imposición de multas no impide que la empresa prescinda del pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar. El valor de las multas se consignará en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento que más puntual y eficientemente, cumplan sus obligaciones.

ART. 48. —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. 49. —Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculpado 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. 50. —No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo (CST, art. 115).

#### CAPÍTULO XIV

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación 51. —Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de: Ejemplo: gerente, subgerente, quien los oirá y resolverá en justicia y equidad (diferente del que aplica las sanciones).

ART. 52. —Se deja claramente establecido que para efectos de los reclamos a que se refieren los artículos anteriores, el trabajador o trabajadores pueden asesorarse del sindicato respectivo.

PAR. —En la empresa Procesador del Sinú S.A.S no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

#### CAPÍTULO XV

Publicaciones

ART. 53. —Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo,

mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria (CST, art. 120).

## CAPÍTULO XVI

### Vigencia

ART. 54. —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 XVII

Disposiciones finales ART. 55. —Desde la fecha que entra 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. 56.—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. 57. —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.

58. —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. 59.—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 ameritaren.

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 tuvieran 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, designará de su seno un coordinador ante quién podrán presentarse las solicitudes de evaluación de situaciones eventualmente configurantes de acoso laboral con destino al análisis que debe hacer el comité, así como las sugerencias que a través del comité realizaren 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, este 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.

Fecha: 12-07-2021

Departamento: Córdoba

Ciudad: Santa Cruz de Lorica

Dirección: Calle 7b Cra 20 #19 - 36

Representante legal: Yoiman Balduino de Jesús López Usprung

**Anexo 3 Cuestionario****Cuestionario de una Empresa Productora y Comercializadora de Nuggets de Tilapia.****NOMBRES Y APELLIDOS** \_\_\_\_\_**CORREO** \_\_\_\_\_**ESTRATO** \_\_\_\_\_**1. ¿Consume usted Tilapia?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**Si usted respondió de manera negativa el interrogante número uno (1), responda del interrogante Nueve (11) en adelante.**

**2. ¿Usted ha consumido Nuggets de pescado?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**3. ¿Qué tan importante es para usted el pescado en su dieta alimenticia?**

Muy importante \_\_\_\_\_

Importante \_\_\_\_\_

Poco importante \_\_\_\_\_

Nada importante \_\_\_\_\_

**4. ¿Consumiría usted Nuggets de Tilapia empacado al vacío?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**5. ¿Qué cantidad semanal de Nuggets de Tilapia estaría dispuesto a comprar usted?**

200 gramos \_\_\_\_\_

300 gramos \_\_\_\_

400 gramos \_\_\_\_

500 gramos \_\_\_\_

600 gramos \_\_\_\_

**6. ¿Qué cantidad le gustaría que contenga la bolsa de Nuggets de Tilapia para su adquisición?**

200 gramos \_\_\_\_

400 gramos \_\_\_\_

800 gramos \_\_\_\_

1.500 gramos \_\_\_\_

**7. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por 400 gramos Nuggets de Tilapia?**

\$5.000 a \$8.000 \_\_\_\_\_

\$8.000 a \$10.000 \_\_\_\_\_

\$12.000 a \$14.000 \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué aspecto en particular le gustaría que contenga el producto? Escoja uno o varios de los siguientes:**

Calidad y bajo precio \_\_\_\_

Sabor, olor y color llamativo \_\_\_\_

Empaque biodegradable \_\_\_\_

Alta cantidad de nutrientes \_\_\_\_

Otra ¿Cuál?

**9. ¿En qué lugar le es más accesible a usted para comprar los Nuggets de Tilapia?**

Tiendas de barrio \_\_\_\_

Casa a casa \_\_\_\_\_

Almacenes de cadenas \_\_\_\_\_

Sitios web \_\_\_\_\_

Otra ¿Cuál?

**10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer acerca de la empresa?**

Anuncios en redes sociales \_\_\_\_\_

Vallas publicitarias y Perifoneo \_\_\_\_\_

Página web \_\_\_\_\_

Radio y periódicos \_\_\_\_\_

Otra ¿Cuál?

**Si usted respondió negativamente el interrogante número uno (1), responda los siguientes interrogantes, de lo contrario omítalos.**

**11. ¿Qué aspectos considera para no probar este producto?**

No es atractivo a mi paladar \_\_\_\_\_

No conozco este producto \_\_\_\_\_

No me gusta su presentación \_\_\_\_\_

No me interesa \_\_\_\_\_

Otra ¿Cuál?

**12. Si un amigo que ha consumido los Nuggets de Tilapia, le ofrece probarlo ¿Lo consumiría?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuál de los siguientes aspectos no le gustan de los Nuggets de Tilapia?**

Difícil de conseguir\_\_\_\_\_

Sabor y olor\_\_\_\_\_

Precio alto\_\_\_\_\_

Alimentos empacados\_\_\_\_\_

Otra ¿Cuál?