CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO DE URABÁ EN EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA, AÑO 2019

GABRIEL RICARDO OCHOA BELLO

Proyecto

Opción de grado Creación de empresas

Tutor guía:

LUIS FERNANDO ALONSO G.

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MONTERÍA – CÓRDOBA

2019

Título:

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO DE URABÁ EN EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA, AÑO 2019

Nota de aceptación

_____

_____

_____

Presidente del Jurado

_____

Jurado

_____

Jurado

Montería _____

DEDICATORIA

A mis padres, José y Blanca, por su apoyo incondicional; por infundir en mí, valores humanos que han forjado la persona que soy hoy en día; por ser mi motivación, mi guía y maestros de vida.

A mis hermanos, por la asistencia en mis necesidades, por su amor y su apoyo desinteresado.

AGRADECIMIENTOS

Deseo agradecer primeramente a Dios, por darme el valor, la fe, y la sabiduría suficiente para llegar hasta donde he llegado.

Agradezco a mis padres y a mis hermanos, mi razón de vivir; gracias infinitas por darme todo lo que tengo y lo que soy, porque aún en los momentos más difíciles no me abandonaron; gracias por sus enseñanzas y por ayudarme a cumplir una de mis metas.

A mi familia por apoyarme y acompañarme en esta etapa de mi vida. A todos aquellos que en cierta medida me brindaron su mano, su hogar y me dieron de comer cuándo más lo necesité.

Agradezco tu ayuda, tu comprensión para entender que, aunque el tiempo que te dedico es mínimo, lo hago de corazón, y que este sacrificio que por años he realizado, dará frutos en el futuro, por estar conmigo en las buenas y en las malas, muchas gracias, Fer.

Por último, agradezco a mi tutor, por demostrarme una vez más que existen los buenos maestros; muchas gracias por sus conocimientos impartidos, profe.

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS

LISTA DE GRÁFICAS

LISTA DE ILUSTRACIONES

INTRODUCCIÓN

San Pedro de Urabá es un municipio abierto a las ideas, como ejemplo lo refleja su multiculturalidad, por su ubicación entre los departamentos de Córdoba y Antioquia, es común que acepte residentes de las culturas cordobesa y antioqueña, por este sentimiento de aceptación a las nuevas experiencias se plantea la existencia de oportunidades en este mercado.

San Pedro cuenta con una cantidad relevante de hectáreas productivas tanto urbanas como rurales, de este último, se aprovecha para realizar actividades de diversos sectores, como lo es el agrícola, mediante la siembra de cultivos como arroz, plátano y maíz; también se hace uso del sector pecuario mediante los criaderos de peces, pero se destaca que las actividades ganaderas han tomado fuerza en el municipio, asignando mayores hectáreas y cabezas de ganados para el pastoreo de ganado bovino, lo cual representa un aumento en la producción de leche y su comercialización.

Se aprecia que existe un debilitamiento en las actividades de derivados lácteos, pues no existen suficientes organizaciones formales de envergadura capaces de sacar provecho de esta materia prima, factor que da como resultado la existencia de materia prima sin procesos de producción que la transformen. Se destaca la existencia de asociaciones las cuales realizan esta operación, pero no son asociaciones incapaces de dar abasto a todo el mercado del municipio, por esta razón nace la iniciativa de una propuesta de creación de una empresa dedicada a producir y comercializar productos lácteos en este municipio.

Para desarrollar esta empresa es necesario conocer su viabilidad, y tener un objetivo como lo es aprovechar la materia prima y la generación de nuevas oportunidades laborales; partiendo de esto, se hace necesario cumplir con una serie de estudios como: un estudio de mercado con el

cual se determine la oferta y demanda, para identificar la parte insatisfecha del mercado, así como otros factores relevantes como precio y canales de distribución; también merece ser realizado un estudio técnico que defina el tamaño de producción a través del análisis de la capacidad instalada que incluyen la maquinaria e instalaciones necesarias; además se hace indispensable un estudio administrativo y legal para determinar la naturaleza jurídica que se manejara en la empresa y la estructura organizacional para definir las funciones; por último, se requiere realizar un estudio financiero que determine los flujos de inversión necesarios, a través de las proyecciones financieras; luego de definir este último estudio se debe realizar una evaluación financiera que determine la viabilidad a través del Valor Presente Neto, La Tasa Interna de Retorno y la Relación Costo – Beneficio.

La propuesta de la empresa busca favorecer las capacidades productivas de la materia prima que posee el municipio, en la generación de empleos, y ser un modelo de inspiración para la creación de nuevas empresas en el municipio; además con este mismo se pretende dar respuesta a una demanda insatisfecha a fin de mejorar las condiciones de vida de los habitantes, y generar conciencia sobre las alternativas económicas a las cuales debe dedicarse en el municipio.

RESUMEN EJECUTIVO

Empresa: DELAC E.U

Ubicación: San Pedro de Urabá, en el departamento de Antioquia.

Oportunidad de negocio: Producir en el municipio de San Pedro de Urabá derivados lácteos, queso costeño y suero costeño, empleando como ventaja competitiva la fabricación de productos de calidad.

Competidores: Existen variedad de competidores informales, ubicados en zonas veredales, se identifican 5 competidores de mayor envergadura por ser los mayores distribuidores en la zona.

Producto: Queso Costeño y Suero Costeño.

Precio: $5.600 para el Queso Costeño y $2.200 para el Suero Costeño.

Presupuesto de inversión: La inversión fija es de $58,053,258.

Rentabilidad: La TIR del proyecto es del 34%.

REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Referente teórico

Sector lácteo.

La (FAO, 2016) manifiesta que el desarrollo del sector lácteo es un instrumento sostenible, equitativo y poderoso para lograr el crecimiento económico, la seguridad alimentaria y la reducción de la pobreza debido que la actividad lechera es una fuente regular de ingresos, diversifica riesgos, genera empleos en la explotación y fuera de ella.

Asimismo, la (FAO, 2016) sostiene que "los productores de leche a pequeña escala carecen de las competencias para administrar sus explotaciones como empresa." Por esta razón, su desarrollo se ve mermado por la carencia de capacidades para gestionar adecuadamente su producción y plantearse una visión como empresa.

Como citan (Jaramillo Londoño & Areiza Segura, 2015) en Colombia, la cadena láctea está compuesta por 3 grandes eslabones, el eslabón primario en el cual se produce la leche cruda, el procesamiento industrial en el cual se producen una amplia gama de derivados lácteos, y la comercialización. Enfocarse en el eslabón industrial facilitaría el aprovechamiento de una amplia gama de productos lácteos por la disponibilidad para producir y diversificar los productos resultantes de la transformación de la materia prima.

El eslabón industrial de la Cadena láctea presenta un desempeño favorable en cuánto a incrementos del número de establecimientos, empleos, valor agregado. (MADR, 2005) Visto de este modo, la cadena láctea preveía desempeño positivo que representaba un crecimiento de este sector.

Los cambios de hábitos e incrementos en la preferencia de los consumidores por los derivados lácteos han permitido que la producción industrial de la cadena esté creciendo, incentivando la dinámica del eslabón industrial, esto ha venido reflejando en un aumento progresivo del nivel de empleos, mayor valor agregado, instalaciones y productividad laboral. (MADR, 2005) La cadena láctea presenta un desempeño propicio en productos lácteos, pues los cambios de hábitos han provocado que los derivados lácteos sean preferencia, decisión que ha promovido un crecimiento en el consumo de estos derivados, provocando un incremento en los empleos ofrecido por las empresas dedicadas a la transformación de los lácteos.

Por último, (González Lanzas & Méndez Ríos, 2015) sostienen que "la elaboración de productos lácteos ofrece a los pequeños productores lecheros mayores ingresos en efectivo que la venta de la leche cruda y mayores oportunidades de llegar a los mercados regionales y urbanos." Observando desde esta perspectiva, una empresa dedicada a la transformación de la materia prima provoca mayores oportunidades, que las dedicadas a las actividades meramente de producción. Los derivados lácteos se convierten así, en una actividad que genera empleos por las actividades de recolección, transformación, transporte y comercialización que acarrea.

Creación de Empresas.

Los proyectos, planes, propuestas de negocio y empresas se destacan, como señala (CEASE, 2011) como "(…) un instrumento de planificación que permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento." De este modo, la acción de diseñar, bajo una estructura de plan de negocio una idea de negocio, se transforma en una especie de estrategia que permite la planificación de negocio mismo.

En este orden de ideas, (ProInversión, 2007) sostiene que un plan de negocio es de utilidad para conocer en detalle un negocio, sus estrategias, metas, antecedentes, factores de éxito o fracaso, y que al elaborarlo permite conocer el producto o servicio a ofrecer, así como sus objetivos, problemas y necesidades financieras. Por tanto, al plasmar, a través de una estructura de plan de negocio una idea, se traslada el concepto de una idea de negocio sin orden, a una idea organizada, que permite conocer factores internos y externos.

Desde esta perspectiva, focalizar las ideas potenciales en posibles negocios estructurados facilita que un negocio a futuro disminuya el riesgo de fallar, pues conociendo los factores que podrían generar problemas, se plantean soluciones para mermarlos.

En adición a esto, tal y como citan (Michalus, Hernández, Hernández, Suárez, & Sarache, 2011) “Es ampliamente reconocido el importante papel que desempeñan las microempresas, pequeñas y medianas empresas (MPyME's) para dinamizar y fortalecer el desempeño de las economías como generadoras de empleo”. Son empresas que, aunque su contribución en materia de cantidad de empleos es baja, promueven el desarrollo empresarial en la economía y facilitan que la calidad de vida de los empleados y sus familias mejore. Por este motivo, la creación de empresas bajo estructuras de negocio organizadas, impulsan la economía local en cierto grado, pues la dinamizan y la fortalecen a través de la generación de empleos.

Referente conceptual.

Derivados lácteos: Denomínense derivados lácteos los diferentes productos elaborados a base de leche, mediante procesos tecnológicos específicos para cada uno de ellos. (Resolución 2310, 1986)

Lactosuero: Es un subproducto de la quesería que se utiliza principalmente en la planificación y elaboración de galletas, con un alto grado de proteínas y de lactosa. (MADR, 2005)

Pasteurización: La pasteurización es un método de calentamiento que tiene como principal objetivo la destrucción de microorganismos patógenos que puedan estar en la mezcla, reduciendo el número de los mismos hasta un valor aceptable. (Gónzalez Márquez, 2007)

Valor agregado: Es el monto por el cual el valor de un producto se incrementa en cada etapa de su producción, excluyendo los costos iniciales. (Salvador, 2016)

Valor Presente Neto (VPN o VAN): El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos. (Mete, 2014)

Tasa Interna de Retorno: Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0. (Mete, 2014)

Relación costo – beneficio: El análisis del costo-beneficio es un proceso que, de manera general, se refiere a la evaluación de un determinado proyecto. Presentan tanto los costos como los beneficios en unidades de medición estándar usualmente monetarias para que se puedan comparar directamente. Este resulta rentable cuando los beneficios que se obtienen permiten recuperar lo invertido teniendo en cuenta la tasa deseada por el inversionista o empresario. (Aguilera Diaz, 2017)

Tasa de oportunidad: La tasa interna de oportunidad es la tasa de retorno de la inversión que se aplica al cálculo del valor presente. En otras palabras, representa la tasa de retorno mínima

prevista si un inversionista elige aceptar una cantidad de dinero en el futuro, al compararla con la misma cantidad en la actualidad. (Sy Corvo, 2019)

1. ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del sector

El sector lácteo es un sector donde, basado en los datos citados por (Asoleche, 2017) entre los años 2011 y 2016, en Colombia el consumo leche UHT y de quesos presentaron un aumento. Partiendo desde el año 2011, se consumieron cerca de 529,5 millones de litros de leche y 45.100 toneladas de quesos, comparado con los años 2016 el consumo de lácteos fue de 856,8 millones de litros y de 54.700 toneladas de quesos. Presentando un crecimiento de 61,8% para el caso de la leche, y de 21,6% para los quesos, lo cuales se posicionan como el segundo producto lácteo de mayor consumo.

Es una industria en la que la producción de leche varia con frecuencia, puesto que, (FEDEGAN, s.f) resalta que para los años 2015 y 2016, la producción rondo los 6.623 millones de litros y 6.391 respectivamente, presentando cambios comparados con los años siguientes. Para el año 2017 se produjo aproximadamente 7.094 millones de litros de leche en Colombia, los cuales, comparándola con la producción del año 2018 fue de 7.257 millones de litros de leche a nivel nacional, variaciones que representa un aumento del 2.25%.

Entre los años 2016 y 2017 en Colombia, los quesos frescos tuvieron una tasa anual de crecimiento del 3.9% posicionándose como el segundo producto lácteo de mayor consumo en el país, pasando de 45.100 a 54.700 toneladas de queso comercializado. (Asoleche, 2017)

De acuerdo a la (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018) el sector lácteo en Colombia cuenta con una participación de aproximadamente el 24.3% del PIB agropecuario, que representa el 1.23% del PIB nacional, para el año 2017 presentó un crecimiento de cerca del 11% en comparación al año anterior. Información que evidencia el crecimiento de este sector en los

últimos años a nivel nacional. Así también, basado en (PROCOLOMBIA, 2019), “El sector de los lácteos en Colombia está en crecimiento. De los países de América Latina, es el cuarto productor de leche, con un volumen aproximado de 6.640 millones de litros anuales.” Demostrando que es un sector que a futuro promete crecimiento.

1.1. Producto

Los productos a ofrecer son queso de tipo costeño y suero costeño. Primeramente, para brindar una especificación técnica del producto, puede tomarse la información presentada por (Bolsa Mercantil de Colombia, 2010) el queso costeño es un queso blanco, higienizado sin madurar, de composición dura, elaborado con leche pasteurizada, cuenta con una fase de salado y prensado de 2 horas con un peso 20 veces mayor a su peso; es un producto lácteo, de color blanco, sabor característico, olor a aroma lácteo, de textura suave, sólida y blanda, sin una contextura babosa. Puede contener algunos orificios circulares. Está clasificado como un queso fresco, seco y duro o semigraso no ácido.

Por otro lado, para la descripción técnica del suero costeño la (Agencia Logística Fuerzas Militares, 2016) indica que es un producto higienizado, pasterizado obtenido a partir de la leche entera coagulado y acidificado por la acción de bacterias lácticas, con adición de sal y otros ingredientes permitidos. Es un producto color blanco, de olor y sabor característico. Consumido como complemento para otros alimentos.

Por tanto, el suero costeño puede ser concebido como una bebida láctea producto de un proceso de fermentación de la leche, de color blanco, de composición líquida viscosa, de sabor agridulce, comúnmente utilizado para acompañar las comidas como aderezo.

Los artículos van dirigidos a hogares, por ser alimentos que complementan la dieta diaria de la población. Los productos serán empacados en bolsas plásticas, de color transparente, con sus respectivas etiquetas, que serán empacados en diferentes presentaciones, tales como:

- Queso costeño: En presentación de bloque, de forma cuadrada, en pesos de 450 gramos.
- Suero costeño: En empaque plástico con tapa en rosca, en presentación de 200 gramos.

El queso es un alimento que puede ser divido en varios tipos, para el caso estudiado, el producto será queso de tipo costeño, el cual, puede ser sustituido por tipos como el quesito, biche, mozzarella, en rodajas, amasado, entre otros.

Observando alternativas que podrían sustituir un producto como el suero costeño, se encuentran las salsas o aderezos que acompañan frecuentemente las mesas de la población, tales como salsa de tomate, mayonesa, rosada, piña, tártara, entre otras.

1.2. Consumidor final

El producto tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los habitantes del municipio, quienes reciben el nombre de consumidores finales por ser las últimas personas que dan uso al producto. La población está conformada por habitantes de la zona urbana y rural del municipio de San Pedro de Urabá, por la distancia y los costos que acarrea la distribución de los productos a la zona rural, se escogerá como mercado principal la zona urbana del municipio.

Los consumidores que hacen parte del mercado objetivo, se encuentran divididos en 2 tipos, hogares y personas. Para efectos de lograr una mayor concentración de las estrategias de comercialización en un tipo de cliente homogéneo y por ser un artículo utilizado comúnmente en

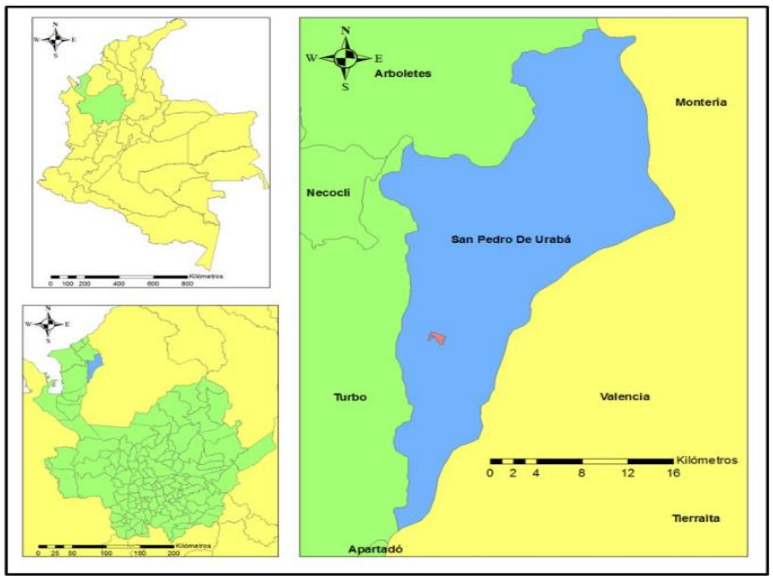
familia, el producto irá encaminado a los hogares, comprendidos estos, los consumidores principales a los cuales se planea llegar.

De acuerdo a lo anterior, se reconoce a los hogares y en específico a las personas cabezas de hogar como los consumidores del producto, pues son quienes sostienen económicamente cada hogar; los cuales, serán la fuente de información para analizar la demanda presente de dicho producto. Basado en datos del (DANE, 2018, pág. 1) la población del municipio de San Pedro de Urabá ronda los 30.527 habitantes, y los hogares, o consumidores finales en la zona urbana del municipio son un aproximado de 3.566 en la zona urbana.

1.3. Delimitación del área geográfica

El municipio de San Pedro de Urabá hace parte del departamento de Antioquia en la región de Urabá, se encuentra ubicado al noroccidente de la región, limita al norte con el municipio de Arboletes, al oriente con el departamento de Córdoba y al suroccidente con el municipio de Turbo. Es un municipio dividido 5 corregimientos y 64 veredas.

Ilustración 1: *Ubicación espacial – San Pedro de Urabá*



Fuente: (Lopez González, Tabares Orozco, & Sánchez González , 2015), basado en información del IGAC.

El municipio cuenta con una extensión territoria de 472 Kilómetros, ubicado a una Longitud: -76.383 y Latitud: 8.283.

Ilustración 2*: División política – San Pedro de Urabá*

Fuente: (Alcaldía de San Pedro de Urabá, 2012)

En la imagen anterior se puede apreciar la división territorial del municipio entre las 64 veredas y la cabecera municipal que lo conforman, en las cuales, la población sumada da como resultado un total de 30.527 habitantes, el punto de color rojo indica la ubicación de la zona urbana del municipio.

1.4. Análisis de la demanda

A. Cálculo del tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra para una población finita lo conforma una sección aleatoria del total de la población, la cual puede determinarse a través de la fórmula:

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

En donde:

Z= Variable de confianza

N= Tamaño de la población

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

E= Margen de error

Al remplazar en la fórmula queda:

$$n = \frac{(1{,}96)^2\ (3.566)\ (0{,}5)\ (0{,}5)}{(0{,}05)^2\ (3.566-1) + (1{,}96)^2\ (0{,}5)\ (0{,}5)}$$

$$n =\ 346 \text{ encuestas}$$

Se realizarán 346 encuestas aleatoriamente en los hogares a las personas cabezas de familia o responsables de cada hogar, del sector urbano del municipio. Los hogares se consideran el

segmento objetivo, a través de la recopilación de información de la muestra se detectará la demanda total de la población.

B. Cuestionario

NOMBRES Y APELLIDOS: _____

EDAD: ____ GÉNERO: M___ F___ OTRO___ FECHA___ ___ _____

OBJETIVO: Realizar un diagnóstico del consumo de queso costeño, amasado y suero costeño, en el municipio de San Pedro de Urabá – Antioquia, para analizar la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de productos lácteos en el municipio.

Por favor seleccione solo una respuesta marcando con una X.

TEMA I: CONSUMO DE QUESO

1. ¿Consume usted queso?

SI ☐ NO ☐

Si la respuesta es NO, termina la encuesta.

2. ¿Cuántas libras de queso consume semanalmente?

☐ 1 lb ☐ 2 lb ☐ 3 lb ☐ 4 lb

3. ¿El producto que compra contiene en su presentación empaques y etiqueta?

SI ☐ NO ☐

4. ¿Qué características hacen que prefiera el producto que compra?

☐ Precio ☐ Sabor ☐ Calidad

☐ Costumbre ☐ Presentación ☐ Otro, ¿Cuál? _____

5. ¿En qué presentaciones suele comprar este producto?

☐ 250 gramos ☐ 1 libra ☐ 1 kilo

☐ 2 kilos o más

6. ¿Qué tipos de queso suele comprar?

☐ Mozzarella ☐ Costeño ☐ Quesito

☐ Amasado ☐ Rodajas ☐ Otro, ¿Cuál? _____

7. ¿En qué lugares suele comprar este producto?

☐ Supermercados ☐ Tiendas ☐ A domicilio ☐ Otro, ¿Cuál? _____

8. ¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura de la empresa?

Redes sociales ☐ Radio ☐ Referidos ☐ ☐

TEMA II: CONSUMO DE SUERO

1. ¿Consume usted suero costeño?

SI ☐ NO ☐

Si la respuesta es NO, termina la encuesta.

2. ¿Qué cantidad de suero costeño consume semanalmente?

☐ 250 ml ☐ 500 ml ☐ 1.000 ml

☐ 2.000 ml

3. ¿El producto que compra contiene en su presentación empaques y etiqueta?

SI ☐ NO ☐

4. ¿Qué características hacen que prefiera el producto que compra?

Volantes ☐ TV Local ☐ Otro, ¿Cuál? _____

9. ¿Está satisfecho con el precio que paga por el producto?

SI ☐ NO ☐

10. ¿Cuánto paga por una libra de queso?

☐ De $5.000/Lb a $5.500/Lb

☐ De $5.550/Lb a $6.000/Lb

☐ De $6.050/Lb a $6.500/Lb

☐ Precio ☐ Sabor ☐ Calidad

☐ Costumbre ☐ Presentación ☐ Otro, ¿Cuál? _____

5. ¿En qué presentaciones suele comprar este producto?

☐ 250 ml ☐ 500 ml ☐ 1.000 ml 2.000 ml ☐

6. ¿En qué lugares suele comprar este producto?

☐ Supermercados ☐ Tiendas ☐ A domicilio ☐ Otro, ¿Cuál? _____

7. ¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura de la empresa?

Redes sociales Radio Referidos Volantes TV Local Otro, ¿Cuál? _____

8. ¿Está satisfecho con el precio que paga por el producto?

SI ☐ NO ☐

9. ¿Cuánto paga por un litro de suero?

☐ De $8.000 a $9.000 por litro

☐ De $9.050 a $10.000 por litro

☐ $10.050 o más por litro

10. ¿Estaría de acuerdo con la apertura de una empresa productora y comercializadora de productos lácteos en el municipio de San Pedro de Urabá?

SI☐ NO☐

Muchas gracias por su tiempo.

La anterior, corresponde al formato de encuesta realizada a la población muestra. Fue realizada de forma física en los hogares del municipio.

A. Análisis de resultados

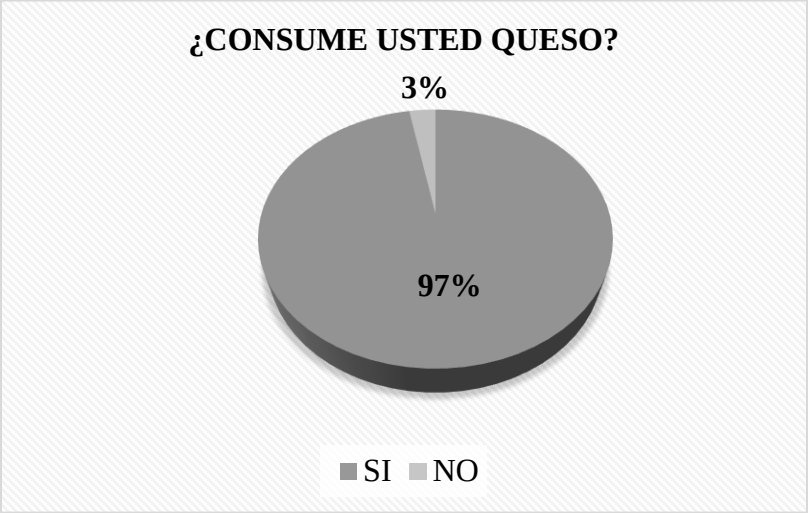
TEMA I: CONSUMO DE QUESO

Tabla 1: *Pregunta N°1 – Tema 1 del cuestionario*

¿Consume usted queso?		
SI	336	97%
NO	10	3%
Total	346	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 1: *Pregunta N°1 – Tema 1 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

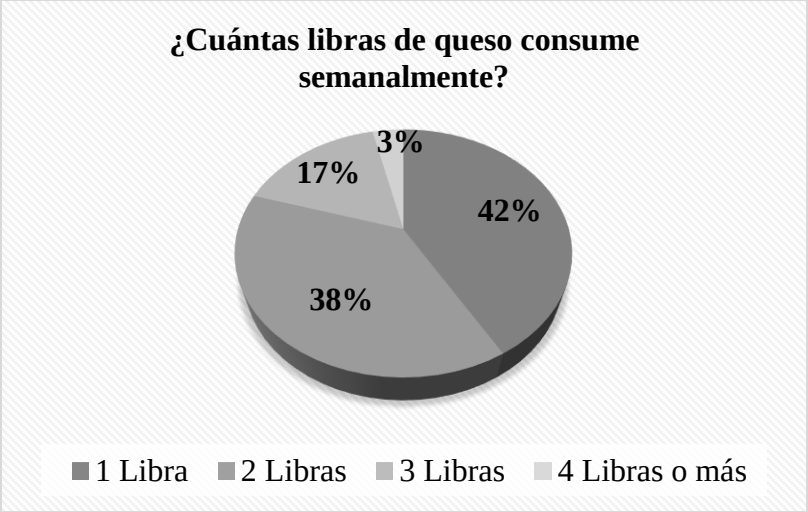
Análisis pregunta 1: Basado en la pregunta número 1 del cuestionario, las respuestas arrojaron que 336 hogares respondieron sí a la pregunta, y 10 manifestaron que no consumen queso, lo que corresponde al 97% y 10% respectivamente.

Tabla 2: *Pregunta N°2 – Tema 1 del cuestionario*

¿Cuántas libras de queso consume semanalmente?		
1 libra	140	42%
2 libras	128	38%
3 libras	56	17%
4 libras	12	3%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2: *Pregunta N°2 – Tema 1 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 2: De acuerdo a las respuestas de los consumidores encuestados, 140 hogares consumen una libra semanalmente representando el 42% de la muestra, seguida de 128 hogares que consumen 2 libras siendo un 38%; por último, 56 hogares consumen unas 3 libras y 12 hogares consumen 4 libras o más a la semana, lo que en valores porcentuales representa un 17% y 3% respectivamente.

Tabla 3: *Pregunta N°3 – Tema 1 del cuestionario*

¿El producto que compra contiene en su presentación empaques y etiqueta?		
SI	28	12%
NO	308	41%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 3: *Pregunta N°3 – Tema 1 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 3: A la pregunta, ¿El producto que compra contiene en su presentación empaques y etiqueta?, el 92% de la población se manifestó diciendo que el producto que consume no contiene empaques que lo protejan, ni etiquetas que lo identifiquen.

Tabla 4: *Pregunta N°4 – Tema 1 del cuestionario*

¿Qué características hacen que prefiera el producto que compra?		
Precio	33	10%
Sabor	144	43%
Calidad	116	34%
Presentación	29	9%
Costumbre	14	4%
Otro, ¿cuál?	0	0%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4: *Pregunta N°4 – Tema 1 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 4: De acuerdo a las respuestas de los encuestados, el factor que prima como preferencia de su compra es el sabor, respuesta seleccionada por el 43% de los encuestados, seguidos de calidad en un 34%, precio en 10%, costumbre en un 9% y presentación en un 4%.

Tabla 5: *Pregunta N°5 – Tema 1 del cuestionario*

¿En qué presentaciones suele comprar este producto?		
250 gramos	20	6%
1 libra	184	55%
1 kilo	98	29%
2 kilos o más	34	10%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5: *Pregunta N°5 – Tema 1 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 5: Las respuestas de los encuestados arrojan que más de la mitad suele comprar el producto en presentaciones de 1 libra siendo estos el 55%, seguidos de 1 kilo en 29%, 2 kilos o más en 10% y 250 gramos en 6%.

Tabla 6: *Pregunta N°6 – Tema 1 del cuestionario*

¿Qué tipos de queso suele comprar?		
Mozzarella	26	8%
Costeño	226	67%
Quesito	30	9%
Amasado	54	16%
Rodajas	0	0%
Otro, ¿cuál?	0	0%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6: *Pregunta N°6 – Tema 1 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 6: De las respuestas a los encuestados sobresale que en un 67% el producto que más se suele comprar es el queso de tipo costeño, seguido del amasado en un 16%, quesito en un 9% y mozzarella en un 8%, el queso en presentación de rodajas no es consumido en estos encuestados.

Tabla 7*: Pregunta N°7 – Tema 1 del cuestionario*

¿En qué lugares suele comprar este producto?		
Supermercados	13	4%
Tiendas	308	92%
A domicilio	15	4%
Otro, ¿cuál?	0	0%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 7: *Pregunta N°7 – Tema 1 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 7: Las respuestas de los encuestados apuntan en un 92% que el sitio preferido para la compra del producto son las tiendas, seguidas de supermercados y a domicilio en un 4%. Indicando que el canal ideal para llegar a los consumidores o potenciales clientes es a través de las tiendas.

Tabla 8: *Pregunta N°8 – Tema 1 del cuestionario*

¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura de la empresa?		
Redes sociales	77	23%
Radio	47	14%
Referidos	55	16%
Volantes	134	40%
TV Local	23	7%
Otro, ¿cuál?	0	0%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 8*: Pregunta N°8 – Tema 1 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

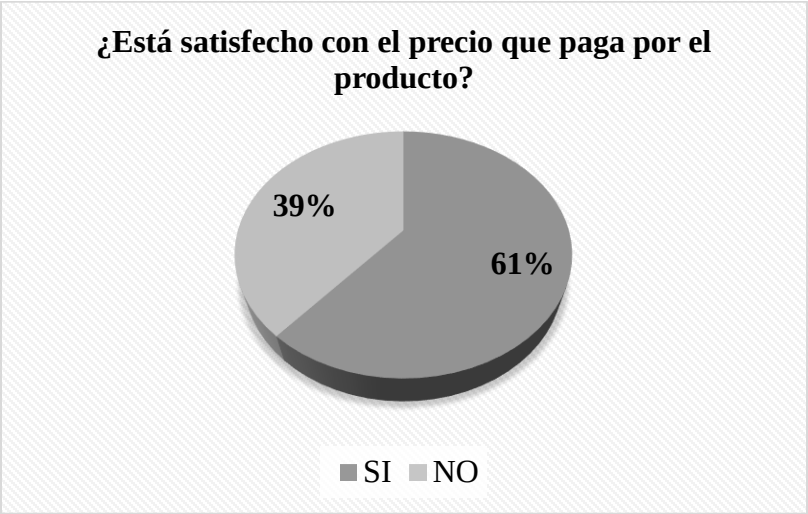
Análisis pregunta 8: De acuerdo a las encuestas los volantes son el medio de comunicación más frecuente y por el que desearían enterarse de la apertura de la empresa, con un porcentaje del 40%, no olvidando que las redes sociales representan el 23% de las respuestas de las encuestas, por último, están los referidos con un 16%, la radio en un 14% y la televisión local con un 7%.

Tabla 9: *Pregunta N°9 – Tema 1 del cuestionario*

¿Está satisfecho con el precio que paga por el producto?		
SI	206	61%
NO	130	39%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 9: *Pregunta N°9 – Tema 1 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

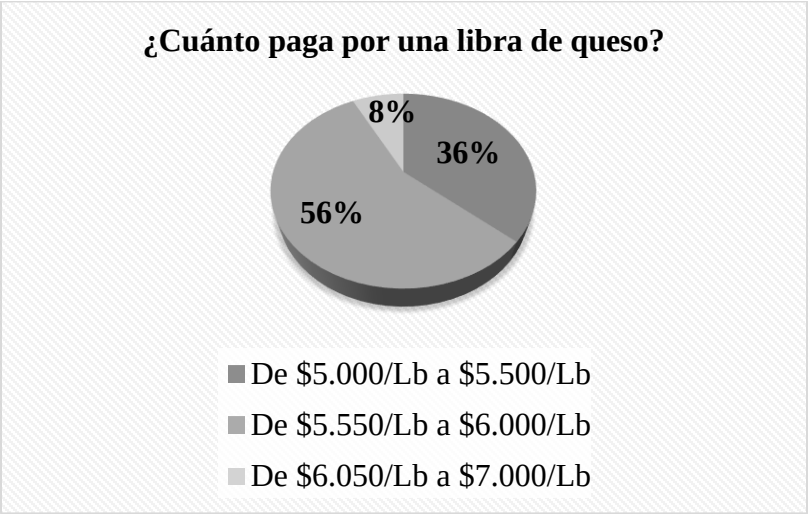
Análisis pregunta 9: Basado en la pregunta, el 87% de los encuestados está satisfecho con el precio que paga por el producto, mientras que el 13% no se encuentra de acuerdo con el precio que paga.

Tabla 10: *Pregunta N°10 – Tema 1 del cuestionario*

¿Cuánto paga por una libra de queso?		
De $5.000/Lb a $5.500/Lb	106	56%
De $5.550/Lb a $6.000/Lb	164	36%
De $6.050/Lb a $7.000/Lb	22	8%
Total	336	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10: *Pregunta N°10 – Tema 1 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 10: De acuerdo a las respuestas de las personas encuestadas, el 36% respondió que el precio que frecuentemente paga por una libra de queso ronda de $5.000 a $5.500 pesos por libra, mientras que un 56% argumenta que paga cerca de $5.550 a $6.000 por la misma cantidad y un 8% paga entre $6.050 a $7.000 por libra.

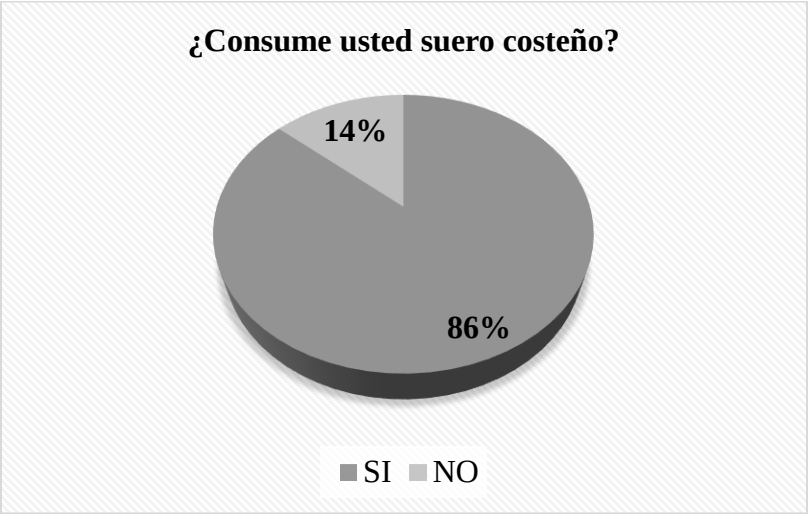
TEMA II: CONSUMO DE SUERO

Tabla 11: *Pregunta N°1 – Tema 2 del cuestionario*

¿Consume usted suero costeño?		
SI	299	86%
NO	47	14%
Total	346	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 11: *Pregunta N°1 – Tema 2 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

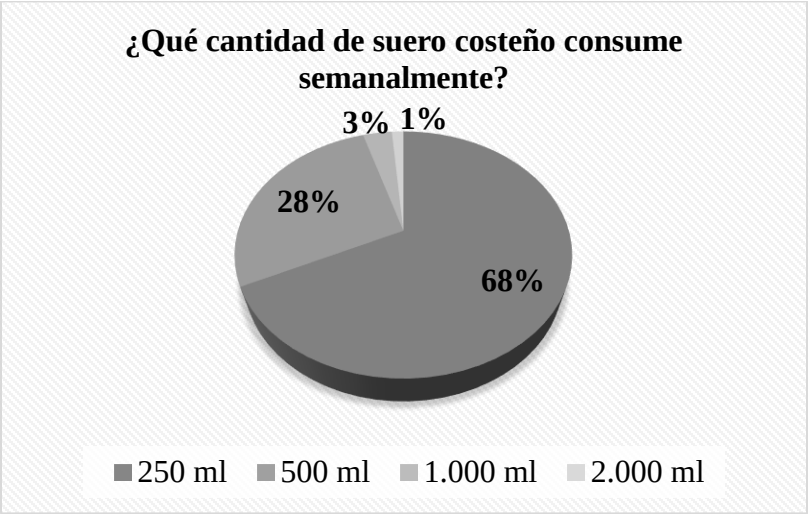
Análisis pregunta 1: Basado en la pregunta número 1 del cuestionario del tema 2, las respuestas arrojaron que 299 hogares respondieron sí a la pregunta, y 47 manifestaron que no consumen suero, lo que corresponde al 86% y 14% respectivamente.

Tabla 12: *Pregunta N°2 – Tema 2 del cuestionario*

¿Qué cantidad de suero costeño consume semanalmente?		
250 ml	203	68%
500 ml	82	28%
1 litro	10	3%
2 litros	4	1%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 12: *Pregunta N°2 – Tema 2 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 2: De las respuestas de los consumidores encuestados, en 166 hogares consumen 250 mililitros semanalmente representando el 56% de la muestra, seguida de 82 hogares que consumen 500 mililitros siendo un 27%; por último, 47 hogares consumen 1.000 ml a la semana y 4 hogares consumen 2.000 ml a la semana, lo que en valores porcentuales representa un 16% y 1% respectivamente.

Tabla 13: *Pregunta N°3 – Tema 2 del cuestionario*

¿El producto que compra contiene en su presentación empaques y etiqueta?		
SI	105	19%
NO	194	45%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 13: *Pregunta N°3 – Tema 2 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 3: Frente a la pregunta, ¿el producto que compra contiene en su presentación empaques y etiqueta?, las personas encuestadas aludieron, en un 65% que no contiene etiquetas ni empaques aceptables, lo que indica que son productos elaborados de modo informal, y que carecen de condiciones de salubridad que podrían afectar la salud de los consumidores.

Tabla 14: *Pregunta N°4 – Tema 2 del cuestionario*

¿Qué características hacen que prefiera el producto que compra?		
Precio	29	10%
Sabor	154	51%
Calidad	63	21%
Costumbre	41	14%
Presentación	12	4%
Otro, ¿cuál?	0	0%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 14: *Pregunta N°4 – Tema 2 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

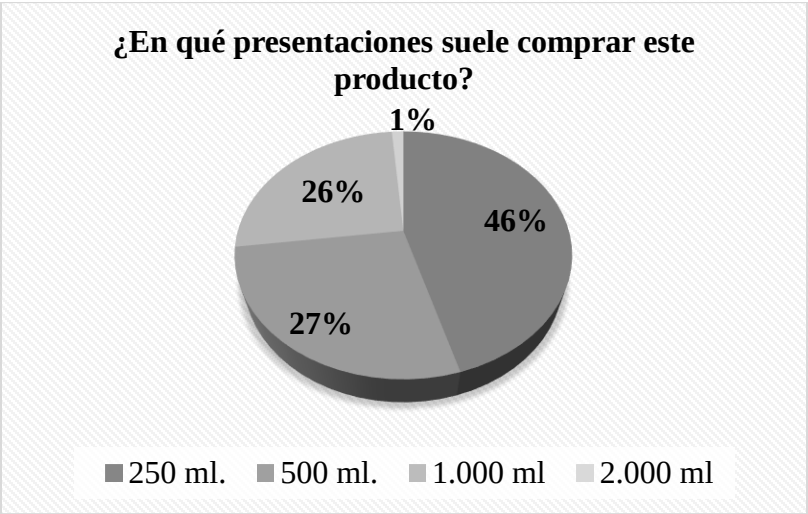
Análisis pregunta 4: Basado en las respuestas de los encuestados, la característica que se convierte en preferencia en el momento de compra es el sabor, puesto que el 51% de los encuestados eligieron esta respuesta, seguidos de calidad en un 21%, precio en 10%, costumbre en un 14% y presentación en un 4%.

Tabla 15: *Pregunta N°5 – Tema 2 del cuestionario*

¿En qué presentaciones suele comprar este producto?		
250 ml.	136	46%
500 ml.	82	27%
1.000 ml	77	26%
2.000 ml	4	1%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 15: *Pregunta N°5 – Tema 2 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 5: De acuerdo a las respuestas de los encuestados, el 46% suele comprar este producto en presentaciones de 250ml., seguidos de 500 ml. en 27%, 1.000 en 26% y en presentaciones de 2.000 ml en un 1%.

Tabla 16: *Pregunta N°6 – Tema 2 del cuestionario*

¿En qué lugares suele comprar este producto?		
Supermercados	8	3%
Tiendas	259	86%
A domicilio	32	11%
Otro, ¿cuál?	0	0%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 16: *Pregunta N°6 – Tema 2 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 6: Las respuestas de los encuestados apuntan en un 86% que el sitio preferido para la compra del producto son las tiendas, seguidas de supermercados y a domicilio en un 11% y 3% respectivamente. Rectificando que el canal ideal para llegar a los consumidores o potenciales clientes es a través de las tiendas.

Tabla 17: *Pregunta N°7 – Tema 2 del cuestionario*

¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura de la empresa?		
Redes sociales	55	18%
Radio	66	22%
Referidos	47	16%
Volantes	112	38%
TV Local	19	6%
Otro, ¿cuál?	0	0%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 17: *Pregunta N°7 – Tema 2 del cuestionario*

Fuente: Elaboración propia

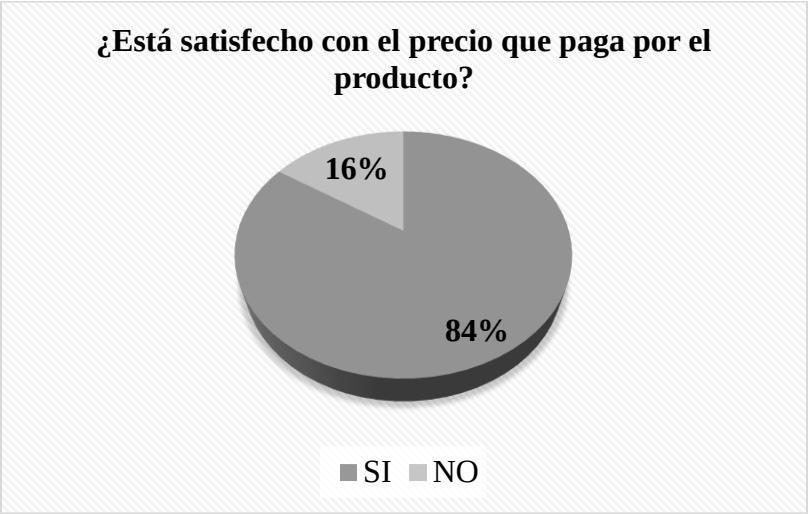
Análisis pregunta 7: Las encuestas señalan que los volantes son el medio de comunicación más frecuente y por el que desearían enterarse de la apertura de la empresa, con un porcentaje del 38%, no olvidando que las redes sociales representan el 18% de las respuestas de las encuestas, por último, está la radio con un 22%, los referidos en un 16% y la televisión local en un 6%.

Tabla 18: *Pregunta N°8 – Tema 2 del cuestionario*

¿Está satisfecho con el precio que paga por el producto?		
SI	252	84%
NO	47	16%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 18: *Pregunta N°8 – Tema 2 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

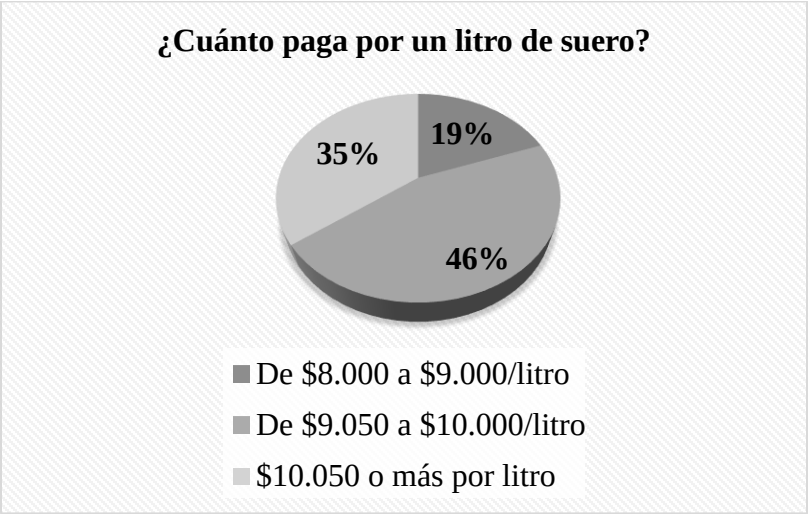
Análisis pregunta 8: Tomando de base la pregunta, el 86% de los encuestados está satisfecho con el precio que paga por el producto, mientras que el 14% no se encuentra de acuerdo con el precio que paga.

Tabla 19: *Pregunta N°9 – Tema 2 del cuestionario*

¿Cuánto paga por un litro de suero?		
De $8.000 a $9.000/litro	58	84%
De $9.050 a $10.000/litro	136	9%
$10.050 o más por litro	105	7%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 19: *Pregunta N°9 – Tema 2 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

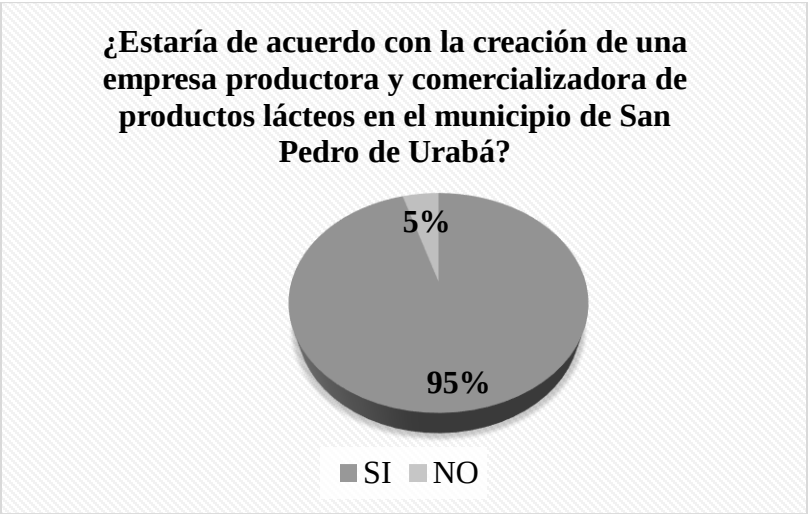
Análisis pregunta 9: De acuerdo a las respuestas de las personas encuestadas, el 19% respondió que el precio que frecuentemente paga por litro de suero es entre $8.000 y $9.000 por litro, mientras que un 46% argumenta que paga cerca de $9.050 a $10.000 por la misma cantidad y el 35% paga de $10.050 o más.

Tabla 20: *Pregunta N°10 – Tema 2 del cuestionario*

¿Estaría de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora de productos lácteos en el municipio de San Pedro de Urabá?		
SI	285	95%
NO	14	5%
Total	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 20: *Pregunta N°10 – Tema 2 del cuestionario*



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 10: Tomando de base la pregunta, el 95% de los encuestados está de acuerdo con la apertura de una empresa productora de derivados lácteos, mientras que el 5% no se encuentra de acuerdo con dicha creación de la empresa.

B. Análisis de las encuestas

Primeramente, en la pregunta número 1 se señala que el 97% de la población consume el producto queso, demostrando así, que es un alimento de consumo general en el municipio. En la pregunta 2, en la población se halló que semanalmente el 42% de los hogares consumen por lo menos una libra por semana, el 38% alrededor de 2 libras, el 17% 3 libras a la semana y solo el 3% 4 libras o más a la semana. Analizando el producto suero se tiene que el 86% de los hogares consumen el producto mientras que el 14% no lo hace, demostrando así, que existe cierto grado de aceptación en cuanto a su consumo. Seguidamente, el 68% de los hogares consumen a la semana 250 mililitros

aproximadamente, 28% consume 500 ml, el 3% consume 1 litro y el 1% 2 litros del producto a la semana. Los anteriores datos sirven como elementos para medir la demanda del producto, pues exhiben la cantidad consumida y la frecuencia promedio de dicho consumo.

La pregunta siguiente, la número 3, se enfoca en averiguar las condiciones de calidad del producto en términos de presentación, cerca del 92% en el tema 1 y 65% en el tema 2 de la encuesta la población manifestó que los productos que consumen carecen de empaques y etiquetas que lo protejan e identifiquen, por lo que se intuye que son productos informales que carecen de condiciones sanitarias y de calidad. A la pregunta 4 de ambos temas, los encuestados señalaron que los elementos que hacen que prefieran los productos son el sabor y en menor medida la calidad, indicando que su preferencia se basa en cualidades físicas de los productos, así, debe enfocarse en lograr que las características de sabor y calidad sean puntos fuertes de los productos y agregar a estos la presentación para diferenciarlos de los demás, con el fin de provocar una reacción de aprobación en el consumidor. A la pregunta 5, los encuestados respondieron que las presentaciones en la que suelen comprar el producto son las de libra en un 55% y kilo en un 29% en el caso del queso; en cuanto al suero, la población suele comprar este producto en presentaciones de 250 mililitro en un 46% y el 27% de la población señaló que en presentaciones de 500 mililitros.

En la pregunta 6 del tema 1, para medir el comportamiento de compra, en cuanto a los productos similares que son preferencia del consumidor, se le consultó en el caso del queso, cuáles suelen comprar, a lo cual los encuestados respondieron que el queso costeño en un 67%, seguido del amasado en un 16%, indicando así, que los productos similares que pueden ser competencia no son consumidos en cantidades iguales comparadas con el

costeño. Ahora bien, entre los dos tipos de queso de mayor votación en la pregunta 6, la pregunta 7 pretendía descartar cuál es el producto de mayor preferencia, a lo que la población respondió que en un 69% el queso que más consumen es el de tipo costeño, por lo tanto, la empresa se dedicará en su primera etapa en este tipo de queso.

Para analizar los canales de comercialización de mayor frecuencia y/o preferencia en los consumidores, se les consultó los lugares en donde suelen adquirir los productos, dando como resultado que las tiendas, votadas en mayoría, son el lugar predilecto para conseguir estos alimentos.

Seguidamente, los canales de comunicación fueron identificados al preguntarle a los encuestados por dónde desean ser informados, es decir cuál sería el medio indicado para publicitar a la empresa, así, los volantes, las redes sociales y la radio son los medios más votados, convirtiéndose en los canales seleccionados para comunicar a los consumidores la empresa y los productos que ofrece.

Cerca del 61% de la población manifiesta estar cómoda con el precio que paga por el queso, del mismo modo, el 84% de las personas afirman que los precios pagados son adecuados, arrojando así que los precios debes oscilar valores cercanos a los que la población suele pagar.

Por último, los precios que arroja la pregunta de la encuesta, para el caso del queso fueron de $5.500 a $6.000 por libra, que corresponden a los precios pagados frecuentemente por los consumidores; por otro lado, la población suele pagar de $9.050 a $10.000 por litro de suero, que conforman los precios de referencia pagados por los consumidores.

C. Cálculo de la demanda

PRODUCTOS QUESO Y SUERO

- **Cálculo de la demanda actual**

Tabla 21: *Cálculo de la demanda*

N= población objetivo (hogares sector urbano)	3.566 hogares en la zona urbana
n= tamaño de la muestra	346
Tasa de Crecimiento Poblacional	0,82%

Fuente: Realización propia

El cuadro anterior contiene información requerida para calcular la demanda, en donde, se incluye la población objetivo, el tamaño de la muestra obtenida y la Tasa de crecimiento poblacional que de acuerdo a (Departamento Administrativo de Planeación, 2017) la tasa de crecimiento fue de 0,82% por año en el 2016. Se analizará la demanda de ambos productos simultáneamente.

- **Consumo**

A las preguntas realizadas en el cuestionario, ¿Consume usted queso? y ¿Consume usted suero? Las respuestas fueron las siguientes.

Tabla 22: *Consumo*

A. ¿Consume usted queso?			**B. ¿Consume usted suero?**		
	# Hogares	%		#Hogares	
SI	336	97%	SI	299	86%
NO	10	3%	NO	47	14%

Total	346	100%	Total	346	100%

Fuente: Realización propia

El cuadro anterior muestra los resultados obtenidos en la pregunta número 1 del tema 1 y la pregunta número 1 del tema 2 del cuestionario, arrojando como resultado que el 97% de los encuestados consumen el producto queso, mientras que el 3% no lo hace. Por otro lado, las personas que consumen el producto suero representan el 86% de la muestra, y los que no el 14%. Por lo que, al efectuar la división porcentual del total de hogares que consumen dichos productos, los hogares representan 3.566, de esto queda:

$$\textbf{A.}\ 3.566\ hogares\ x\ 97\% = 3.459\ Hog.$$

$$\textbf{B.}\ 3.566\ hogares\ x\ 86\% = 3.067\ Hog.$$

Tabla 23: *Población consumidora*

A. Consumo de queso	
Hogares zona urbana	3.566
Porcentaje de consumidores (%)	97%
Total, población consumidora (=)	**3.459**
B. Consumo de suero	
Hogares zona urbana	3.566
Porcentaje de consumidores (%)	84%
Total, población consumidora (=)	**3.067**

Fuente: Realización propia

Lo que significa que, para el caso de A de 3.566 hogares en la zona urbana, considerados consumidores finales en el municipio se asumen que en 3.459 hogares se consume el producto y 107 de éstos no lo hacen. Del mismo modo, en el caso de B, consumo de suero, se asume que 3.067 hogares de la zona urbana consumen el producto.

- **Cantidad y Frecuencia**

Para medir la cantidad promedio de consumo y la frecuencia con la que los hogares lo realizan se realizaron las preguntas, ¿cuánta libras de queso consume semanalmente? y ¿qué cantidad de suero consume semanalmente? A la cual respondieron del siguiente modo.

Tabla 24: *Cantidad (Q) y frecuencia (F)*

A. Queso				**B. Suero**			
	Cantidad	# Hogares	%		Cantidad	# Hogares	%
A	1 libra	140	42%	A	250 ml	203	68%
B	2 libras	128	38%	B	500 ml	82	28%
C	3 libras	56	17%	C	1.000 ml	10	3%
D	4 libras	12	3%	D	2.000 ml	4	1%
	Total	336	100%		Total	299	100%

Fuente: Realización propia

El cuadro anterior agrupa los datos obtenidos en la pregunta 2 del tema 1, así como de la pregunta 2 del tema 2 de las encuestas, en donde se calcula el porcentaje de hogares que consumen una determinada cantidad del producto, 1, 2, 3 y 4 libras, y 250 ml, 500 ml, 1.000 ml y 2.000 ml en un periodo de tiempo, 1 semana; basado en estos valores que representan la cantidad y frecuencia del consumo se puede determinar la demanda actual.

- **Determinación de la demanda actual: Consumo anual**

Para la determinación se multiplica la cantidad diaria por 6 días a la semana, por 4 semanas por 12 meses al año.

Tabla 25*: Cantidad y frecuencia de consumo*

A. QUESO							
	Hogares Consum.	**Hogares %**	**Total, hogares**	**Cantidad (Q)**	**Cantidad producto semana**	**Cantidad P. mes (x4)**	**Cantidad P. año (x12)**
A	3.459	42%	1.453	1 libra	1.453 lb	5.812 lb	69.744 lb
B	3.459	38%	1.314	2 libras	2.628 lb	10.512 lb	126.144 lb
C	3.459	17%	588	3 libras	1.764 lb	7.056 lb	84.672 lb
D	3.459	3%	104	4 libras	416 lb	1.664 lb	19.968 lb
	TOTAL	100%	3.459	-	6.261 lb	25.044 lb	**300.582 lb**
B. SUERO							
	Hogares Consum.	**Hogares %**	**Total, hogares**	**Cantidad (Q)**	**Cantidad producto semana**	**Cantidad P. mes (x4)**	**Cantidad P. año (x12)**
A	3.067	68%	2.086	250 ml	521.500 ml	2’086.000 ml	25’032.000 ml
B	3.067	28%	859	500 ml	429.500 ml	1’718.000 ml	20’616.000 ml
C	3.067	3%	92	1.000 ml	92.000 ml	368.000 ml	4’416.000 ml
D	3.067	1%	30	2.000 ml	60.000 ml	240.000 ml	2.880.000 ml
	TOTAL	100%	3.067	-	1’103.000	4’412.000	**52’944.000 ml**

Fuente: Realización propia

Reconociendo que la frecuencia de consumo utilizada en este caso es semanal, se multiplica el total de población consumidora del producto por el porcentaje de cada respuesta, luego se multiplica por cuatro semanas de un mes y finalmente por doce meses del año, así se conoce la demanda actual al año de ambos productos

El cuadro detalla la cantidad del consumo de la población en un año del producto queso, el cual es de 300.582 libras de queso. Este dato se tomará como la demanda actual del producto, es decir, el consumo de todos los hogares en la zona urbana en un año.

Analizando el producto suero, se tiene que la demanda actual de 52’944.000 ml que, transformado en litros, representan 52.944 litros de suero demandados por los consumidores en un año.

- **Proyección de la demanda a 5 años**

Tabla 26: *Demanda proyectada*

A. QUESO				
Año	**Demanda futura**	**Demanda actual**	**(x) Índice de Crecimiento Poblacional (0,82%) en $(1+i)^n$**	**(=) Demanda futura total**
0	Demanda F 0	300.582 lb	–	300.582 lb
1	Demanda F 1	300.582 lb	$(1+0{,}0082)^1$	303.048 lb
2	Demanda F 2	300.582 lb	$(1+0{,}0082)^2$	305.531 lb
3	Demanda F 3	300.582 lb	$(1+0{,}0082)^3$	308.037 lb
4	Demanda F 4	300.582 lb	$(1+0{,}0082)^4$	310.563 lb
5	Demanda F 5	300.582 lb	$(1+0{,}0082)^5$	313.109 lb
B. SUERO				
Año	**Demanda futura**	**Demanda actual**	**(x) Índice de Crecimiento Poblacional (0,82%) en $(1+i)^n$**	**(=) Demanda futura total**
0	Demanda F 0	52.944 litros	–	52.944 litros
1	Demanda F 1	52.944 litros	$(1+0{,}0082)^1$	53.378 litros

2	Demanda F 2	52.944 litros	$(1+0{,}0082)^2$	53.815 litros
3	Demanda F 3	52.944 litros	$(1+0{,}0082)^3$	54.257 litros
4	Demanda F 4	52.944 litros	$(1+0{,}0082)^4$	54.702 litros
5	Demanda F 5	52.944 litros	$(1+0{,}0082)^5$	55.150 litros

Fuente: Realización propia

El recuadro de demanda proyectada detalla cuál será la demanda esperada en un futuro en periodos determinados, para el año 0 se espera una demanda igual a la demanda actual; para los años siguientes se espera un incremento de la demanda multiplicándola por la fórmula $(1+i)^n$, en donde el índice de crecimiento poblacional (i) empleado es de 0,82%, y (n) representa los años. En el año 1 se proyecta una demanda de 303.048 libras; para los años 2 y 3 una demanda del producto de 305.531 libras y 308.037 libras respectivamente, por último, los años 4 y 5 presentan una proyección de 310.463 y 313.109 libras para cada año, así, partiendo del año 0 al 5 se prevé un incremento de la demanda en cerca de 13.000 libras de queso. Abordando el producto 2, se prevé que para el año 1 la demanda sea de 53.378 litros, para los años 2 y 3 incrementará a 53.815 litros y 54.257 litros, aproximadamente, por lo que se presentará un incremento de más de 2.000 litros de suero demandados desde el año 0 al año 5.

1.5. Análisis de la oferta

En el municipio de San Pedro de Urabá existen variedad de competidores que ofertan productos similares. Es un mercado en el que se encuentran un conjunto de productos procedentes del exterior del municipio, así como del interior. Basado en una encuesta dirigida a productores, algunos de los productos elaborados en el interior son producidos de

modo informal, puesto que, dichos productos carecen de registros en la cámara de comercio. Ahora bien, con el fin de exponer los movimientos del producto en el mercado y de analizar la oferta circundante, se realizó una compilación de las ventas aparentes a ciertos productores.

- **Cálculo de la oferta actual**

Para conocer y poder estudiar la oferta actual en el mercado objetivo, se hizo un sondeo con varios productores en el municipio, los cuales brindaron información de las ventas aproximadas en la semana, basado en esto se hace el cálculo de las ventas al mes y seguidamente al año.

Tabla 27: *Oferta actual*

PRODUCTOR	**Ventas semanales**	**Ventas mensuales (x4)**	**Ventas anuales (x12)**
Jairo Rivero Vereda El Arenal – San Pedro de Urabá	900 libras	3.600 libras	43.200 libras
Feliberto Romero Vereda Santa Catalina – San Pedro de Urabá	750 libras	3.000 libras	36.000 libras
Armando Portillo Vereda Alto Rosario – San Pedro de Urabá	1.200 libras	4.800 libras	57.600 libras
Eufemia Muñoz M. Vereda Santa Catalina – San Pedro de Urabá	600 libras	2.400 libras	28.800 libras
Bernarda Arredondo Vereda Zumbido – San Pedro de Urabá	570 libras	2.280 libras	27.360 libras
TOTAL, OFERTA ANUAL DEL PRODUCTO QUESO			**192.960 libras**
PRODUCTOR	**Ventas semanales**	**Ventas mensuales (x4)**	**Ventas anuales (x12)**
Jairo Rivero Vereda El Arenal – San Pedro de Urabá	120 litros	480 litros	5.760 litros
Feliberto Romero Vereda Santa Catalina – San Pedro de Urabá	80 litros	320 litros	3.840 litros
Armando Portillo Vereda Alto Rosario – San Pedro de Urabá	150 litros	600 litros	7.200 litros
Eufemia Muñoz M.	60 litros	240 litros	2.880 litros

Vereda Santa Catalina – San Pedro de Urabá			
Bernarda Arredondo Vereda Zumbido – San Pedro de Urabá	95 litros	380 litros	4.560 litros
TOTAL, OFERTA ANUAL DEL PRODUCTO SUERO			**24.240 litros**

Fuente: Elaboración propia

En el anterior cuadro se expone una parte de la oferta de productos similares a los analizados, cabe anotar, que existen competidores externos provenientes de zonas aledañas al municipio de los cuales se desconoce la cantidad de ventas anuales. El recuadro sirve como referente para el estudio del mercado objetivo.

En promedio, los productos tienen ventas que oscilan las 16.080 libras mensuales, lo que, multiplicado por 12 meses al año da como resultado una oferta 192.960 libras de queso; por otro lado, las ventas mensuales aparentes del suero costeño sobrepasan los 2.000 litros, que al año representan 24.240 litros de suero.

Es de resaltar, además, que el producto suero es un aditivo alimenticio de consumo ocasional, por lo que, las ventas de este pueden variar. Las ventas de los productores representan, de acuerdo a lo expresado por ellos, las ventas a sus clientes, las tiendas en su mayoría.

- **Cálculo de la oferta proyectada**

Para efectos de calcular la oferta proyectada a 5 años, se hace necesario la aplicación de la tasa de crecimiento del sector, en este caso, el sector de alimentos y bebidas para el año 2018 presentó una tasa de crecimiento del 2.9% (Clavijo, Vera , & Joya, 2019)

Tabla 28: *Oferta proyectada*

PROYECCIÓN DE LA OFERTA – QUESO				
Año	**Oferta futura**	**Oferta actual**	**(x) Índice de Crecimiento Sector empresarial (2,9 %) en $(1+i)^n$**	**(=) Oferta futura total**
0	Oferta F 0	192.960 lb	–	192.960 lb
1	Oferta F 1	192.960 lb	$(1+0{,}029)^1$	198.555 lb
2	Oferta F 2	192.960 lb	$(1+0{,}029)^2$	204.313 lb
3	Oferta F 3	192.960 lb	$(1+0{,}029)^3$	210.239 lb
4	Oferta F 4	192.960 lb	$(1+0{,}029)^4$	216.335 lb
5	Oferta F 5	192.960 lb	$(1+0{,}029)^5$	226.610 lb
PROYECCIÓN DE LA OFERTA – SUERO				
Año	**Oferta futura**	**Oferta actual**	**(x) Índice de Crecimiento Sector empresarial (2,9 %) en $(1+i)^n$**	**(=) Oferta futura total**
0	Oferta F 0	24.240 litros	–	24.240 litros
1	Oferta F 1	24.240 litros	$(1+0{,}029)^1$	24.942 litros
2	Oferta F 2	24.240 litros	$(1+0{,}029)^2$	25.666 litros
3	Oferta F 3	24.240 litros	$(1+0{,}029)^3$	26.410 litros
4	Oferta F 4	24.240 litros	$(1+0{,}029)^4$	27.176 litros
5	Oferta F 5	24.240 litros	$(1+0{,}029)^5$	27.964 litros

Fuente: Elaboración propia

Basado en el crecimiento del sector de alimentos en el año 2018, se puede inferir el crecimiento de dicho sector en años siguientes; para los alimentos en cuestión, queso y suero, se prevé un aumento en la oferta proveniente de los productores que participan en mercado.

Aplicando la fórmula para determinar el crecimiento proyectado, al igual que en la demanda, se tiene que desde el año 0 al año 1, el producto queso incrementará en su oferta, pasando de 192.960 libras a una oferta de 226.610 libras para el año 5. Por otro lado, el producto suero incrementará su oferta pasando de 24.240 litros a 24.924 litros en el año 1, hasta una oferta de 27.964 litros en el año 5.

1.6. Demanda existente

Para hallar el total de la oferta existente, ya sea satisfecha o insatisfecha se restará la demanda actual y proyectada de la oferta actual y a 5 años, tal y como se detalla en el siguiente recuadro.

Tabla 29: *Demanda existente*

DETERMINACIÓN DEMANDA EXISTENTE – QUESO			
Año	Demanda futura	Oferta futura	Demanda existente
0	300.582 lb	192.960 lb	107.622 libras
1	303.048 lb	198.555 lb	104.493 libras
2	305.531 lb	204.313 lb	101.218 libras
3	308.037 lb	210.239 lb	98.292 libras
4	310.563 lb	216.335 lb	94.228 libras
5	313.109 lb	226.610 lb	86.499 libras
DETERMINACIÓN DEMANDA EXISTENTE – SUERO			
Año	Demanda futura	Oferta futura	Demanda existente
0	52.944 litros	24.240 litros	28.704 litros
1	53.378 litros	24.942 litros	28.436 litros

2	53.815 litros	25.666 litros	28.149 litros
3	54.257 litros	26.410 litros	27.847 litros
4	54.702 litros	27.176 litros	27.526 litros
5	55.150 litros	27.964 litros	27.186 litros

Fuente: Elaboración propia

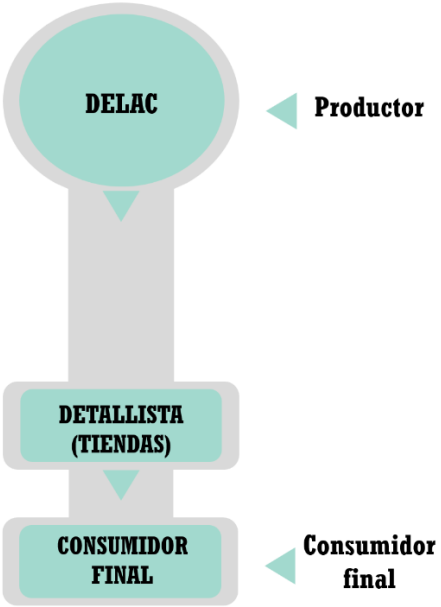
La información anterior detalla la situación del mercado objetivo en términos de oferta y demanda proyectadas a 5 años, en donde se observa que existe un mercado rodeado por una demanda aparente insatisfecha, por lo tanto, para abarcar una sección de este mercado no cubierto por los productores, se pretende cubrir el 30% de la demanda insatisfecha, sin embargo, esta idea requiere ser evaluada a través de un estudio técnico que permita comprobar la capacidad de producción de la empresa.

Por lo anterior, se puede inferir que la empresa tiene la oportunidad de ingresar un mercado insatisfecho, por lo que, desde el punto de vista de mercado, la creación de la empresa es viable.

1.7. Canales de comercialización

La empresa empleará un canal de comercialización indirecto, pues existen intermediarios entre el productor y los consumidores finales. Se utilizará un canal corto, debido que solo existe un intermediario, un detallista en este caso, las tiendas en la zona central. Se escoge esta ruta para trasladar a los consumidores el producto por las respuestas dadas en el cuestionario, las cuales, en el caso del queso fueron respondidas por los encuestados en un 92%, seleccionando como lugar frecuente para la compra del producto; asimismo, con una votación de 82%, los consumidores suelen comprar en las tiendas el producto suero convirtiéndose en el lugar preferido y de mayor accesibilidad para ellos.

Ilustración 3: *Canal de comercialización*



Fuente: Elaboración propia

1.8. Estrategia de precios

Es necesario establecer los factores que influyen en la fijación de precios; existen dos factores o variables de mercado: precios de los competidores y la estructura de la demanda de clientes. Seguidamente se resumen dichos factores.

- **Demanda de los clientes**

Basado en las respuestas de los encuestados, haciendo énfasis al precio pagado por cada producto, se tiene que por una libra de queso suelen pagar un valor que ronda de $5.000 a $5.500 en un 86%; en el caso del suero, un 56% de las personas que consumen el producto pagan de $5.500 a $6.000 por litro de este. Estos precios representan los rangos de precio a los cuales los consumidores actualmente obtienen cierta cantidad del producto. Ahora bien, en cuanto al nivel de aceptación del precio, el 61% de los consumidores encuestados, afirman que están de acuerdo con el precio que pagan por el queso; del mismo modo, en el caso del suero, un 84% de la población manifiesta que el precio pagado por el producto es aceptable. Por consiguiente, se puede inferir que existe aceptación en cuanto a los precios pagados por unidades de producto en los consumidores del mercado.

- **Precios de los competidores**

Tomando como referencia la información suministrada por los productores encuestados, puede realizarse un resumen de los precios a los cuales ofrecen sus productos en el siguiente recuadro.

Tabla 30: *Precios de los competidores*

PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS – COMPETIDORES		
PRODUCTOR	**PRECIO DE VENTA ($)**	
	QUESO	**SUERO**
Jairo Rivero Vereda El Arenal – San Pedro de Urabá	$5.500 libra	$12.000 litro
Feliberto Romero Vereda Santa Catalina – San Pedro de Urabá	$5.200 libra	$9.000 litro
Armando Portillo Vereda Alto Rosario – San Pedro de Urabá	$4.800 libra	$7.000 litro
Eufemia Muñoz M. Vereda Santa Catalina – San Pedro de Urabá	$5.700 libra	$10.000 litro

Bernarda Arredondo Vereda Zumbido – San Pedro de Urabá	$5.500 libra	$8.500 litro
TOTAL, PRECIO PROMEDIO	**$5.340 libra**	**$9.300 litro**

Fuente: Elaboración propia

La información arroja datos de referencia que ayudan en el proceso de fijación de precios, no son datos que permitan el establecimiento definitivo de los precios a los cuales se ofrecerán los productos, es necesaria la evaluación técnica de toda la producción en donde se involucren los costos de la operación. Sin embargo, son precios de referencia, que sirven de guía u orientación para la formulación de estrategias al momento de seleccionar el precio ideal para la penetración del mercado. Para este caso, el costo por libra que se tomará como referencia es de $5.340 pesos para el queso y $9.300 para el suero, teniendo en cuenta que es el precio, en algunos casos, por el que es vendido el producto a vendedores intermediarios.

1.9. Imagen corporativa

- **Logotipo y eslogan**

Con el fin de lograr que los consumidores identifiquen a simple vista el nombre de la empresa se desarrolla un logotipo y un eslogan. Para el autor (Costa, 2003) un logotipo es "la gráfica particular que toma la escritura del nombre de la marca (…) lo que importa, es su función de distinguir, identificar, memorizar y asociar". Se comprende así al logotipo como la representación gráfica de la marca de la empresa que tiene como objetivo identificar el nombre de la empresa y provocar un recuerdo en la memoria de las personas. En el caso estudiado, la empresa con nombre DELAC, empleará un logo distintivo, que

represente el objetivo de la empresa, producir derivados lácteos, haciendo uso de imágenes representativas del campo y un animal, la vaca, de donde proviene la materia prima; utilizará también colores que representen un producto natural como el verde, blanco y azul.

Por otro lado, la (RAE, 2018) define al término eslogan como “Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc.” Así también, como citan (Garrido Lora, Rey, & Ramos Serrano, 2012) un eslogan se define como “la expresión lingüística económica, significativa, brillante, perdurable, exclusiva y eficiente de una estrategia de comunicación empresarial, política o institucional”. Un eslogan puede identificarse como una expresión breve utilizada como estrategia empresarial para diferenciar una marca, la cual, es significativa y puede convertirse en una variable perdurable en el tiempo. Para el caso de estudio, la empresa DELAC empleará la frase “De calidad a tu mesa” puesto que el objetivo es hacer énfasis en las variables de calidad como estrategias que diferencien a los productos de la competencia.

Ilustración 4: *Logotipo y Eslogan*

Fuente: Elaboración propia

En la imagen anterior se representa el logo de la empresa sumado al eslogan que la identifica, se unen ambos elementos para lograr que la asociación y memorización del nombre de la empresa sea más fácil para el consumidor.

1.10. Estrategia de promoción y publicidad

Luego de comprender factores del mercado como producto, plaza y precio, se hace indispensable detallar el modo de difusión a emplear para la expansión de la imagen del producto, existen varios factores, además, que merecen ser analizados para la elección de los métodos de difusión, tales como presupuesto, descripción del público, geografía o ubicación de los consumidores, entre otros. Para efectos de descartar opciones no favorables para la empresa y que se acoplen al presupuesto, deben analizarse las opciones. Como citan los autores (Sotomayor Pereira, Brito Gaona, & Tenesaca Fajardo, 2018) los medios publicitarios pueden ser de tipo convencional si el mensaje es transmitido a través de medios de comunicación masiva, como radio, prensa y televisión; y no convencionales conocidos como actos de patrocinio, marketing directo, juegos promocionales, etc. Es necesario agregar, que, basado en el modo de agrupar los medios publicitarios relatados por los autores, existen también otros pertenecientes a estos grupos, tales como el internet en el caso de métodos convencionales; y en no convencionales, los catálogos, volantes y pueden agregarse, por último, las redes sociales, por ser un método reciente e innovador.

Tomando como referencia primeramente las respuestas dadas por la población encuestada, se observa que los canales de mayor elección para posicionar la marca en la mente del consumidor son los volantes, las redes sociales y la radio. La televisión local a pesar de ser un medio relativamente masivo, no fue seleccionado por la población, así

también los referidos, presentaron una baja votación en las encuestas realizadas; por lo tanto, los canales de comunicación seleccionados por el consumidor serán los ideales para la difusión de los productos, agregando a estos, actos publicitarios como los stands de prueba del producto en los puntos de venta.

- **Volantes o folletos:** Tal y como citan (Gázquez Abad & Sanchez Pérez, 2007, pág. 67) "un folleto es un elemento impreso, distribuido de forma frecuente y gratuita, que forma parte de la comunicación de marketing masiva del remitente/s, con una extensión mínima de cuatro páginas, fácil de leer, y dirigido a hogares o empresas". Son instrumentos ideales para comunicación masiva para este tipo de empresa, pues comunican características propias de los productos, así como ventajas y cualidades positivas que pueden favorecer al consumidor. Conllevan costos relativamente bajos y puede realizarse de modo sencillo en sitios concurridos de la zona urbana del municipio.
- **Radio:** Ha sido considerado por décadas un medio masivo de comunicación. Más del 20% de la población encuestada los seleccionó como medio idóneo para enterarse de la apertura de la empresa, por lo tanto, a través de los medios de radio de mayor alcance en el municipio se lanzarán pautas publicitarias referente al producto y sus características, a través de la emisora ABICARIBE ESTÉREO.
- **Redes sociales, Sitio Web e Internet:** En las últimas décadas la internet y las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación que ha tomado auge; son medios empleados por consumidores que utilizan la herramienta de internet. Cerca del 20% de los encuestados eligieron este método como adecuado para conocer de la apertura de la empresa. Para lograr insertar al producto en un mercado de

consumidores actualizados, se implantarán avisos publicitarios en redes sociales como Facebook o Instagram, a través de contratación directa con dichas empresas; así también, se emplearán las herramientas publicitarias de Google para pautar en sitios web, sitios de búsqueda y en la plataforma YouTube. La publicidad por medio de estos de canales de comunicación redirigirá al Sitio Web de la empresa, en donde se expondrán las características y se detallará la imagen corporativa de ésta.

Son medios con costos relativamente bajos, comparados con los de Televisión y Prensa, además, abarcan un mercado geográficamente delimitado, puesto que la tecnología que emplean dirige la publicidad a la población ubicada en un espacio geográfico en específico.

- **Actos publicitarios:** Por último, la publicidad a través de actos publicitarios conforma otro medio que facilita la traslación del producto al consumidor de modo directo, así, se prevé que, al promocionar directamente cada producto a través de pruebas comestibles, se genere el posicionamiento de la marca en cada cliente. Se ubicarán stands de pruebas del producto en puntos de ventas convenidos, ofreciendo una muestra a cada cliente logrando así que disfruten de los atributos físicos de los productos.

Cabe resaltar que no todas las estrategias de publicidad se implementarán de inmediato, sino que periódicamente las actividades publicitarias pueden variar.

2. MODULO TÉCNICO

2.1. Localización

2.1.1. Macro localización.

A pesar de que se tomara como base que la ubicación destinada para la localización de la empresa sería el municipio de San Pedro de Urabá, se estudiarán, a través de una matriz, varios aspectos relevantes que inciden de un modo u otro en la ubicación de la empresa. Se comparará al municipio objetivo con los dos municipios de mayor cercanía (Valencia – Córdoba y Turbo – Antioquia), buscando así, analizar cada variable y su comportamiento, seleccionando al final al de municipio de mayor puntaje.

Tabla 31: *Macro localización*

MATRIZ DE MACROLOCALIZACIÓN							
DELAC - Derivados Lácteos							
Factores	**Valor asignado**	**Puntos**	**Ponderado**	**Puntos**	**Ponderado**	**Puntos**	**Ponderado**
		0 - 100	**VALENCIA**	**0 – 100**	**SAN PEDRO DE URABA**	**0 – 100**	**TURBO**
Disponibilidad de Servicios P.	0.05	90	4.5	90	4.5	90	4.5
Condiciones socioculturales	0.05	70	3.5	75	3.75	75	3.75
Cercanía a zonas demandantes	0.25	40	10.0	95	23.75	60	15
Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos	0.10	70	7.0	80	8	80	8
Existencia de empresas complementarias	0.15	85	12.8	85	12.75	80	12
Facilidades de distribución	0.15	40	6.0	90	13.5	60	9
Disponibilidad de Materia P.	0.15	80	12.0	85	12.75	75	11.25
Restricciones, oportunidades legales y políticas	0.05	70	3.5	70	3.5	75	3.75
Condiciones de vida	0.05	65	3.3	60	3	70	3.5
TOTAL	**1.00**	**-**	62.5		**85.5**		70.75

Fuente: Elaboración propia

Es evidente que el puntaje que se destaca es el del municipio de San Pedro de Urabá, 85.5 puntos sobre 100, lugar predestinado antes del análisis; a pesar de que en ciertas variables el ponderado es casi igual, el factor de cercanía a zonas demandantes sobresale y le otorga ventaja ante los otros municipios, pues es el mismo municipio el mercado objetivo de la propuesta de estudio y la cercanía y la facilidad de distribución es su punto fuerte.

2.1.2. Micro localización.

Seguidamente, se hace necesario el estudio de las zonas del municipio en las que podría estar ubicada la empresa. Como se observa en la tabla de la oferta actual (véase la tabla 27), los productores competencia de mayor envergadura yacen ubicado en zonas veredales, los cuales, de acuerdo las respuestas de las encuestas realizadas a estos se ubican en estos sectores por su cercanía a la materia prima, teniendo como punto fuerte su cercanía a la materia; sin embargo, se alejan de otros factores como la cercanía a las zonas centros donde se ubican los consumidores; por esto y más factores, se compararán 3 zonas del municipio con el objetivo de hallar la adecuada localización para la empresa.

La zona Norte se compone por las veredas que colindan con la cabecera central, el zumbido y el caño (véase la ilustración 2), por lo tanto, se comprenderá dicha zona como la vereda El Zumbido, lugar en donde se ubican dos productores que son competencia. La parte centro se conforma por el centro y parte del norte de la cabecera central del municipio. Y la zona sur, por último, la compone el sur de la cabecera municipal.

Tabla 32: *Micro localización*

MATRIZ DE MICROLOCALIZACIÓN							
DELAC - Derivados Lácteos							
FACTORES	**VALOR ASIGNADO**	**PUNTOS**	**PONDERADO**	**PUNTOS**	**PONDERADO**	**PUNTOS**	**PONDERADO**
		0 - 100	**NORTE**	**0 – 100**	**CENTRO**	**0 – 100**	**SUR**
Condiciones de vías de comunicación	0.15	70	10.5	90	13.5	85	12.75
Orden público	0.10	60	6.0	85	8.5	85	8.5
Cercanía a Zonas Demandantes	0.20	65	13.0	95	19	80	16
Disponibilidad de terrenos	0.15	90	13.5	70	10.5	75	11.25
Disponibilidad de Agua	0.05	40	2.0	90	4.5	85	4.25
Disponibilidad de Energía Eléctrica	0.10	85	8.5	90	9	90	9
Servicio Telefónico	0.05	30	1.5	90	4.5	90	4.5
Cercanía a materia prima	0.15	90	13.5	60	9	50	7.5
Recolección de basuras y residuos, Restricciones locales	0.05	30	1.5	70	3.5	60	3
TOTAL	**1.00**		70.0		**82**		76.75

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el cuadro anterior, la zona centro obtiene el mayor puntaje, 82 puntos sobre 100, a pesar de estar alejada de los lugares (veredas) de donde proviene la materia prima, es el punto estratégico para la distribución de los productos hacia los clientes, además de contar con la facilidad de acceso a servicios públicos.

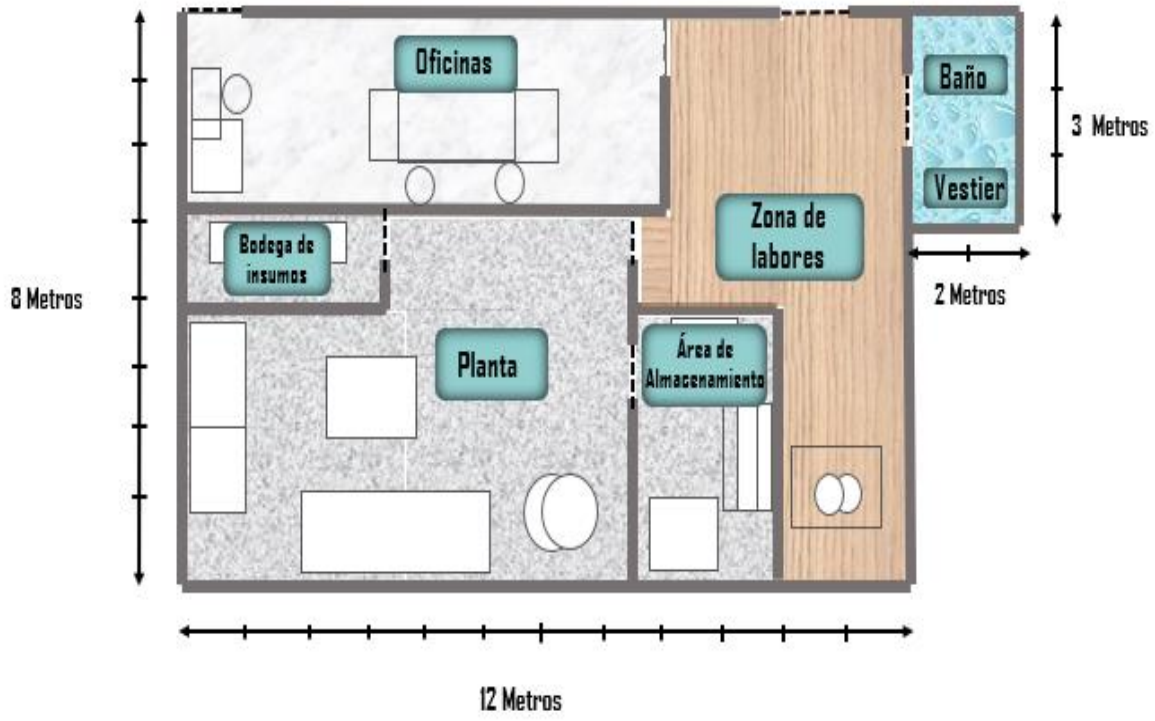
Para efectos de lograr mayor cercanía a la materia prima, sin descuidar la cercanía a los potenciales clientes se ubicará a la empresa en la zona centro – norte de la cabecera municipal.

2.2. Distribución en planta

A. Obras físicas del proyecto

Se realiza un bosquejo de las obras físicas de la empresa, para conocer la distribución y las medidas de cada área que la conforma.

Ilustración 5: *Medidas del local*

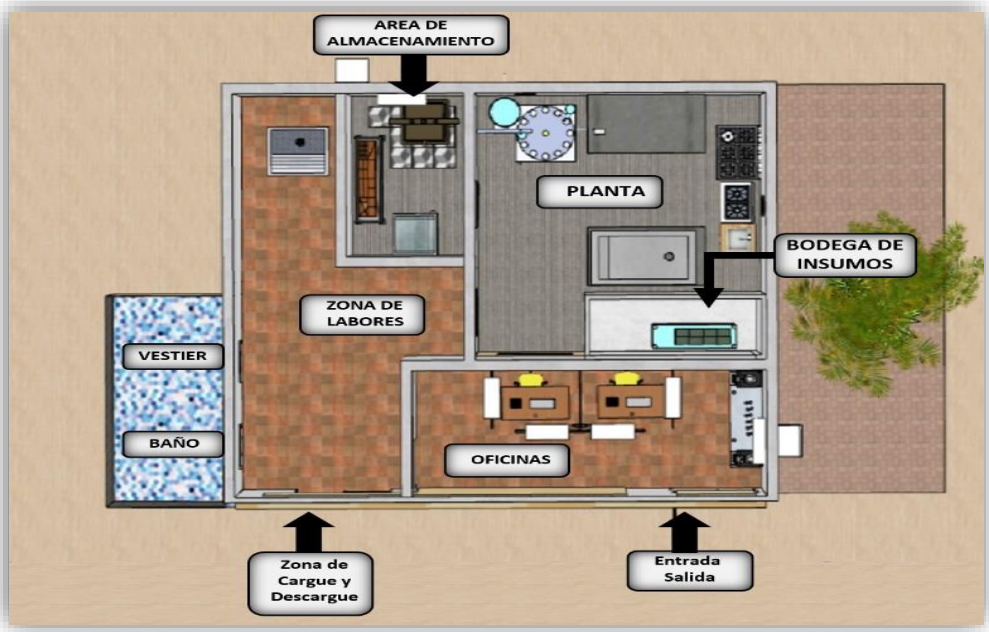


Fuente: Elaboración propia

Ilustración 6: *Imagen exterior*

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 7: *Descripción de áreas*



Fuente: Elaboración propia

Las imágenes expuestas anteriormente indican la distribución de las áreas de la empresa. La empresa ocupa un área total de 102 metros cuadrado. La zona del baño y Vestier ocupa una zona de 6 metros cuadrados; el área de la Planta, incluyendo las zonas de almacenamiento y bodega de insumos ocupan un total de 47.5 metros cuadrados; la zona de labores ocupa un total de 26 metros cuadrado; por último, el área de oficinas en la administración ocupa un total de 22.5 metros cuadrados.

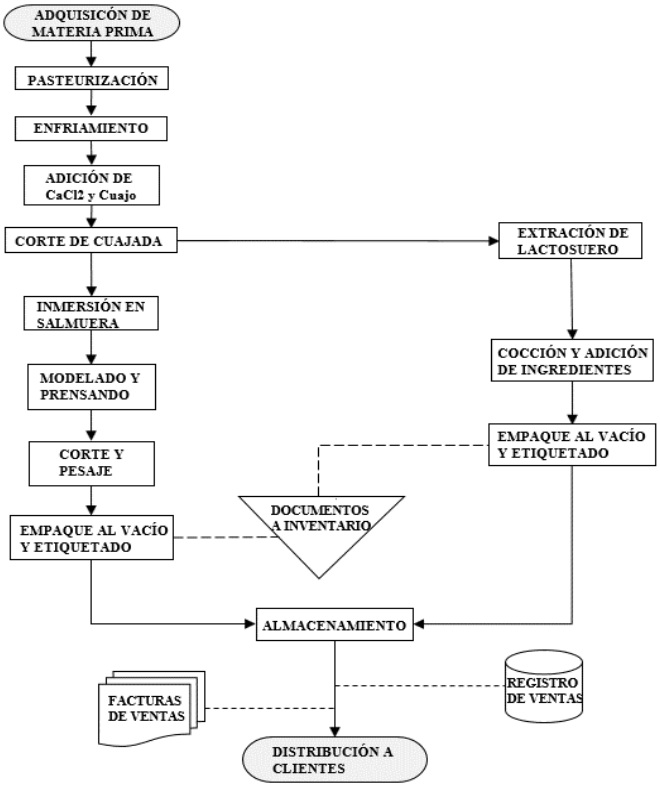
2.3. Procesos del producto

De la producción

A. Flujograma

El proceso de producción de ambos productos se halla una similitud en el uso de la materia prima. El queso costeño es elaborado a través de un proceso de cuajo de la leche, del cual, restan residuos que, utilizados como materia prima más la adición de ciertos elementos, dan como resultado el suero costeño; por tanto, para describir el proceso de producción de los dos productos, se empleará un diagrama de flujo que contendrá ambos procesos.

Ilustración 8: Flujograma



Fuente: Elaboración propia

El cuadro anterior expone los procesos que comprende la fabricación de los productos en cuestión. Luego de la adición de inóculos, se corta la cuajada, en donde los procesos de cada producto se separan, pues la parte solida de la cuajada se utiliza para la elaboración del queso y el líquido restante para el suero costeño.

B. Descripción de las fases del proceso

Tabla 33: *Fases del proceso de producción*

No	Fase del proceso	Descripción del proceso	□	⬭	▽	→	⛁	🗐	Tiempo	Responsable
1	Adquisición de materia prima	Obtención de la materia prima (leche) proveniente de las fincas convenidas y		X					60 min.	Operarios

		trasladada hasta la empresa.								
2	Pasteurización	Exposición al fuego a 65° centígrados durante 30 minutos.	X						30 min.	Operarios
3	Enfriamiento	Reducción de la temperatura de la leche a 40°	X						10 min.	Operarios
4	Adición CaCl2 y Cuajo	Adición de solución de cloruro de calcio (CaCl2), se deja reposar y se adiciona una cantidad de cuajo, en proporciones que dependerán de la cantidad de leche.	X						40 min.	Operarios
5	Corte de cuajada	Con una lira o con las propias manos del operario, se corta la parte solida llamada cuajada.	X						10 min.	Operarios
6	Inmersión en salmuera	Se extrae en un recipiente diferente la parte sólida de la mezcla y se le adiciona una solución de agua y sal.	X						10 min.	Operarios
7	Modelado y prensado	Introducción en los moldes respectivos, se aplica presión a través de una prensa.	X						De 2 a 12 horas.	Operarios
8	Corte y pesaje	Corte del queso en las medidas de peso seleccionada.	X						30 min.	Operarios
9	Empaque al vacío y etiquetado	Empaquetado y etiquetado del queso costeño al vacío, se registra el lote y la fecha de vencimiento.	X						60 min.	Operarios
10	Extracción de lácteo suero	Los residuos de la producción de queso se emplean como materia prima, éste se saca en un recipiente aparte.	X						10 min.	Operarios
11	Cocción y adición de ingrediente	Exposición al fuego en un recipiente, se agregan otros elementos como sal y algunos cereales para	X						45 min.	Operarios

		dar consistencia.								
12	Empaque al vacío y etiquetado	Empaquetado en los respectivos recipientes y se etiqueta el producto suero costeño.	X						60 min.	Operarios
13	Documentos a inventario	Ingreso al registro de inventario los documentos de registro de lote, ingreso y salida de mercancía.			X				30 min.	Secretaria
14	Almacenamiento	En el cuarto frío se almacenan los productos hasta su salida.	X							Operarios
15	Registro de ventas	Ingreso en el registro de ventas para cada salida de productos.					X		15 min.	Secretaria
16	Facturas de venta	Salid de copias físicas de registro de venta a cada cliente.						X	10 min.	Secretaria
17	Distribución a clientes	Envío de productos a los clientes, en este caso, detallistas (tiendas).	X							Operarios
	TOTAL								1.140 min.	

Fuente: Elaboración propia

La descripción de los procesos detalla las actividades que deben ser realizadas para la obtención de los productos queso y suero costeño el cual requiere de 1.140 minutos, incluyendo el registro en de las actividades y en el sistema. Cabe destacar que, el proceso de prensado puede variar dependiendo las necesidades de la prensa y de la cantidad a producir, es decir, el tiempo requerido puede oscilar entre las 2 y las 12 horas de prensado.

De la distribución

La descripción del proceso de producción menciona las fases que lo conforman. Se describen etapas que llegan hasta la distribución, ya que este representa un proceso diferente.

Con el fin de disminuir costos en adquisición de activos, como la compra de un carro refrigerado; así como de disminuir la contratación de personal para encargarse de estas actividades, se contratará con una asociación de mensajeros, quienes 2 días a la semana dedicarán alrededor de 2 a 3 horas por día para la distribución a los tenderos convenidos.

Para la refrigeración de los productos y la continuación de la cadena de frío, se emplearán cavas o neveras en polietileno portátiles, de fácil movilidad y seguridad para el transporte de los productos. Se pagarán por días de $20.000 a $25.000 pesos, que dependerán de la capacidad de la empresa y de los precios pactados con las asociaciones.

Se requiere que la persona encargada de la distribución presente todos los documentos de su vehículo al día, tales como seguros y tecno mecánica; así como habilidades medias en matemáticas para el registro adecuado en las facturas de venta.

2.4. Tamaño de producción de los productos

Tabla 34: *Demanda insatisfecha de los productos*

DEMANDA INSATISFECHA – QUESO COSTEÑO (en libras)					
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
107.622	104.491	101.218	97.798	94.227	90.500
DEMANDA INSATISFECHA – SUERO COSTEÑO (en litros)					
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
28.758	28.489	28.204	27.902	27.581	27.242

Fuente: Elaboración propia

Luego de resaltar la demanda existente de ambos productos, se hace necesaria la revisión de la capacidad que posee la empresa para satisfacer esta demanda, por lo tanto, basados en el cuadro de la descripción y fases del proceso, se tomarán las actividades del proceso de producción de cada producto y los tiempos que conlleva dichas actividades.

Es fundamental mencionar que el proceso de modelado y prensado del producto queso costeño puede tardar de 2 a 12 horas, por lo que se consideraría tiempo muerto o tiempo en el que el personal tan solo destina 10 minutos para dicha actividad, en el resto de minutos el producto se mantiene en un molde a presión.

Por consiguiente, se medirá la producción basados en el tiempo que dedica el personal para la producción, tomando como base de medida las unidades diarias producidas por la mano de obra, los operarios, así:

Tabla 35: *Capacidad instalada*

Producto	Mano de Obra	Unidades x hora	(x) Total, producción x día - 8 horas	Total, producción x mes - 24 días	Total, libras por año - 12 meses	Total, Un. de 450 gr por año	Unidades a producir (85%)
QUESO COSTEÑO	2	31.625	250	6,000	72,000	72,480	**61,608**
Producto	**Mano de Obra**	**Unidades x hora**	**(x) Total, producción x día - 8 horas**	**Total, producción x mes - 24 días**	**Total, litros por año**	**Total, Un. de 200 gr por año**	**Unidades a producir (85%)**
SUERO COSTEÑO	2	1.875	15	360	4,320	23,760	**20,196**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro señala la capacidad de producción para un año de la planta, empleando dos operarios para el proceso de elaboración del queso costeño y para el proceso del suero costeño. La capacidad de producción de la empresa es de 72.000 libras de queso al año, que representan unas 72.480 unidades en presentaciones de 450 gramos y de 4.320 litros de suero costeño, es decir, unas 23.760 unidades de 200 gramos; los empleados laborarán 8 horas diarias durante 6 días a la semana. Las actividades en procesos en la producción de los productos se entrelazan, pues durante las 8 horas diarias, existen tiempos al día en los que el proceso de producción de queso no requiere al personal, por lo que se dedicarán a actividades de producción del suero costeño, así la distribución, la mitad del tiempo se dedicarán al proceso del queso y la otra mitad al del suero.

Las herramientas y máquinas empleadas por la empresa tienen la capacidad de producir alrededor de 940 litros de leche diarios, sin embargo, se empleará el 85% de la capacidad instalada, de este modo, se producirán anualmente 61.200 libras de queso costeño y 3.672 litros de suero costeño, que representan 61.608 unidades de queso de 450 gramos y 20.196

unidades de suero de 200 gramos; de este modo, por día se elaborarán unas 214 unidad de queso y 70 unidades de suero.

A pesar de que se seleccionara, en el módulo de mercado que para ambos productos la producción predestinada sería del 30% de la demanda insatisfecha, las cantidades a producir comparadas con la demanda insatisfecha representan, para el caso del queso costeño, el 56% del total y para el caso del suero costeño, representan el 13% del total de demanda insatisfecha. Para el caso del suero se producirá esta cantidad debido que esta actividad se desarrolla en base a los restos de lactosuero en la producción de queso.

Lo productos se empacarán en unidades de 450 gramos para el caso del queso costeño y unidades de 200 gramos.

Ahora bien, realizando el mismo ejercicio con el suero costeño, se tiene que un litro del producto pesa alrededor de 1.100 gramos, por la adición de ingredientes y el peso de la leche, por tanto, multiplicando los litros anuales a producir, unos 3.672, por los gramos que pesa y dividiendo entre peso por unidad de 200 gramos, queda que se producirán aproximadamente 20.196 unidades, empleando alrededor de 800 litros de leche diarios para la producción de los productos.

Se plantea de este modo el porcentaje a producir sobre la capacidad instalada será del 85% debido que la empresa se encontrará en su primer año, en un periodo de adaptación, por tanto, para los años siguientes incrementará paulatinamente su producción en un 2%.

2.5. Ficha técnica de los productos

Tabla 36: *Ficha técnica del Queso Costeño*

Nombre del producto	**QUESO COSTEÑO**
Categoría	Destinación agrícola, pecuaria o agropecuaria.
Calidad	Resolución 2310 de 1986 Resolución 1804 de 1989
Generalidades	Es un queso blanco, higienizado sin madurar, duro, fresco elaborado con leche pasteurizada con un contenido de grasa mayor al 3%, con un periodo de salado de 2 horas y prensado con 20 veces el peso del queso por 2 horas, para su conservación debe mantenerse a temperaturas de refrigeración. El queso puede ser obtenido de leche pasteurizada proveniente de especies aptas y autorizadas para el consumo humano. El queso costeño es de dos tipos: amasado y picado.
Características generales	Producto lácteo de color blanco, sabor, característico, olor a aroma lácteo, textura sólida blanda y suave. El queso costeño picado no se deshace fácilmente, puede tener algunos orificios circulares, presentar textura dura y seca. Debe estar exento de sustancias tóxicas y residuos de drogas o medicamentos
Requisitos Específicos	Color: Blanco. Sabor: Salado. Humedad: 49% mínimo 56% máximo. El queso fresco para consumo humano no debe estar elaborado a partir de leche cruda, salvo en los casos en que, por las condiciones especiales de ubicación, dificultades de transporte, lo autorice la autoridad sanitaria competente. El producto debe mantenerse refrigerado. El queso costeño amasado es moderadamente duro, suelta poca agua y se deshace fácil cuando se frota ente los dedos.
Empaque y rotulado	El producto debe ser empacado en material suficientemente inerte, que no reaccionen con el producto o alteren sus características microbiológicas, y que asegure su conservación y calidad.
Presentación	El producto se comercializará en las presentaciones que requiera el mercado de acuerdo con su contenido neto, expresado en unidades de masa del Sistema Internacional.
Condiciones para la negociación	En la negociación deberá especificarse detalladamente el peso, tipo de empaque, especificaciones de entrega como temperatura del producto, condiciones del transporte.

Fuente: Elaborado con información tomada de https://www.agencialogistica.gov.co/sites/default/files/contracts/migrated/542477/subasta_no__005_064_de_2016_queso_coste_o.pdf

Tabla 37: Ficha técnica del Suero Costeño

Nombre del producto	**SUERO COSTEÑO**	
Ingredientes	Leche entera higienizada, cultivos lácticos, estabilizantes (citrato de sodio, fosfato tricálcico), emulsificantes y espesantes.	
Descripción física	Es el producto higienizado, pasterizado, obtenido a partir de la leche entera coagulada y acidificado por la acción de bacterias lácticas, con adición de sal y otros ingredientes permitidos.	
Características organolépticas	Olor característico Color: Blanco Sabor: Característico	
Características físico químicas	Acidez como ácido láctico % m/m Max Cenizas % m/m máximo Lactosa % m/m mínimo Sólidos totales % m/m mínimo Proteínas % m/m mínimo	1,5 0,80 4,5 5,5 0,7
Forma de consumo, instrucciones de uso y consumidores potenciales	Producto apto para público en general y niños mayores a 6 años. Consumido como complemento para otros alimentos.	
Empaque y presentación	El producto es empacado en bolsas de polietileno en presentación individual de 250 ml contenidas en bolsas de 4 unidades, presentaciones de 500 ml en 2 unidades y presentaciones de 1 litro en una unidad.	
Instrucciones para su conservación	Mantener en lugar fresco y seco Después de abierta consumir en el menor tiempo posible.	
Controles especiales durante la distribución y la comercialización	Manejo cuidadoso. No someter a condiciones extremas de temperatura, humedad y luz.	
Vida útil esperada	30 días a temperatura de refrigeración entre 2°C y 6°C.	

Fuente: Elaborado con información tomada de https://www.agencialogistica.gov.co/sites/default/files/contracts/migrated/542477/subasta_no__005_064_de_2016_suero_coste_o.pdf

2.6. Adecuaciones y maquinaria y equipo requeridos

A. Adecuaciones en obras físicas

Para la puesta en marcha de la empresa se requieren una serie de adaptaciones al local a utilizar. El costo de las adecuaciones se detallará en el estudio financiero.

La inversión en obras físicas agrupa:

- Adecuaciones en Planta: Incluye acondicionamiento de piso en material industrial; estuco de paredes; pintura plástica lavable y techo en cielo raso.
- Adecuación de Oficina: Incluye acondicionamiento en plantillas, baldosas, estuco y techo en cielo raso.
- Adecuación de Baños y Vestier: Incluye pisos con plantilla y baldosas; estuco y techo en cielo raso; sanitarios, lavamanos y conexiones a alcantarillado y acueducto.
- Adecuación zona de labores: Incluye piso en plantilla, revoque, y zonas exteriores.
- Instalación de ventiladores, extractores y aires acondicionados.
- Adecuaciones varias en sistema eléctrico, puertas, acueducto y alcantarillado.

B. Cotizaciones de maquinaria, equipos, muebles y enseres requeridos

Se agruparán los muebles y maquinaria necesaria para la realización de las actividades de la empresa. Se expondrán en detalle en el estudio financiero. Las cotizaciones se realizaron en sitios web y directamente con proveedores, revisar anexo 3.

Tabla 38: *Maquinaria y equipos requeridos*

MAQUINARIA Y EQUIPOS REQUERIDOS			
Detalle de inversión	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Cantina lechera de 40 litros	10	380,000	3,800,000
Mesa en acero inoxidable	2	490,000	980,000
Estufa industrial	1	450,000	450,000
Olla caldero en aluminio 110 litros	2	396,900	793,800
Cucharones en acero	2	70,900	141,800
Aire acondicionado +	1	4,448,239	4,448,239
Balanza digital	1	84,600	84,600
Termómetro digital	1	19,900	19,900
Empacadora al vacío manual	1	329,900	329,900
Selladora manual	1	90,000	90,000
Lira en acero	2	83,240	166,480
Herramientas en acero	1	284,900	284,900
Herramientas varias	1	80,000	80,000
Tina de cuajado 1000 litros	1	16,500,000	16,500,000
Codificadora de fecha y lote manual	1	390,000	390,000
Prensa manual 35 kg	2	890,000	1,780,000
Maquina envasadora de líquidos	1	680,000	680,000
Estantería metálica	2	197,000	394,000
Ventilador industrial	2	320,000	640,000
Ventilador de techo	1	279,000	279,000
Nevera plástica portátil	1	179,000	179,000
Azafate en acero	2	85,680	171,360
TOTAL	**-**	**-**	**32,682,979**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39: *Muebles y enseres requeridos*

MUEBLES Y ENSERES REQUERIDOS			
Detalle de inversión	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Escritorio oficina A	1	275,590	275,590
Escritorio oficina B	1	169,900	169,900
Sillas tipo oficina	2	124,900	249,800
Aire acondicionado	1	800,000	800,000
Computador	2	950,000	1,900,000
Teléfono de mesa	1	50,000	50,000
Separador de oficina	2	290,000	580,000
Dispensador de agua	1	470,000	470,000
Silla plástica doble	1	145,000	145,000
TOTAL	**-**	**-**	**4,640,290**

Fuente: Elaboración propia

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL

3.1. Naturaleza jurídica

A. Tipo

Se constituirá a la empresa DELAC bajo la naturaleza jurídica Empresa Unipersonal. Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica. Tal y como señala el artículo 71 de la ley 222 1995 “Mediante la Empresa Unipersonal una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil.” (Congreso de Colombia, 1995)

Se selecciona este tipo de empresa por las ventajas que representa para el titular. En el boletín 24 del (Consultorio Contable EAFIT, 2010) se señalan algunas ventajas de la creación de una empresa bajo la naturaleza de Empresa Unipersonal, tales como:

- Tener alcance un elemento jurídico necesario, para establecer su empresa amparada por la ley, hábil para contratar y obligarse.
- Poder ejercer el comercio aun cuando la empresa quiebre.
- Podrá limitar la responsabilidad de su patrimonio, arriesgando solo la suma que aporta.
- Acceso eficaz a las pequeñas empresas a fuentes de financiamiento.

B. Procedimiento para la conformación de la empresa

En este orden de ideas, el (Congreso de Colombia, 1995) define los requisitos para la formación de la empresa, en donde primeramente se dicta que la empresa se creará mediante documento escrito en donde se expresará, entre otros:

Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario. La razón social de la empresa, seguida de la expresión “Empresa Unipersonal” o de sus siglas E.U. El domicilio, término de duración, si éste no fuere indefinido. Una enunciación clara y competa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio. El monto del capital.

C. Información para la conformación de la empresa

Nombre: La empresa llevará por nombre DELAC – Derivados Lácteos.

Razón social: Funcionará bajo la razón social DELAC E.U.

Duración: Indefinida desde su inscripción.

Capital social o Monto: El capital inicial de la empresa será de $60.000.000, el aporte detallado será descrito en la sección del estudio financiero.

Objeto social: De acuerdo al (Código de Comercio de Colombia, 1971) el artículo 20 señala que las empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes, son comprendidas como empresas dedicadas a actos mercantiles; por lo tanto, las actividades que realizará la empresa comprenden un acto lícito de comercio. De este modo,

el objeto social de la empresa consiste en la producción y comercialización de derivados lácteos.

3.2. Misión

Como cita (Martos Calpena, 2009) la misión de la empresa es el vínculo entre estrategias, valores de la organización, y tiene que ver con los propósitos, la filosofía o la estrategia de la empresa. Visto de este modo, la misión comprende la suma de los valores, las estrategia y propósitos de la empresa, así como la relación entre estos elementos, los cuales se imponen como la base de la empresa en términos de que conforman el objetivo por el cual se crea la empresa.

Complementando con lo afirmado por (Fernández Montesinos, 2017) "La misión en el ámbito de una empresa, organización o institución supone la definición de los máximos objetivos que esta pretende alcanzar; viene a ser su razón de ser y contribuye a la enunciación objetiva de su personalidad." Se comprende así, a la misión, como la razón de ser de la empresa y la definición de los objetivos que busca lograr.

La empresa DELAC tendrá como misión: "*Satisfacer las necesidades de los clientes a través de la producción y comercialización de derivados lácteos, elaborados mediante técnicas que le otorgan calidad a los productos, que promueve a su vez, el desarrollo de la región de Urabá*"

3.3. Visión

En aras de observar el futuro, y la posición de la empresa en un futuro es necesario implantar la visión en un plazo de ésta. Como cita (Martos Calpena, 2009) la visión es aquella que engloba el futuro deseado, la aspiración de la organización; el sentido de descubrimiento y destino que motiva tanto a los directivos como a los trabajadores. Apreciación que hace referencia a que la visión se comprende como una especie de objetivo de la empresa, que precisa un escenario futuro positivo, que incita a ser alcanzada.

Para la empresa en cuestión se plantea la visión de: "*Ser una empresa líder, para el año 2024, en el sector de producción de derivados lácteos en la región de Urabá, contando con presencia en ciudades de la región caribe y del interior del país preservando la calidad y diversificando la gama de productos a ofrecer*."

3.4. Valores corporativos

La empresa DELAC tiene el objetivo de fomentar, en su personal de planta y administrativo, los valores de:

- Responsabilidad
- Actitud de investigación e innovación
- Lealtad
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Ética

- Eficiencia y efectividad

3.5. Políticas

Política de calidad

La empresa DELAC está comprometida con suministrar a los consumidores productos de calidad, para los cuales se implementarán técnicas y tecnologías que permitan satisfacer las necesidades del cliente. Asimismo, pretende impulsar el crecimiento económico sostenido de la empresa empleando procesos y métodos basados en la eficiencia y la eficacia.

Política de innovación

La empresa DELAC tiene como política fomentar la investigación y la innovación interna, dirigida a la producción de soluciones y alternativas en materia de productos diferenciadores, técnicas de producción, modelos organizacionales y de negocios.

Política medioambiental

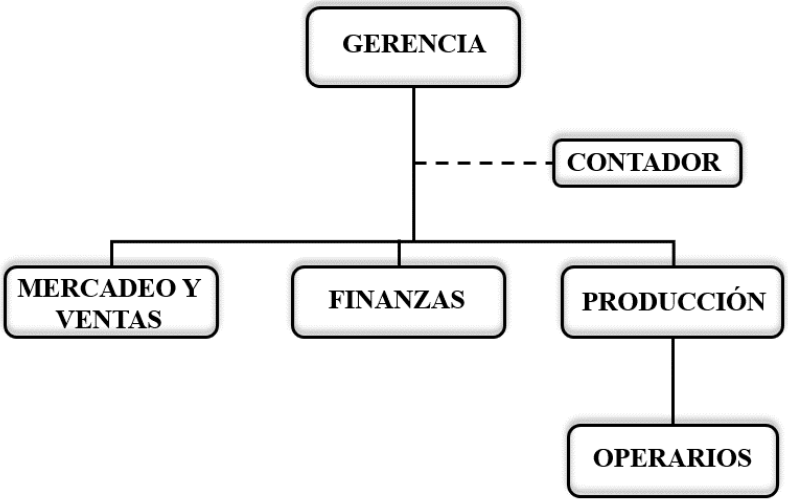
Es política de DELAC velar que los procesos para la obtención de materia prima y los desechos que genere el operar de la empresa no comprometan la integridad del medio ambiente, ni la de la población que la rodea.

3.6. Organigrama

Para detallar la estructura de una empresa se expone en un organigrama la división de ésta. Como cita (Vivancos Delgado, 2010) un organigrama es simplemente la

representación gráfica de una organización existente. De este modo, se detalla en un organigrama la división de la empresa DELAC.

Ilustración 9: *Organigrama*



Fuente: Elaboración propia

La ilustración devela las partes que conforman la estructura organizacional de la empresa DELAC. Partiendo de la gerencia, cargo en el que se desempeñarán funciones de administrador y complementarios; la persona encargada de esta parte de la organización, la Gerencia, desarrollará actividades de administrador y recursos humanos en medio tiempo, y actividades del Departamento de Finanzas la otra mitad del tiempo.

Se contratará anualmente un contador para resolver y organizar la información financiera de la empresa; los Departamentos de Mercadeo y de Producción desarrollarán actividades que se detallarán más adelante, cabe resaltar que la persona encargada del Departamento de Mercadeo y Ventas resolverá y acompañará al departamento de producción en las tareas de inventario; el cargo a ocupar será de medio tiempo, pues las actividades que realizará son cortas, como registro de ventas y relaciones con clientes.

3.7. Manual de funciones

Tabla 40: *Manual de funciones – Gerencia General*

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerencia General
DEPENDENCIA:	Gerente
NÚMERO DE CARGOS:	2
REPORTA A:	–
REQUISITOS PARA EL CARGO	
FORMACIÓN:	Profesional en administración de empresas, administración en finanzas o áreas afines. Además, se requiere como mínimo un técnico o tecnólogo en seguridad y salud en el trabajo.
EXPERIENCIA:	2 años mínimo y/o 2 años en actividades de seguridad en el trabajo; 50 horas de curso virtual.
OBJETIVO DEL CARGO	
Ejercer funciones de administrador, aplicando el proceso administrativo de acuerdo a los objetivos, lineamiento y políticas de la empresa. Administrar y supervisar los flujos de efectivo y activos de la empresa, así como los movimientos de entrada y salida de esta.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Planear objetivos y metas de la empresa a corto y largo plazo, así como las estrategias requeridas para su consecución.	
• Determinar y distribuir las actividades a realizar por el personal, de modo que se conforme una estructura a seguir por cada integrante de la empresa.	
• Supervisar que las estrategias, actividades, objetivos programados sean cumplidos por el personal y aplicar estrategias de contingencia tratando de solucionar las dificultades de la empresa.	
• Dirigir y motivar al personal en la consecución de objetivos, fomentando en ellos un clima laboral ameno, en donde se apropien de los valores corporativos.	
• Registrar datos y operaciones financieras con el fin de organizarlas y planificar las decisiones adecuadas para la empresa.	
• Velar por la integridad tangible e intangible de la empresa; es decir, la seguridad de bienes físicos, seguridad financiera y la buena imagen de la empresa.	
• Mantener buenas relaciones con los proveedores y supervisar que la cadena de abastecimiento cumpla con los requisitos de calidad exigidos por el Ministerio.	
• Diseñar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.	

Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó anteriormente, el Gerente de la empresa, tendrá dos cargos, uno administrativo de medio tiempo, y otro financiero en donde se ocupará el resto del tiempo.

Tabla 41: *Manual de funciones – jefe de mercadeo y ventas*

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Jefe de mercadeo y ventas
DEPENDENCIA:	Gerente
NÚMERO DE CARGOS:	1 (medio tiempo)
REPORTA A:	Gerente
REQUISITOS PARA EL CARGO	
FORMACIÓN:	Auxiliar de ventas, auxiliar administrativo, administración de empresas, mercadeo o afines.
EXPERIENCIA:	1 años mínimo.
REQUISITO:	Contar con vehículo propio, con documentación al día.
OBJETIVO DEL CARGO	
Establecer relaciones apropiadas con clientes y registrar ventas y movimientos en inventarios.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Mantener adecuadas relaciones con los clientes, registrando pedidos y entregas de productos.	
• Registrar ingresos y salidas de inventarios, manteniendo una comunicación constante con el área de producción.	
• Administrar y registrar los ingresos provenientes del pago de clientes.	

Fuente: Elaboración propia

El cargo de mercadeo y ventas ocupará una jornada de 4 horas diarias. La persona seleccionada para el puesto debe cumplir los requisitos exigidos, se encargará de tareas como registro de ventas, colaborará en registro de inventarios y eventualmente, se relacionará con los clientes con el objetivo de incrementar las ventas de la empresa. La persona encargada deberá mantener limpio su puesto de trabajo, periódicamente deberá limpiar la zona donde labora. En la medida que la empresa aumente en tamaño y capacidad se incluirá como puesto de tiempo completo.

Tabla 42: *Manual de funciones – Supervisor de producción*

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Supervisor de producción
DEPENDENCIA:	Gerente
NÚMERO DE CARGOS:	1
REPORTA A:	Gerente
REQUISITOS PARA EL CARGO	
FORMACIÓN:	Bachiller académico, técnico en procesamiento de lácteos. Por requisitos de Ley, se requiere que presenten un Certificado en Educación Sanitaria o Certificado en Manipulación de Alimentos.
EXPERIENCIA:	2 años mínimo.
OBJETIVO DEL CARGO	
Supervisar y participar en los procesos de producción, así como registrar inventarios de almacenamiento.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Supervisar que los procesos en la producción se lleven a cabo en las medidas y tiempo destinado.	
• Participar en los procesos de producción, los cuales son: Recibimiento de materia prima, procesamiento, almacenamiento, empaque y salida.	
• Diligenciar los documentos correspondientes a la salida de productos, ingreso de materias primas, insumos y el registro de inventarios trabajando activamente de la mano del departamento de ventas.	
• Fomentar el trabajo en equipo y un clima laboral ameno.	
• Comprometerse con los valores, políticas y metas de la empresa.	
• Realizar aseo periódicamente en la zona de labores y planta.	

Fuente: Elaboración propia

La persona encargada de supervisor en planta, desarrollará funciones más de operario que de supervisor, pues será la persona en jefe en producción, es decir, ayudará en todo el proceso de producción de los productos y además se dedicará a funciones de registro de ingreso y salida de productos, recibimiento de materia prima y entrega a la persona encargada de distribución. Colaborará en las funciones de empaquetado de los productos.

Tabla 43: *Manual de funciones – Operario de producción*

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Operario de producción
DEPENDENCIA:	Gerente
NÚMERO DE CARGOS:	1
REPORTA A:	Supervisor de producción
REQUISITOS PARA EL CARGO	
FORMACIÓN:	Bachiller académico, técnico en procesamiento de lácteos. Por requisitos de Ley, se requiere que presenten un Certificado en Educación Sanitaria o Certificado en Manipulación de Alimentos.
EXPERIENCIA:	1 años mínimo.
OBJETIVO DEL CARGO	
Ejecutar actividades correspondientes al proceso de producción.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Participar en los procesos de producción, los cuales son: Recibimiento de materia prima, procesamiento, almacenamiento, empaque y salida.	
• Mantener un estado de la planta adecuado, en términos de aseo e higiene.	
• Comprometerse con los valores, políticas y metas de la empresa.	
• Realizar, periódicamente aseo en los baños y zona de labores.	

Fuente: Elaboración propia

El operario será el encargado de la producción de los productos y de mantener aseada las instalaciones. Los operarios deberán mantener aseado su puesto de trabajo, es decir, la planta, zona de labores y asear periódicamente los baños. Deberá estar encargado del proceso de producción y empaquetado del producto.

3.8. Reglamento interno de trabajo

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO EMPRESA DELAC E.U.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Artículo 1. OBJETO GENERAL. DELAC E.U., tiene como objetivo principal la producción y comercialización de derivados lácteos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Artículo 2. OBJETO DEL REGLAMENTO. El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código Sustantivo del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre la empresa DELAC E.U. y sus empleados. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 3. VIGENCIA. Este reglamento Interno comenzará a regir desde que la empresa comience sus funciones, fecha en que es aprobado por la Oficina Regional Especial de Trabajo y Seguridad Social de Urabá.

Artículo 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN. La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En

ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Artículo 5. ORDENES LEGÍTIMAS. Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Artículo 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN. El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la empresa DELAC E.U.

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

Artículo 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente, le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Artículo 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Artículo 9. Se considera empleados o trabajadores de DELAC E.U. a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Artículo 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Artículo 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los números telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

A. Hoja de vida actualizada.
B. Entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía y, licencia de manejo cuando corresponda.
C. Dos fotografías actualizadas tamaño carnet.
D. Certificado de curso de Manejo de Alimentos cuando corresponda.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Artículo 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Artículo 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Artículo 14. CONTRATO ESCRITO. Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la fecha de suscripción.

Artículo 15. PERIODO DE PRUEBA. Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 16. TIPOS DE CONTRATO. De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Artículo 17. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 48 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código Sustantivo del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Artículo 18. De conformidad con la ley, estos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Oficina Regional Especial de Trabajo y Seguridad Social de Urabá.

Artículo 19. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve.

Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer a la Gerencia o quien hiciere sus veces.

Artículo 20. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Artículo 21. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

Artículo 22. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Artículo 23. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo

permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces.

Artículo 24. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Artículo 25. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Artículo 26. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Artículo 27. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

A. Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
B. Recuperar por las interrupciones del trabajo.

Artículo 28. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema escrito, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Artículo 29. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Artículo 30. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Artículo 31. El Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código Sustantivo del Trabajo.

El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Artículo 32. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES

DE LAS VACACIONES

Artículo 33. Los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Artículo 34. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Artículo 35. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

A. Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
B. El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Artículo 36. Sin perjuicio de las establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

A. Por motivos de maternidad y paternidad.
B. Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
C. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
D. Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
E. Cualquier otra licencia prevista en el Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 37. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Artículo 38. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto.

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Artículo 39. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Artículo 40. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Artículo 41. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

A. Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas.
B. Ordenados por autoridades judiciales.
C. Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador, así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
D. Multas establecidas en este Reglamento.
E. Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Artículo 42. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Artículo 43. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO X

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Artículo 44. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa determinará las medidas a efectuar según lo determinado en el Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 45. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO XI

DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

Artículo 46. El departamento de Recursos Humanos de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Departamento de Recursos Humanos y/o su Representante.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

Artículo 47. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato

y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Artículo 48. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Artículo 49. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII

LUGAR LIBRE DE ACOSO

Artículo 50. Lugar De Trabajo Libre De Acoso. La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

A. Crear un lugar de trabajo ofensivo;
B. Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
C. Afectar el desempeño laboral;

D. Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Artículo 51. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de visto bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

A. Comportamiento sexual inadecuado.
B. Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
C. Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
D. Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Artículo 52. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia o a Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Artículo 53. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Artículo 54. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia, queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Artículo 55. Además de las obligaciones constantes en el Código Sustantivo del Trabajo, las determinadas por la ley, del Contrato de Trabajo y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignoran de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.

6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
7. Velar por los intereses de la empresa DELAC E.U. y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de DELAC o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.
9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por algún centro médico.
10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.

12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
14. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de DELAC E.U, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra.
16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.
17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.

21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.
23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente.
25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la compañía por medio de sus representantes, o auditores.
26. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
27. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
28. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

DE LOS DERECHOS

Artículo 56. Serán derechos de los trabajadores de DELAC E.U.

1. Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.

2. Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.
3. Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
4. Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
5. Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
6. Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
7. Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código Sustantivo del Trabajo, Leyes, Reglamentos especiales o instrumentos, disposiciones.

DE LAS PROHIBICIONES

Artículo 57. A más de las prohibiciones establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

1. Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
2. Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún

tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.

3. Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
4. Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
5. Encargar a otro trabajador o a terceras personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
6. Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
7. Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, perdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.
8. Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

9. Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;
10. Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
11. Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
12. Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
13. Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
14. Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
15. Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubiere lugar.

16. Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
17. Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
18. Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
19. Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.
20. Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
21. Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
22. Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
23. Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
24. Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
25. Fumar en el interior de la empresa.

26. No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicos de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;
27. Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
28. Ingresar televisores y cualquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
29. Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográfico o lesivo, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
30. Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar;
31. Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación o causa para ello.
32. Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto, la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
33. Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador.

34. Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.
35. Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
36. Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación, así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
37. Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
38. Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
39. Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
40. Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
41. Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Artículo 58. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Artículo 59. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Artículo 60. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código Sustantivo del Trabajo, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Artículo 61. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código Sustantivo del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Artículo 62. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

1. Amonestaciones Verbales;
2. Amonestaciones Escritas;
3. Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
4. Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

Artículo 63. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Artículo 64. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de visto bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la

remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de visto bueno.

Artículo 65. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de DELAC E.U, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de DELAC E.U. propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a DELAC E.U. durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que DELAC E.U. preparare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces.

DE LAS FALTAS EN GENERAL

Artículo 66. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Artículo 67. Se considerarán faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos 65 del presente Reglamento.

Son además faltas leves:

1. La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
2. Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
3. La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
4. Los trabajadores que, durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
5. Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
6. La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
7. Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.

8. El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sean sancionadas con multa y no constituya causal para sanción grave.

DE LAS FALTAS GRAVES

Artículo 68. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como son los artículos 65 y 67 serán sancionados con multa dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

1. Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
2. Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
3. Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.
4. Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.
5. Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.

6. Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
7. Encubrir la falta de un trabajador.
8. No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
9. Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
10. Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.
11. Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.
12. Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
13. Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;
14. Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.
15. Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.

16. Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
17. Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.
18. Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
19. Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
20. Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
21. Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.
22. Se considerará falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Artículo 69. Los trabajadores de DELAC E.U., cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas:

1. Por las causas legalmente previstas en el contrato.
2. Por acuerdo de las partes.
3. Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
4. Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
5. Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
6. Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
7. Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 70. El trabajador que termine su relación contractual con DELAC E.U., por cualquiera de las causas determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código Sustantivo del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código Sustantivo del Trabajo.

CAPITULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Artículo 71. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código Sustantivo de Trabajo, Ministerio de Salud, INVIMA o cualquier otra norma aplicable, las siguientes:

1. Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
2. Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
3. Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
4. Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
5. Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
6. Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código Sustantivo del Trabajo y del presente Reglamento.
7. Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Artículo 72. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo, las siguientes:

1. Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
2. Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
3. Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;

4. Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
5. Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren.

CAPITULO XX

SEGURIDAD E HIGIENE

Artículo 73. Se considerará falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 74. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Artículo 75. La Empresa aprobará en la Oficina Regional Especial de Trabajo y Seguridad Social de Urabá, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Artículo 76. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente

reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Artículo 77. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código Sustantivo del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Artículo 78. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el director de la Oficina Regional Especial de Trabajo y Seguridad Social de Urabá.

Atentamente,

Gerente General

DELAC E.U.

3.9. Soporte legal

Primeramente, existen ciertos requisitos para formalizar la empresa, la (Cámara de Comercio de Medellín, 2017) señala una serie de pasos para dicha formalización, entendiéndose formalización a la inscripción legal ante las cámaras de comercio y demás entidades que lo requieran; en primer lugar, se debe definir como matricularse, por lo que se debe elegir una forma jurídica para realizar actividades comerciales, para el caso de la empresa, se registrará como persona Jurídica; lo siguiente es escoger el nombre, en donde el término DELAC está libre de ser escogido y es válido para su inscripción; prosigue verificar ciertos elementos con la Secretaria de Salud del municipio, como ubicación y

estado físico de la empresa; seguido a esto, se debe diligenciar e inscribirse en el Registro Único Tributario, para identificar las obligaciones de la empresa para con la Dirección de Aduanas e Impuestos, DIAN; además, se debe diligenciar el formulario del Registro Único Empresarial y Social, RUES, ante la Cámara de Comercio, en este caso de la región de Urabá.

Por otro lado, se hace imprescindible resaltar las leyes o normas que incidirían directamente en el operar de la empresa, en el sentido de que le brindan las facultades legales para efectuar actos de fabricación de los productos, en términos de licencias y/o permisos de sanidad.

- **Registro Sanitario INVIMA**

Basado en el artículo 126, el (Decreto 19, 2012) señala que “Los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública”; complementando con la clasificación de los alimentos para su consumo que se dicta en el (Decreto 719, 2015), los derivados lácteos, en la categoría de quesos frescos (no madurados) y los productos a base de lactosuero, se clasifican como alimentos de alto riesgo.

Ahora bien, de acuerdo al (INVIMA, 2016) por ser alimentos clasificados de alto riesgo, se debe obtener un RSA, registro sanitario, el cual se obtiene en el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos en donde se debe realizar un proceso para la

obtención el registro, así como de pagar unas tarifas para su obtención; en resumen el procedimiento dicta que se debe:

- ✓ Realizar la inscripción de la fábrica ante el INVIMA.
- ✓ Identificación de la categoría del riesgo para el producto.
- ✓ Si se trata de un alimento de riesgo alto o medio se debe verificar los requisitos para la obtención de RSA establecidos en el Artículo 38 de la Resolución 2674 de 2013.
- ✓ Diligenciar los formularios tanto de información básica, como de solicitud de Registro sanitario.
- ✓ Verificar la tarifa que se debe cancelar según el trámite requerido en el manual tarifario.
- ✓ Presentar o enviar dicha documentación en la sede central del Invima.

Para la revisión de los formularios y tarifas revisar anexo 1.

- ❖ **Licencia Sanitaria de Funcionamiento**

Por otra parte, se manifiesta en el artículo 4 del (Decreto 2333, 1982) que “Todas las fábricas, depósitos y expendios de alimentos, deberán tener licencia sanitaria de funcionamiento expedida por el Ministerio de Salud.” Por lo que, es obligatoriedad, por ley, que la empresa en cuestión realice los trámites necesarios para la obtención de la licencia sanitaria de funcionamiento, la cual puede realizarse en la Dirección Local de Salud del municipio. Para la revisión del formato de inspección sanitaria revisar anexo 2.

- **Buenas Prácticas de Manufactura**

El artículo 5 de la (Resolución 2674, 2013) menciona que “Las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos, se ceñirán a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura contempladas en la presente resolución.” Afirma que la fabricación de alimentos debe apegarse a las prácticas señaladas en el decreto, más no menciona una obligatoriedad en cuánto algún tipo de certificación de dichas prácticas.

Esta resolución congrega una serie de requisitos mínimos que debe seguir la fábrica de alimentos, que encierra adecuaciones de planta, diseño, abastecimiento de agua, disposición de residuos sólidos y líquidos, pisos, paredes techos, iluminación, entre otros; en las adecuaciones expuestas anteriormente se mencionaron materiales que buscan seguir los lineamientos dictados por la anterior resolución.

- **Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo**

De acuerdo a la (Resolución 1111, 2017) menciona que, entre otros, los empleadores públicos y privados deben implementar Estándares mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Se considera estándares mínimos al conjunto de procedimientos y normas mediante la cual se busca verificar y controlar el cumplimiento de las condiciones básica de la capacidad tecnológica y científica indispensable para el funcionamiento.

Para la empresa cuestión, considerada micro empresa, la resolución menciona en el artículo 5 que se requiere que una persona con conocimientos técnicos o tecnólogos en

seguridad y salud en el trabajo, con experiencia al menos de 2 años en actividades de seguridad en el trabajo, y que cuente con un curso de capacitación virtual de 50 horas, desarrolle el diseño del SG SST de la empresa.

Por otro lado, como se mencionó anteriormente, el grado de riesgo que representan, según el Estado, los productos a fabricar por la empresa son altos, por lo que existen varios decretos, resoluciones que reglamentan lo referente a su procesamiento, requisitos, transporte, comercialización, entre otros, de los derivados lácteos, tales como:

- Ley 9 de 1979: Código Sanitario Nacional.
- Resolución 2310 de 1986: Por la cual se reglamenta lo relacionado con derivados lácteos.
- Resolución 1805 de 1989: Por la cual se modifica la resolución 2310 de 1986, que reglamenta lo referente a procesamiento, composición, requisitos, transporte y comercialización de los derivados lácteos.
- Decreto 2333 de 1982: Por el cual se reglamenta parcialmente el Título V de la ley 9 de 1979, en cuanto a las condiciones sanitarias de las fábricas, depósitos y expendios de alimentos; de los alimentos; del transporte y la distribución de los mismos, y se dictan otras disposiciones.

Como se aprecia, existen variedad de leyes que reglamentan el comercio de derivados lácteos, por tanto, es imprescindible, que, en la medida de lo posible, la empresa se apegue a las normas y brinde el trato adecuado a todos procedimientos que inciden de un modo u otro en la producción de los productos a elaborar

4. ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIECONÓMICO Y AMBIENTAL

4.1. Socioeconómico

La empresa DELAC generará un impacto positivo tanto a nivel social como económico. Desde la perspectiva social, la empresa pretende generar empleos directos e indirectos producto de su actividad económica; como se mencionó anteriormente la empresa contará con un personal que ocupan 4 empleos directos, 3 de tiempo completo y 1 de medio tiempo; a pesar de aparentar una cantidad mínima de empleos, el operar de la empresa acarrea consigo una suma de empleos indirectos que van desde las personas encargadas de la distribución periódica, hasta las personas que se encargan del ordeño, y transporte de la materia prima hasta la empresa.

Tal y como refieren (Lopez González, Tabares Orozco, & Sánchez González , 2015) “en el municipio no se encuentran empresas de tamaño significativo y con capacidad financiera suficiente (…) no existen empresas con acciones puntuales focalizadas en el municipio.”

Esto ha provocado que los habitantes se ocupen, actualmente en actividades informales, que constituyen su fuente de ingreso, pues basado en la ficha de caracterización elaborada por el (Departamento Nacional de Planeación, s.f) en el municipio de San Pedro de Urabá, cerca del 60% de la población se dedica a actividades laborales diferentes a las de mayor importancia generadoras de valor agregado.

Por lo anterior, la empresa pretende impactar en la sociedad y convertirse en un referente demás organizaciones en cuanto al potencial de generación de empleos y dinamización de la economía que trae consigo la creación de pequeñas empresas. A nivel social, variedad de

familias aumentarían su calidad de vida por los ingresos producto del empleo generado por la empresa.

En materia de condiciones para los empleados, cabe resaltar que la empresa contará con los materiales y equipos adecuados para facilitar que las condiciones laborales sean optimas y promueva en ellos cierto grado de apropiación para con la empresa; así también, (Lopez González, Tabares Orozco, & Sánchez González , 2015) indica que San Pedro de Urabá está conformado por una población pobre medida multidimensionalmente (87.10%). Por tal razón, la remuneración económica a bridar representa unos ingresos, que comparados con el nivel de pobreza del municipio, resultan relativamente aptos.

4.2. Ambiental

Analizando un escenario ambiental, y el efecto que ocasionarían las actividades de la empresa en el medio ambiente, se puede afirmar que, basado en el alcance de la operación de producción de derivados lácteos, el impacto de la empresa en este ámbito tan solo recae en los desechos o residuos de los materiales utilizados. La empresa DELAC estará comprometida con la seguridad ambiental del municipio, razón por la que, se sostiene que los materiales empleados para la fabricación de los productos no afectan directamente el medio ambiente, asimismo, los residuos de dicha actividad serán eliminados de acuerdo a los procedimientos que dicten las normas locales, para el caso en cuestión, serán evacuados por el sistema de alcantarillado y de recolección local de basura.

Es de resaltar, que la empresa tratará en la medida de lo posible, velar periódicamente por que los materiales y los procedimientos utilizados para la producción de la materia prima sean adecuados y amigables con el medio ambiente.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversiones

Seguidamente se detallan las inversiones requeridas en inversiones; se incluyen maquinarias y equipos para la planta, así como muebles y enseres requeridos para la parte administrativa; además, se incluyen las adecuaciones necesarias para que la planta cuente con la higiene necesaria, así también, las adecuaciones a las demás zonas de administración y labores para que sean apta.

Tabla 44: *Inversiones y obras físicas*

INVERSIONES Y OBRAS FÍSICAS					
Detalle	**Unidad de medida**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**	**Vida útil**
Adecuaciones de Planta	Metro cuadrado	191	32,972	6,297,649	20
Adecuaciones de Oficina	Metro cuadrado	88	23,750	2,078,120	20
Adecuaciones Zona de Labores y Exterior	Metro cuadrado	71	15,077	1,070,500	20
Adecuaciones de Baños y Vestier	Metro cuadrado	52	34,920	1,815,818	20
Instalación de aires acondicionados y ventiladores	Unidad	1	900,000	900,000	5
Adecuaciones varias de sistema eléctrico, puertas, acueducto, alcantarillado y de gas	Unidad	1	1,200,000	1,200,000	20
TOTAL				**13,362,087**	

Fuente: Elaboración propia

Los costos señalados en el anterior cuadro son aproximaciones brindadas por técnicos en construcción, son datos a todo costo, es decir, incluye materiales y mano de obra. Son

adecuaciones señaladas en el módulo técnico. En total se requieren $13,362,087 de pesos en obras físicas para adecuar el local a lo requerido.

Tabla 45: *Inversión en maquinaria y equipo*

INVERSIONES EN MAQUINARIA Y EQUIPO				
Detalle de inversión	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**	**Vida Útil en AÑOS**
Cantina lechera de 40 litros	10	380,000	3,800,000	10
Mesa en acero inoxidable	2	490,000	980,000	10
Estufa industrial	1	450,000	450,000	10
Olla caldero en aluminio 110 litros	2	396,900	793,800	10
Cucharones en acero	2	70,900	141,800	10
Aire acondicionado +	1	4,448,239	4,448,239	5
Balanza digital	1	84,600	84,600	5
Termómetro digital	1	19,900	19,900	5
Empacadora al vacío manual	1	329,900	329,900	5
Selladora manual	1	90,000	90,000	5
Lira en acero	2	83,240	166,480	10
Herramientas en acero	1	284,900	284,900	10
Herramientas varias	1	80,000	80,000	5
Tina de cuajado 1000 litros	1	16,500,000	16,500,000	10
Codificadora de fecha y lote manual	1	390,000	390,000	5
Prensa manual 35 kg	2	890,000	1,780,000	5
Maquina envasadora de líquidos	1	680,000	680,000	5
Estantería metálica	2	197,000	394,000	10
Ventilador industrial	2	320,000	640,000	10
Ventilador de techo	1	279,000	279,000	10
Nevera plástica portátil	1	179,000	179,000	5
Azafate en acero	2	85,680	171,360	10
TOTAL	**-**	**-**	**32,682,979**	**-**

Fuente: Elaboración propia

La información anterior detalla la maquinaria necesaria para la producción de los productos, los precios de estos se señalan en estudio técnico. Se requiere en total una inversión de $32,682,979 pesos para el correcto funcionamiento de la planta. Los

instrumentos a utilizar están elaborados en materiales que brindan higiene en la actividad de producción.

Tabla 46: *Inversión en muebles y enseres*

INVERSIONES EN MUEBLES Y ENSERES				
Detalle de inversión	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**	**Vida Útil en AÑOS**
Escritorio oficina A	1	275,590	275,590	10
Escritorio oficina B	1	169,900	169,900	10
Sillas tipo oficina	2	124,900	249,800	10
Aire acondicionado	1	800,000	800,000	5
Computador	2	950,000	1,900,000	5
Teléfono de mesa	1	50,000	50,000	5
Separador de oficina	2	290,000	580,000	10
Dispensador de agua	1	470,000	470,000	5
Silla plástica doble	1	145,000	145,000	10
TOTAL	**-**	**-**	**4,640,290**	

Fuente: Elaboración propia

Para la parte administrativa se requieren muebles que suman un total de $4,640,290 pesos. Los costos de dichos muebles y enseres se presentan a precios cotizados en internet.

Tabla 47: *Inversión en activos intangibles*

INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	
Detalle de inversión	**Costo total**
Estudio de prefactibilidad	630,000
Estudio de factibilidad	950,000
Licencia, trámites y registros (incluye INVIMA)	5,137,902
Puesta en marcha	450,000
Imprevistos	200,000
TOTAL	**7,367,902**

Fuente: Elaboración propia

Los activos intangibles representan los costos que no representan un bien físico para la empresa, pero significan un gasto necesario para su funcionamiento. Son documentos, trámites y demás gastos requeridos; se incluye el valor a pagar por la obtención del registro Invima, para el caso de la empresa incluye a ambos productos. En total representa $7,367,902 pesos.

Tabla 48: *Costo de mano de obra*

COSTO DE MANO DE OBRA				
Cargo	**Remuneración mensual**	**Remuneración anual**	**Prestaciones sociales**	**Costo total**
Mano de Obra Directa				
Supervisor de producción	950,000	11,400,000	5,970,180	17,370,180
Operario de producción	925,148	11,101,776	5,814,000	16,915,776
Total	**-**	**22,501,776**	**11,784,180**	**34,285,956**

Fuente: Elaboración propia

La mano de obra de la empresa está representada su totalidad por mano de obra directa, no se empleará mano de obra indirecta para la actividad de la empresa. La remuneración de los empleados suma en total $22,501,776 anualmente, pero a la empresa le costará $34,285,956 pesos al año, pues se incluyen los sobrecostos como prestaciones sociales, aportes parafiscales y de seguridad social.

Tabla 49: *Sobrecostos*

Sobrecostos	
Prestaciones sociales	
Cesantías	8.33%
Intereses sobre cesantías	1%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Subtotal	21.83%
Aportes a seguridad social	
Pensión	12%
Salud	8.50%
ARL (Tipo II)	1.04%
Subtotal	21.54%
Parafiscales	
Caja de compensación familiar	4%
ICBF	3%
SENA	2%
Subtotal	9.00%
Total, sobrecostos	**52.37%**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro de sobrecostos detalla los costos agregados que debe costear la empresa sobre el salario de cada empleado.

Tabla 50: *Costo de materiales – Queso costeño*

COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN - QUESO COSTEÑO				
Material	**Unidad de medida**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Materiales Directos				
Leche	Litro	230,400	870	200,448,000
Cuajo	Gramo	23,040	90	2,073,600
Empaque y Etiqueta	Cm2	6,409,728	1.50	9,614,592
Subtotal Materiales Directos	-	-	-	212,136,192
Materiales Indirectos				
Sal	Libra	4,320	300	1,296,000
Cloruro de calcio	Gramo	8,640	60	518,400
Indumentaria	Unidad	1	150,000	150,000
Subtotal Materiales Indirectos	-	-	-	1,964,400
TOTAL	-	-	-	**214,100,592**

Fuente: Elaboración propia

Los costos para el primer año de operación de la empresa ascienden a $214,100,592 pesos, sumando costos directos e indirectos. Para la determinación de la materia prima de mayor costo, la leche, se toma como referencia los precios pagados en la región, como afirma (FEDEGAN, 2019) los precios para la región de Urabá rondan los $800 por litro de leche desde hace más de 10 años. Por tanto, se toma como base los $800 pesos por litro sumados a $70 pesos que incluirían costos de transporte para los productores de leche, quienes entregan la materia prima en la zona de labores de la empresa, así, se pagaría la leche a un precio atractivo para los productores que les resulte rentable.

Tabla 51: *Costo de materiales – Suero costeño*

COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN - SUERO COSTEÑO				
Material	**Unidad de medida**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Materiales Directos				
Lactosuero	Litro	76,608	-	-
Cereales	Libra	1,440	1,300	1,872,000
Empaque y Etiqueta	Cm2	3,628,800	2	7,257,600
Subtotal Materiales Directos	-	-	-	9,129,600
Materiales Indirectos				
Sal	Libra	288	300	86,400
Indumentaria	Unidad	1	150,000	150,000
Subtotal Materiales Indirectos	-	-	-	236,400
TOTAL	-	-	-	**9,366,000**

Fuente: Elaboración propia

Los costos para la producción de suero costeño equivalen a $9,366,000 pesos para el primer año, el lactosuero empleado no tiene costo pues es producto de la producción del queso, es un líquido sobrante en la fase de desuerado del queso. Para ambos productos, se incluyen en materiales directos los empaques pues por cada unidad se empleará un empaque. La indumentaria incluye uniforme y calzado para la protección del operario.

Tabla 52: *Costos de servicios*

COSTOS DE SERVICIOS - PRIMER AÑO DE OPERACIÓN					
Servicios	**Unidad de medida**	**Cantidad**	**Meses**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Acueducto y Alcantarillado	M3	15	12	2,946	530,280
Energía	KW/mes	920	12	520.71	5,748,638
Gas	M3	16	12	1,976	379,392
Internet y Teléfono	Dúo (internet + teléfono)	1	12	55,000	660,000
Arriendo	Mes	1	12	800,000	9,600,000
TOTAL	**-**	**-**	**-**	**-**	**16,918,310**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro detalla el total de los costos en materia de servicios en los que incurriría la empresa. Por observación directa del investigador, se determina la cantidad de los servicios que se utilizarán y los costos por unidad, lo cuales son basado en las tasas de cobro fijadas por las empresas en el municipio.

Para especificar a qué área de la empresa le corresponde el pago de estos, se realiza una distribución de costos por el grado de utilización de cada servicio.

Tabla 53: *Distribución de costos por departamentos*

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS DE SERVICIOS POR DEPARTAMENTOS					
PRODUCCIÓN					
Servicios	**Unidad de medida**	**(%) uso en producción**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo Total**
Agua	M3	85%	12.75	2,946	450,738
Energía	KW/mes	75%	690	520.71	4,311,479
Gas	M3	100%	16	1,976	379,392
Internet y Teléfono	Dúo (internet + teléfono)	0%	0	55,000	0
Arriendo	Mes	50%	0.5	800,000	4,800,000
Subtotal					**9,941,609**
ADMINISTRACIÓN					
Agua	M3	15%	2.25	2,946	79,542
Energía	KW/mes	25%	230	521	1,437,160
Gas	M3	0%	0	1,976	0
Internet y Teléfono	Dúo (internet + teléfono)	100%	1	55,000	660,000
Arriendo	Mes	50%	0.5	800,000	4,800,000
Subtotal					**6,976,702**
TOTAL					**16,918,310**

Fuente: Elaboración propia

La departamentalización de costos permite dividir porcentualmente la carga de costos para ambas partes de la empresa. Es una división directamente proporcional al uso de cada servicio, el servicio de gas será cargado a producción por ser quienes hacen uso de este; mientras, el internet será pagado por administración.

Tabla 54: *Gastos por depreciación*

GASTOS POR DEPRECIACIÓN								
Activos de producción	**Vida Útil**	**Costo del activo**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**Valor residual**
Activos de producción								
Adecuaciones de Planta	20	6,297,649	314,882	314,882	314,882	314,882	314,882	4,723,237
Adecuaciones Zona de Labores y Exterior	20	1,070,500	53,525	53,525	53,525	53,525	53,525	802,875

Instalación de aires acondicionados y ventiladores	5	900,000	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000	0
Adecuaciones varias de sistema eléctrico, puertas, acueducto, alcantarillado y de gas	20	1,200,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	900,000
Cantina lechera de 40 litros	10	3,800,000	380,000	380,000	380,000	380,000	380,000	1,900,000
Mesa en acero inoxidable	10	980,000	98,000	98,000	98,000	98,000	98,000	490,000
Estufa industrial	10	450,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	225,000
Olla caldero 110 litros	10	793,800	79,380	79,380	79,380	79,380	79,380	396,900
Cucharones en acero	10	141,800	14,180	14,180	14,180	14,180	14,180	70,900
Termómetro digital	5	19,900	3,980	3,980	3,980	3,980	3,980	0
Aire acondicionado	5	4,448,239	889,648	889,648	889,648	889,648	889,648	0
Empacadora al vacío manual	5	329,900	65,980	65,980	65,980	65,980	65,980	0
Selladora manual	5	90,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	0
Lira en acero	10	166,480	16,648	16,648	16,648	16,648	16,648	83,240
Herramientas en acero	10	284,900	28,490	28,490	28,490	28,490	28,490	142,450
Herramientas en acero	5	80,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	0
Tina de cuajado 1000 litros	10	16,500,000	1,650,000	1,650,000	1,650,000	1,650,000	1,650,000	8,250,000
Codificadora de fecha manual	5	390,000	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000	0
Prensa manual 35 kg	10	1,780,000	178,000	178,000	178,000	178,000	178,000	890,000
Maquina envasadora de líquidos	5	680,000	136,000	136,000	136,000	136,000	136,000	0
Estantería metálica	10	394,000	39,400	39,400	39,400	39,400	39,400	197,000
Ventilador industrial	10	640,000	64,000	64,000	64,000	64,000	64,000	320,000
Ventilador de techo	10	279,000	27,900	27,900	27,900	27,900	27,900	139,500
Nevera plástica portátil	5	179,000	35,800	35,800	35,800	35,800	35,800	0
Azafate en acero	10	171,360	17,136	17,136	17,136	17,136	17,136	85,680
Balanza digital	5	84,600	16,920	16,920	16,920	16,920	16,920	0
Total, activos de producción		**42,151,128**	**4,506,869**	**4,506,869**	**4,506,869**	**4,506,869**	**4,506,869**	**19,616,782**
Activos de administración								
Adecuaciones de Oficina	20	2,078,120	103,906	103,906	103,906	103,906	103,906	1,558,590

Adecuaciones de Baños y Vestier	20	1,815,818	90,791	90,791	90,791	90,791	90,791	1,361,864
Escritorio oficina A	10	275,590	27,559	27,559	27,559	27,559	27,559	137,795
Escritorio oficina B	10	169,900	16,990	16,990	16,990	16,990	16,990	84,950
Sillas tipo oficina	10	249,800	24,980	24,980	24,980	24,980	24,980	124,900
Aire acondicionado	5	800,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	0
Computador	5	1,900,000	380,000	380,000	380,000	380,000	380,000	0
Teléfono de mesa	5	50,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	0
Separador de oficina	10	580,000	58,000	58,000	58,000	58,000	58,000	290,000
Sillas plásticas doble	10	145,000	14,500	14,500	14,500	14,500	14,500	72,500
Dispensador de agua	5	470,000	94,000	94,000	94,000	94,000	94,000	0
Total, activos de administración		**8,534,228**	**980,726**	**980,726**	**980,726**	**980,726**	**980,726**	**3,630,599**
TOTAL	-	**50,685,356**	5,487,595	5,487,595	5,487,595	5,487,595	5,487,595	**23,247,380**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro detalla los gastos por depreciación de los activos de producción y administración, alguno activos tienen un valor residual de 0 al año 5 pues su vida útil es de ese tiempo, otros en cambio, tienen una vida útil de 20 años. Los gastos por depreciación al año 1 representan $5,487,595 pesos.

Tabla 55: *Amortización de gastos diferidos*

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS							
Activos	**Plazo de amortización**	**Costo del activo**	**Valor a amortizar**				
			1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	7,367,902	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580
Valor a amortizar	-	-	**1,473,580**	**1,473,580**	**1,473,580**	**1,473,580**	**1,473,580**

Fuente: Elaboración propia

Gastos preoperativos en este caso corresponden a los activos intangibles mencionados anteriormente, se amortizan a 5 años. Para el primer año es un total de $1,473,580.

Tabla 56: *Remuneración al personal administrativo*

REMUNERACION AL PERSONAL ADMINISTRAIVO				
Cargo	**Remuneración mensual**	**Remuneración anual**	**Prestaciones sociales**	**Remuneración Total anual**
Gerente	1,297,032	15,564,384	8,151,068	23,715,452
TOTAL	**1,297,032**	**15,564,384**	**8,151,068**	**23,715,452**

Se detalla la remuneración salarial del personal administrativo, representado por el gerente, el cuál devengará un salario de $1,297,032 mensuales, para la empresa representa anualmente un total de $23,715,452 incluyendo los sobrecostos en prestaciones y demás.

Tabla 57: *Remuneración al personal de ventas*

REMUNERACION AL PERSONAL DE VENTAS				
Cargo	**Remuneración mensual**	**Remuneración anual**	**Prestaciones sociales**	**Remuneración Total anual**
Jefe de ventas	511,090	6,133,080	3,211,894	9,344,974
TOTAL	511,090	6,133,080	3,211,894	**9,344,974**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro anterior contiene el salario a pagar al encargado de mercadeo y ventas, será un sueldo de $511,090 mensuales, desempeñará sus labores en una jornada de medio tiempo. Para la empresa la carga salarial y los sobrecostos representan $9,344,974 de pesos.

Tabla 58: *Otros gastos administrativos*

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Detalle	**Costo mensual**	**Costo anual**
Útiles y papelería	30,000	360,000
Elementos de aseo	25,000	300,000
Cafetería	15,000	180,000
Industria y Comercio	34,270	411,240
TOTAL	**-**	**1,251,240**

Fuente: Elaboración propia

Otros gastos administrativos equivalen a $1,251,240 mensuales al año. Comprenden gastos varios de papelería, cafetería (vasos plásticos, café y aromáticas), el impuesto mensual de Industria y Comercio y los elementos para el correcto aseo e higienización a la planta y empresa.

Tabla 59: *Gastos de ventas*

GASTOS DE VENTAS		
Detalle	**Costo mensual**	**Costo anual**
Gastos de distribución	200,000	2,400,000
Salario jefe de ventas	773,432	9,281,190
Publicidad	125,000	1,500,000
TOTAL	**-**	**13,181,190**

Fuente: Elaboración propia

Los gastos por concepto de ventas ascienden a $13,181,000 mensuales, aquí se incluye la carga salarial del jefe de ventas más sobrecostos. Los gastos de publicidad se indican en el módulo de mercado, esta cantidad de dinero irá dirigida a una parte de estas actividades. Por último, la distribución corresponde, como se señala en el módulo de mercado, a los pagos semanales a la asociación de mensajeros por el transporte de los productos a los clientes.

5.2. Distribución de costos

Tabla 60: *Distribución de costos*

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS (primer año)							
		QUESO COSTEÑO			SUERO COSTEÑO		
DETALLE	**COSTO**	**%**	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**%**	**Costo Fijo**	**Costo Variable**
Costo de producción							
Mano de Obra Directa	34,285,956	90%		30,857,360	10%		3,428,596
Mano de Obra Indirecta		90%		0	10%		0
Materiales Directo	221,265,792	90%		199,139,213	10%		22,126,579
Materiales Indirecto	2,200,800	90%	1,980,720		10%	220,080	
Servicios públicos	9,941,609	90%	8,947,448		10%	994,161	
Depreciación	4,506,869	90%	4,056,182		10%	450,687	
Arriendo	4,800,000	90%	4,320,000		10%	480,000	
Subtotal costos de producción	**277,001,026**		**19,304,350**	**229,996,573**		**2,144,928**	**25,555,175**
Gastos de administración							
Sueldos y Prestaciones	23,715,452	90%	21,343,907		10%	2,371,545	
Otros Gastos de Administración	1,251,240	90%	1,126,116		10%	125,124	
Amortización	1,473,580	90%	1,326,222		10%	147,358	
Depreciación	980,726	90%	882,653		10%	98,073	
Arriendo	4,800,000	90%	4,320,000		10%	480,000	
Servicios públicos	6,976,702	90%	6,279,031		10%	697,670	
Subtotal gastos de administración	**39,197,700**		**35,277,930**			**3,919,770**	
Gastos de venta							
Gastos de distribución	2,400,000	90%	2,160,000		10%	240,000	
Salario jefe de venta	9,344,974	90%	8,410,477		10%	934,497	
Publicidad	1,500,000	90%	1,350,000		10%	150,000	
Subtotal gastos de venta	**13,244,974**		**11,920,477**			**1,324,497**	
Total, costos			**66,502,757**	**229,996,573**		**7,389,195**	**25,555,175**
Total, costos por producto			**296,499,330**			**32,944,370**	
TOTAL	**329,443,700**						

Fuente: Elaboración propia

El cuadro anterior agrupa los costos y gastos en lo que incurriría la empresa en su primer año de funcionamiento. Los costos totales suman $329,443,700 de pesos. Se aplica una distribución de dichos costos para que la carga de costos de materiales directos no sea dirigida al 100% para el queso costeño, así, se divide el 90% para el queso costeño y el 10% para el suero costeño, producto que también depende de la leche, pero en menor medida, depende de sus residuos.

5.3. Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio, se empleará la fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CFT: Costos fijos totales

PVU: Precio de venta unitario

CVU: Costo variable unitario

Primeramente, se hace necesario el cálculo del Costo Unitario; se resolverán paralelamente el cálculo de ambos productos. Entonces:

$$CU = \frac{Costo\ Total}{Cantidades\ a\ Producir\ (Q)}$$

Para el cálculo del costo unitario del queso costeño;

$$CU = \frac{296{,}499{,}330}{61{,}608}$$

$$CU = \mathbf{4.813}$$

En el caso del suero costeño queda;

$$CU = \frac{32{,}944{,}370}{20{,}196}$$

$$CU = \mathbf{1{,}631}$$

Lo anterior arroja que los costos unitarios son de 4,813 y 1,631 pesos para el queso y suero costeño respectivamente. Basado en esto se puede hallar el PVU o precio de venta unitario tomando un margen de ganancia del 14% para el queso y un 24% para el suero costeño.

$$PVU = 4{,}813 + \frac{4{,}813\ x\ 14}{100 - 14} = \mathbf{5{,}596}$$

$$PVU = 1{,}631 + \frac{1{,}631\ x\ 24}{100 - 24} = \mathbf{2{,}146}$$

Se obtiene como resultado que el precio de venta por unidad para el queso costeño será de 5,596 y de 2,146 para el suero costeño.

Ahora se calcula el CVU o costo variable unitario, queda así:

$$CVU = \frac{CVT}{Q}$$

$$CVU = \frac{229{,}996{,}573}{61{,}608} = \mathbf{3{,}733}$$

$$CVU = \frac{25{,}555{,}175}{20{,}196} = \mathbf{1{,}265}$$

El costo variable unitario es de 3,733 pesos para el queso y de 1,265 para el suero costeño. Contando con estos datos se puede calcular el punto de equilibrio de ambos productos, quedando así:

$$PE = \frac{66{,}502{,}757}{5{,}596 - 3{,}733} = \mathbf{35{,}698}$$

$$PE = \frac{7{,}389{,}195}{2{,}146 - 1{,}265} = \mathbf{8{,}387}$$

El punto de equilibrio para el queso costeño es de 35,698 unidades y de 8,387 unidades para el suero costeño, estos valores representan el mínimo total de unidades anuales que debería vender la empresa para no presentar ni pérdidas ni ganancias. A continuación, se resume en un cuadro el punto de equilibrio y otros valores.

Tabla 61: *Punto de equilibrio*

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
	QUESO	**SUERO**
PE=CFT/(PVU-CVU)	**35,698**	**8,387**
PVU=CU+((CUxM)/(100-M))	5,596	2,146
CU= CT/CP	4,813	1,631
CVU=CVT/Q	3,733	1,265
CANTIDAD (Q)	61,608	20,196
MARGEN DE GANANCIA (%)	14	24

Fuente: Elaboración propia

5.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo representa el costo de la operación anual menos los gastos de depreciación y amortización.

Tabla 62: *Inversión en capital de trabajo*

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de operación	272,494,157
Gastos de administración	36,743,394
Gastos de ventas	13,244,974
Costos operacionales por año	**322,482,524**

Fuente: Elaboración propia

Los costos operacionales por año del capital de trabajo equivalen a $322,482,524 de pesos.

Tabla 63: *Costo de Operación de Capital de Trabajo*

Costo de Operación de Capital de Trabajo				
Costos operacionales por año	**Días por año**	**Días de recuperación**	**Costos de operación por día**	**Costo de operación a 120 días**
322,482,524	360	120	895,785	107,494,175

Fuente: Elaboración propia

Los costos de la operación del capital de trabajo en un periodo de recuperación de 3 meses representan $107,494,175 de pesos. Este plazo de tiempo representa los meses en los que la empresa se encuentra en un periodo de adaptación y recuperación, por tanto, se presupuestan los costos para este tiempo.

Tabla 64: *Proyección de capital de trabajo*

PROYECCIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO		
107,494,175	5.43%	
113,331,108	5.43%	5,836,934
119,484,988	5.43%	6,153,879
125,973,023	5.43%	6,488,035
132,813,358	5.43%	6,840,335

Fuente: Elaboración propia

El capital de trabajo se proyecta para los años siguientes, así como su incremento, que en este caso en particular se aplicará un incremento porcentual aplicando el IPC, que para el presente año es de 3.43% (DANE, 2019); además, se pronostica un crecimiento del 2% del volumen de ventas anualmente, dando como resultado un 5.43% como tasa que ayuda a trasladar los costos del capital de trabajo a los años siguientes y proyectas los cambios que presentará.

Tabla 65: *Inversión en capital de trabajo*

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO						
Elemento	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo	-107,494,175	-5,836,934	-6,153,879	-6,488,035	-6,840,335	
Total	**-107,494,175**	**-5,836,934**	**-6,153,879**	**-6,488,035**	**-6,840,335**	

Fuente: Elaboración propia

El recuadro anterior detalla la inversión del capital de trabajo desde el año 0 hasta el año 4, y las variaciones que presentará.

5.5. Flujo neto de inversión

Tabla 66: *Inversiones fijas del proyecto*

INVERSIONES FIJAS DEL PROYECTO						
Concepto	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Activos fijos tangibles						
Obras físicas	- 13,362,087					
Maquinaria y equipos	- 32,682,979					
Muebles y enseres	- 4,640,290					
Subtotal	- 50,685,356					
Activos diferidos						
Gastos Preoperativos	- 7,367,902					
Subtotal	- 7,367,902					
TOTAL, INVERSIÓN	- 58,053,258					

Fuente: Elaboración propia

Las inversiones fijas del proyecto equivalen a $58,053,258 de pesos.

Tabla 67: *Valor residual de activos*

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS						
Elemento	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos tangibles						
Activos de producción						**19,616,782**
Activos de administración						3,630,599
Subtotal, valor residual de activos tangibles						23,247,380
Activos intangibles						
Valor residual de capital de trabajo						132,813,358
Total, valor residual						156,060,738

Fuente: Elaboración propia

El valor residual de los activos en 5 años es de $156,060,738 de pesos, se suman los activos de producción y administración menos la depreciación, y se le suma el valor residual del capital de trabajo al finalizar los 5 años.

Tabla 68: *Flujo neto de inversión*

FLUJO NETO DE INVERSIÓN						
Elemento	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversión fija	-58,053,258					
Capital de trabajo	-107,494,175	-5,836,934	-6,153,879	-6,488,035	-6,840,335	
Valor residual						156,060,738
FLUJO NETO DE INVERSIÓN	**-165,547,433**	**-5,836,934**	**-6,153,879**	**-6,488,035**	**-6,840,335**	**156,060,738**

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro se detalla el flujo neto de inversión del proyecto hasta el año 5.

5.6. Proyecciones financieras

Para la determinación de la proyección de ventas y costos se empleará el IPC de 2019 del 3.43%, más un crecimiento del 2% del volumen de ventas por año.

Tabla 69: *Proyección de ventas*

INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**PRECIO DE VENTA**	**INGRESOS AÑO 1**
Queso Costeño	61,608	5,600	345,004,800
Suero Costeño	20,196	2,200	44,431,200
TOTAL			**389,436,000**
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**PRECIO DE VENTA**	**INGRESOS AÑO 2**
Queso Costeño	62,840	5,792	363,975,234
Suero Costeño	20,600	2,275	46,874,294
TOTAL			**410,849,528**
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**PRECIO DE VENTA**	**INGRESOS AÑO 3**
Queso Costeño	64,097	5,991	383,988,776
Suero Costeño	21,012	2,354	49,451,724
TOTAL			**433,440,500**
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**PRECIO DE VENTA**	**INGRESOS AÑO 4**
Queso Costeño	65,379	6,196	405,102,783

Suero Costeño	21,432	2,434	52,170,876
TOTAL			**457,273,659**
INGRESOS POR VENTAS			
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**PRECIO DE VENTA**	**INGRESOS AÑO 5**
Queso Costeño	66,686	6,409	427,377,765
Suero Costeño	21,861	2,518	55,039,544
TOTAL			**482,417,309**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro contiene el presupuesto de ventas del año 1 y las ventas proyectadas para los años siguientes. Para el año 2 el volumen de ventas aumentará al 2% y así sucesivamente para los años siguientes; del mismo modo, el precio se incrementará empleando la tasa del IPC mencionada anteriormente.

Tabla 70: *Presupuesto de costos de producción*

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Costos directos					
Mano de Obra Directa	34,285,956	35,461,964	36,678,310	37,936,376	39,237,593
Materiales Directos	221,265,792	233,280,525	245,947,657	259,302,615	273,382,747
Total, Costos Directos	255,551,748	268,742,489	277,960,356	287,494,396	297,355,454
Mano de Obra Indirecta	0				
Materiales Indirectos	2,200,800	2,320,303	2,446,296	2,579,130	2,719,177
Depreciación	4,506,869	4,506,869	4,506,869	4,506,869	4,506,869
Servicios públicos	9,941,609	10,282,606	10,635,299	11,000,090	11,377,393
Total, Costos Indirectos	16,649,278	17,109,779	17,696,644	18,303,639	18,931,454
Total, Costos de la Operación	**272,201,026**	**285,852,268**	**295,657,000**	**305,798,035**	**316,286,908**

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de costos de producción indica los costos a futuro en un periodo de 5 años, se multiplica los materiales directos e indirectos por el crecimiento de ventas más el IPC, es decir el 5.43%.

Tabla 71: *Presupuesto de gastos de administración*

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Sueldos y Prestaciones	23,715,452	24,528,892	25,370,233	26,240,432	27,140,479
Otros Gastos de Administración	1,251,240	1,294,158	1,338,547	1,384,459	1,431,946
Amortización	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580
Depreciación	980,726	980,726	980,726	980,726	980,726
Servicios públicos	6,976,702	7,216,002	7,463,511	7,719,510	7,984,289
Total, Gastos de Administración	**34,397,700**	**35,577,541**	**36,797,851**	**38,060,017**	**39,365,475**

Fuente: Elaboración propia

Se detallan los gastos de administración a 5 años, multiplicando por la tasa de crecimiento de IPC de 3.43%, la depreciación y amortización se mantiene constante.

Tabla 72: *Presupuesto de gastos de ventas*

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA					
Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Gastos de distribución	2,400,000	2,482,320	2,567,464	2,655,528	2,746,612
Salario jefe de venta	9,344,974	9,665,507	9,997,033	10,339,932	10,694,591
Publicidad	1,500,000	1,551,450	1,604,665	1,659,705	1,716,633
Total, Gastos de Venta	**13,244,974**	**13,699,277**	**14,169,162**	**14,655,164**	**15,157,836**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro de presupuesto de gastos de ventas contiene los gastos a 5 años, multiplicados por la tasa del IPC.

Tabla 73: *Presupuesto de costos operacionales*

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES					
Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Total, Costos de Producción	272,201,026	285,852,268	295,657,000	305,798,035	316,286,908
Total, Gastos de Administración	34,397,700	35,577,541	36,797,851	38,060,017	39,365,475
Total, Gastos de Ventas	13,244,974	13,699,277	14,169,162	14,655,164	15,157,836
Total, Costos Operacionales	**319,843,700**	**335,129,085**	**346,624,013**	**358,513,216**	**370,810,220**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro de presupuesto de costos operacionales agrupa los costos y gastos operacionales, proyectando a 5 años el crecimiento de estos costos.

5.7. Flujo neto de operación

Tabla 74: Flujo neto de la operación

FLUJO NETO DE OPERACIÓN					
Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ingresos operacionales	389,436,000	410,849,528	433,440,500	457,273,659	482,417,309
Menos Egresos operacionales	319,843,700	335,129,085	346,624,013	358,513,216	370,810,220
Utilidad operacional	69,592,300	75,720,443	86,816,487	98,760,443	111,607,089
Menos Impuesto (33%)	22,965,459	24,987,746	28,649,441	32,590,946	36,830,339
Utilidad neta	46,626,841	50,732,697	58,167,047	66,169,497	74,776,750
Más Depreciación	5,487,595	5,487,595	5,487,595	5,487,595	5,487,595
Más Amortización	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580	1,473,580
Total, Flujo Neto de Operación	**53,588,017**	**57,693,872**	**65,128,222**	**73,130,672**	**81,737,925**

Fuente: Elaboración propia

El recuadro de flujo neto de inversión indica el de la operación donde se contrastan los ingresos menos los egresos, y se restan los impuestos.

5.8. Flujo neto del proyecto

Tabla 75: *Flujo neto del proyecto*

FLUJO NETO DEL PROYECTO						
Detalle	Año 0	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Flujo neto de inversión	-165,547,433	-5,836,934	-6,153,879	-6,488,035	-6,840,335	156,060,738
Flujo neto de operación		53,588,017	57,693,872	65,128,222	73,130,672	81,737,925
Total, Flujo Neto del Proyecto	**-165,547,433**	**47,751,083**	**51,539,993**	**58,640,187**	**66,290,337**	**237,798,663**

Fuente: Elaboración propia

El cuadro flujo neto de inversión contiene la suma del flujo neto de inversión más el flujo neto de la operación, dando como resultado para el año 5 un total de $237,789,663 pesos.

6. EVALUACIÓN

6.1. Valor Presente Neto (VPN)

El valor presente neto, VPN, sirve como un indicador de evaluación en donde se suman el valor presente de los flujos de efectivo. Aplicando una tasa de oportunidad, es decir, una tasa de rentabilidad mínima a la que se espera invertir del 15%, queda:

Tabla 76: *Valor Presente Neto*

Valor Presente Neto		
Año 0	-165,547,433	
Año 1		41,522,681
Año 2		38,971,639
Año 3		38,556,875
Año 4		37,901,715
Año 5		118,227,963
VPN de ingresos		275,180,874
VPN de egresos	-165,547,433	
Valor Presente Neto		**109,633,441**

Fuente: Elaboración propia

Los proyectos evaluados a través del método de evaluación de VPN, tal y como señala (Mete, 2014) “Si el Valor Actual Neto de un proyecto independiente es mayor o igual a 0 el proyecto se acepta, caso contrario se rechaza.” Para el caso de estudio, el valor presente neto de la inversión arroja un resultado de $109,633,441 de pesos, razón por la cual, desde el método VPN el proyecto resulta viable, pues otorgará beneficios económicos aún después de cubrir expectativas.

6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Como menciona (Mete, 2014) “Si la TIR es mayor a la tasa de expectativa, el proyecto es financieramente atractivo ya que sus ingresos cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa o alternativa.” Si los resultados que arroja el cálculo de la tasa interna son superiores, puede afirmarse que el proyecto es aceptado.

Tabla 77: *Tasa Interna de Retorno*

Tasa Interna de Retorno		
Año 0	-165,547,433	
Año 1		41,522,681
Año 2		38,971,639
Año 3		38,556,875
Año 4		37,901,715
Año 5		118,227,963
VPN de ingresos		275,180,874
VPN de egresos	-165,547,433	
TIR		**34%**

Fuente: Elaboración propia

La tasa interna de retorno del proyecto arroja valores positivos superiores a la tasa de expectativa u oportunidad del 15%, dando como resultado un 34%, que significa que el proyecto tiene la capacidad para cubrir los egresos y generar beneficios por encima de la tasa mínima.

6.3. Relación C/B

La relación costo beneficio pretende demostrar en unidades monetarias, la relación entre los costos de un proyecto y los beneficios que se obtienen del ejercicio. Empleando los valores de VPN se tiene que:

Tabla 78: *Relación Beneficio/Costo*

Relación Beneficio/Costo	
VPN de ingresos	275,180,874
VPN de egresos	165,547,433
R B/C	**1.66**

Fuente: Elaboración propia

El ejercicio demuestra que el proyecto presenta una relación beneficio/costo de 1.66, que supone que por cada peso invertido en la empresa se obtendrán de ganancia 0.66 pesos, o 66 centavos, superando así, a la tasa de expectativa.

CONCLUSIONES

- El proyecto de creación de la empresa DELAC luego de ser observado y analizado a través de los estudios anteriores arroja escenarios positivos tanto para la población como para los inversores que deseen dirigir sus recursos a este proyecto.
- San Pedro de Urabá posee un mercado con una demanda sin cubrir relativamente alta. Con un perfil de hogares dispuestos al consumo de los productos estudiados.
- Es un mercado en el que predomina la informalidad, razón que provoca que los productos similares carezcan de condiciones de higiene, dando como resultado que los productos competencia sean ofrecidos a precios bajos.
- Las preferencias de compra de la población objetivo son las de sabor y calidad. Los canales de distribución son de tipo intermedio, la población suele comprar en tiendas de barrio por su cercanía, por tanto, se acordará con asociaciones externas para el transporte de los productos
- La estructura de la organización es pequeña, con cuatro personas se conforma un personal suficiente para cubrir la producción de más de la mitad de la demanda insatisfecha.
- La planta de producción se diseña y se adecua de modo tal que los procesos y materiales empleados posibiliten que la fabricación de los productos sea apta en materia de higiene; además, la infraestructura de la empresa pretende generar un ambiente propicio para los trabajadores.
- En términos de impacto, la empresa tratará al máximo de no producir daños ambientales ni sociales, por el contrario, pretende generar empleos y contribuir al desarrollo del municipio.

- Los precios fijados para los productos en el primer año corresponden a $5.600 y $2.200 pesos para el Queso Costeño y el Suero Costeño en presentaciones de 450 gramos y 200 gramos respectivamente. Se consideran precios adecuados, fijados en base a los precios pagados por la población, a los precios de la competencia y a los costos de producción de cada producto más un margen de ganancia.
- En materia financiera, los estudios realizados para analizar dicho componente, arrojan que el proyecto es viable, pues invertir un capital se obtienen beneficios que sobrepasan a la tasa mínima de oportunidad esperada.
- Desde un punto de vista de evaluación financiera, los métodos señalan que el proyecto promete un VPN de $109,633,441, una TIR del 34% y una relación beneficio/costo de 1.66; motivo por el cual, desde el punto de vista financiero, la propuesta de la creación de la empresa de derivados lácteos, es viable.

RECOMENDACIONES

- Es necesario resaltar como primordial el modo de penetración de la empresa en el mercado, por estar en una etapa inicial de entrada al mercado, es indispensable que la empresa priorice promocionar la imagen de la empresa aplicando las estrategias de publicidad mencionadas anteriormente. Sería de gran ayuda hacer uso de los stands en sitios frecuentes con muestras gratis a la población objetivo y periódicamente realizar actividades diferentes con el objetivo de generar una imagen de recordación de la empresa.
- Se sugiere que la empresa sostenga buenas relaciones con sus proveedores y clientes. Por el lado de los proveedores debería buscar el modo de pactar que los precios de la materia prima sean constantes, incluso en épocas difíciles, para esto es necesario que a través de un trabajo mutuo se busquen soluciones para mantener una producción estable de la materia prima, es decir, incentivar a que los pequeños productos hallen alternativas de alimentación para el ganado.
- Periódicamente pueden realizarse evaluaciones que permitan conocer las opiniones de la población, de modo que, los productos puedan adaptarse a los gustos y preferencias de los clientes.
- A medida que la empresa crezca y se mantenga estable con un número de clientes fidelizados, los directores de la empresa pueden a empezar a investigar mercados aledaños al objetivo; así también, pueden organizarse de modo que puedan diversificar la gama de productos a ofrecer.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Logística Fuerzas Militares. (2016). *Ficha Técnica del Suero Costeño.* Obtenido de Agencia Logística Fuerzas Militare: https://www.agencialogistica.gov.co/sites/default/files/contracts/migrated/542477/subasta_no__005_064_de_2016_suero_coste_o.pdf

Aguilera Diaz, A. (2017). *Universidad de la Habana, Cuba.* Obtenido de El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022

Alcaldía de San Pedro de Urabá. (2 de 05 de 2012). Plan de Desarrollo 2012-2015. San Pedro de Urabá, Colombia.

Asoleche. (2017). *Consumo de lácteos en Colombia*. Obtenido de Asoleche: https://asoleche.org/2017/06/12/consumo-de-lacteos-en-colombia/

Asoleche. (04 de 2017). *Consumos lácteos en Colombia*. Obtenido de Asoleche: https://asoleche.org/2017/06/12/consumo-de-lacteos-en-colombia/

Bolsa Mercantil de Colombia. (2010). *Agencia Logísitca Fuerzas Militares.* Obtenido de https://www.agencialogistica.gov.co/sites/default/files/contracts/migrated/542477/subasta_no__005_064_de_2016_queso_coste_o.pdf

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *¿Cómo va el sector Lácteo?* Obtenido de https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2018/Julio-2018/Como-va-el-sector-Lacteo

Cámara de Comercio de Medellín. (2017). *Crea tu empresa*. Obtenido de https://www.camaramedellin.com.co/crear-empresa/crea-tu-empresa

CEASE. (2011). *ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIO PARA MYPE.* Obtenido de Cursodeformaciónadocentestécnicos: https://docplayer.es/743635-Elaboracion-de-plan-de-negocio-para-mype.html

Clavijo, S., Vera , N., & Joya, J. S. (16 de 01 de 2019). *Panorama del sector de alimentos y bebidas 2018-2019.* Obtenido de ANIF : http://anif.co/Biblioteca/sectoriales/panorama-del-sector-de-alimentos-y-bebidas-2018-2019

Código de Comercio de Colombia. (1971). CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA. Colombia.

Congreso de Colombia. (20 de 12 de 1995). *Ley 222 de 1995.* Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0222_1995_pr001.html

Consultorio Contable EAFIT. (04 de 08 de 2010). *Empresas unipersonales.* Obtenido de http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/boletines/comercial-laboral/b4.pdf

Costa, J. (2003). *Imagen corporativa en el siglo XXI.* Buenos aires: La Crujía ediciones.

DANE. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV 2018.* Bogotá: DANE.

DANE. (2019). *IPC Indice de Precios al Consumidor.* Obtenido de Información octubre de 2019: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica

Decreto 19. (2012). *Secretaria del Senado.* Obtenido de DECRETO <LEY> 19 DE 2012: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_0019_2012_pr002.html

Decreto 2333. (1982). *Sistema Único de Información Normativa.* Obtenido de DECRETO 2333 DE 1982: http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1765336

Decreto 719. (2015). *MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL.* Obtenido de RESOLUCiÓN NÚMERO 719 DE 2015 : https://paginaweb.invima.gov.co/images/pdf/documentos_tramite/Alimentos/Resolucion_719_PDF.pdf

Departamento Administrativo de Planeación. (2017). *Tasas de crecimiento poblacional en los municipios Antioquia. Años 2010 - 2016.* Obtenido de Anuario estadísitco de Antioquia: http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/3-5-6-tasas-de-crecimiento-poblacional-en-los-municipios-antioquia-anos-2010-2016

FAO. (2016). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.* Obtenido de El desarrollo del sector lechero: http://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/dairy-development/es/

FEDEGAN. (2019). *Federación Colombiana de Ganaderos.* Obtenido de Urabá antioqueño no tiene con quien comercializar su leche: https://www.fedegan.org.co/noticias/uraba-antioqueno-no-tiene-con-quien-comercializar-su-leche

FEDEGAN. (s.f). *Federación Colombiana de Ganaderos*. Obtenido de https://www.fedegan.org.co/estadisticas/produccion-0

Fernández Montesinos, F. A. (2017). Repensar el liderazgo estratégico. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 185.

Garrido Lora, M., Rey, J., & Ramos Serrano, M. (2012). Evolución y desarrollo del eslogan publicitario: tercer analisis. *Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 410. Obtenido de Universidad de Sevilla.

Gázquez Abad, J. C., & Sanchez Pérez, M. (2007). EFICACIA DE LOS FOLLETOS DE LOS FOLLETOS PUBLICITARIOS EN EL COMERCIO DETALLISTA. *REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACION DE MARKETING ESIC*, 67.

González Lanzas, R., & Méndez Ríos, M. (2015). *UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA SEDE CAMOAPA.* Obtenido de Caracterización de la transformación y comercialización de la producción láctea de pequeños y medianos productores de la comarca el Guayabo municipio de Camoapa, departamento de Boaco durante el periodo de Julio a Septiembre del año 2015: http://repositorio.una.edu.ni/3257/1/tne70g643c.pdf

Gónzalez Márquez, M. (Enero de 2007). *Universidad de Cadiz.* Obtenido de Diseño de un pasteurizador de helados: https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/6446/33262846.pdf;jsessionid=D147833DBD4367A002F550212A243D28?sequence=1

INVIMA. (2016). *Instituto Nacional de Vigilancia de Alimentos y Medicamentos.* Obtenido de 8 Pasos Para Obtener Su Registro Sanitario De Alimentos: https://www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos

Jaramillo Londoño, A. R., & Areiza Segura, A. (2015). *Superintendencia de Industria y Comercio.* Obtenido de Análisis del Mercado de la Leche y Derivados Lácteos en Colombia (2008 – 2012): https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudios_Economicos/Estudio_Sectorial_Leche1.pdf

Lopez González, M., Tabares Orozco, E. D., & Sánchez González , J. (2015). *Perfil productivo, municipio de San Pedro de Urabá.* Bogotá: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

MADR. (2005). *Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.* Obtenido de Observatorio Agrocadenas Colombia, Documento de trabajo No. 74: http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/6345/1/2005112162250_caracterizacion_lacteos.pdf

Martos Calpena, R. (06 de 2009). *Universidad Politécnica de Catalunya.* Obtenido de Cultura Corporativa : Misión, Visión y Valores: https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6784/TRMC1de1.pdf

Mete, M. (2014). *Instituto de Investigacion en Ciencias Económicas y Financieras Universidad La Salle - Bolivia.* Obtenido de VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSION: http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf

Michalus, J., Hernández, L., Hernández, G., Suárez, J., & Sarache, W. (2011). *Modelo cooperativo de microempresas, pequeñas y medianas empresas orientado al*

desarrollo agrario local. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03942011000200009&script=sci_arttext&tlng=pt

PROCOLOMBIA. (2019). *PROCOLOMBIA.* Obtenido de INDUSTRIA DE LOS LÁCTEOS: http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/industria-de-los-l-cteos

ProInversión. (2007). *MYPEqueña empresa crece.* Obtenido de Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa: http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf

RAE. (2018). *Real Academia Española*. Obtenido de https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=eslogan

Resolución 2310. (1986). *MINISTERIO DE SALUD.* Obtenido de RESOLUCION NUMERO 02310 DE 1986: http://biblioteca.saludcapital.gov.co/img_upload/03d591f205ab80e521292987c313699c/resolucion_2310_1986.pdf

Salvador, G. (2016). *Estación Experimental Agroforestal Esquel* . Obtenido de AGREGADO DE VALOR: Compartiendo conceptos: https://inta.gob.ar/sites/default/files/agregado_de_valor._compartiendo_conceptos.pdf

Sotomayor Pereira, J. G., Brito Gaona, L. F., & Tenesaca Fajardo, M. A. (2018). Medios publicitarios que influyen en el consumidor a la hora de adquirir un producto o servicio. *Killkana Sociales*, 180.

Sy Corvo, H. (2019). *Lifeder*. Obtenido de Tasa interna de oportunidad: en qué consiste y ejemplos: https://www.lifeder.com/tasa-interna-de-oportunidad/

Vivancos Delgado, J. M. (2010). El organigrama en la planificación estratégica de las corporaciones locales. *Revista Cemci*, 4.

ANEXOS

ANEXO 1: Registro Sanitario Invima.

Formulario de inscripción de la fabrica

Fabricante Nacional

Código de Inscripción

Tipo de Documento * NIT

Numero de Documento * 1203320777

Razón Social * DELAC E.U.

Nombre Comercial o sigla DELAC DERIVADOS LÁCTEOS

Representante Legal o Propietario * GABRIEL OCHOA BELLO

Tamaño del Establecimiento * MICRO

País* COLOMBIA

Departamento/Estado/Provincia* ANTIOQUIA

Municipio / Ciudad * SAN PEDRO DE URABA

Teléfono (820) 471-1

Celular (312) 868-9545

Fax (123) 415-1211

Dirección del Establecimiento: * CL 55 A NUMERO 65 B

Dirección de Notificación CL 55 A NUMERO 65 B

Página Web www.delac.com.co

Correo Electrónico derivadelac@gmail.com

¿La información está completa y es cierta? Continuar

Formulario de información básica

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
invima	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 04	Fecha de Emisión: 08/04/2019

FORMULARIO DE INFORMACION BASICA

(Obligatorio para todos los trámites)

Para mayor información consulte el Formato "Instructivo" para facilitar el diligenciamiento de este formulario

AUTORIZO AL INVIMA A REALIZAR LA NOTIFICACIÓN DE MANERA ELECTRÓNICA DE ACUERDO CON LOS ARTÍCULOS 54 Y 56 DE LA LEY 1437 DE 2011 AL CORREO ELECTRÓNICO SUMINISTRADO EN ESTE FORMULARIO

☑ SI **Correo electrónico de notificación:** DERIVADELAC@GMAIL.COM

Ver condiciones

RECUERDE QUE:

DEBERÁ ALLEGAR LA INFORMACIÓN EN FISICO Y EN MEDIO MAGNETICO (CD) EN FORMATO WORD Y/O EXCELL EDITABLE

AVISO IMPORTANTE: Diligencie el correo electrónico activo en el campo establecido; sin esta información no se podrá radicar el trámite.

Presente su documentación legajada en carpeta de color blanco, los formularios debe venir sin tachaduras ni enmendaduras y debidamente foliada (numerada).
Si requiere presentar información mediante anexos, indique el número de folios.
Diligencie los formularios con letra clara y legible con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir en los espacios sombreados

Tenga en cuenta que algunos campos tienen listas desplegables para selección.

1. DATOS GENERALES DEL TITULAR

Nombre o razón social:	DELAC E.U.		
Documento de Identidad:	**MATRICULA MERCANTIL**	**N°:10203320777**	
Dirección:	**CL 55 A NUMERO 65 B**	**Ciudad:**	**SAN PEDRO DE URABA**
Departamento:	ANTIOQUIA	**País:**	COLOMBIA
Calidad del Responsable:	**Representante Legal**	**Nombre:**	GABRIEL OCHOA BELLO
N° Cédula de Ciudadanía:	**1041270120**	**N° Cédula de Extranjeria:**	
Dirección para de correspondencia:	**CL 55 A NUMERO 65 B**		
Ciudad: SAN PEDRO DE URABÁ	**Departamento:**	ANTIOQUIA	
Email (24)	DERIVADELAC@GMAIL.COM	**Teléfono(s**	3128689545

2. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCION BANCARIA (2)

Página 1

Nombre o razón social:	DELAC E.U.		
Dirección: CL 55 NUMERO 65 B		Documento de identida	1041270120
Departamento: ANTIOQUIA	Ciudad: **SAN PEDRO DE URABÁ**	Teléfono(s):	3128689545
Código de tarifa (3)	2103	Valor ($):	4,670,851

Recibo de pago original √ Soporte de pago √

Si existe cesión por derechos de uso de una tasa (tarifa) que no figure a nombre del titular declarado, adjunte el documento

Aporta soporte que lo sustente: **SI** ☐ **NO** ☐ **Folios** ☐

Autorización de uso de la tasa (tarifa) de un tercero al titular: **SI** ☐ **NO** ☐

3. TIPO DE TRAMITE: (Seleccione con una X en la casilla que corresponda)

x	Registro Sanitario Nuevo **(30)**	☐	Renovación del Registro Sanitario
☐	Permiso Sanitario nuevo **(29)**	☐	Renovación del Permiso Sanitario
☐	Notificación sanitaria Nuevo **(28)**	☐	Renovación de la Notificación Sanitaria
☐	Autorización	☐	Desglose de documentos
☐	Modificación Automática Legal	☐	Pérdida de fuerza ejecutoria
☐	Modificación Automática Técnica	☐	Anexo Formato Ficha Técnica
☐	Certificaciones		

4. DATOS APODERADO (opcional) (4)

Nombre:			
Número de Tarjeta profesional:		Cédula de ciudadania No.:	
Dirección:	Ciudad:		Departamen
Email:		Teléfono(s):	

Formulario de solicitud de registro.

Para la solicitud del registro sanitario, se debe diligenciar un archivo Excel llamado "Formato único de Alimentos registros Sanitarios o Permiso Sanitario o Notificación Sanitaria y tramites asociados (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)" que puede descargarse en página web del INVIMA.

Formato de ficha técnica del producto para solicitud de registro sanitario.

	ASEGURAMIENTO SANITARIO	REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)	
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 04 / Fecha de Emisión: 08/04/2019

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

RECUERDE QUE: DEBERÁ ALLEGAR LA INFORMACIÓN EN FISICO Y EN MEDIO MAGNETICO (CD) EN FORMATO WORD Y/O EXCELL EDITABLE

Presente su documentación sin tachaduras ni enmendaduras, legajada y foliada (numerada), en carpeta blanca, diligencie los formularios con letra clara y legible, con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir, verifique la normatividad sanitaria aplicable a su producto y las disposiciones establecidas en la Resolución 2674 de 2013 modificada por la Resolución 3168 de 2015 y Resolución 719 de 2015.

TENGA EN CUENTA : Para mayor información consulte el formato "Instructivo de trámites", en donde aparece indicado como debe diligenciar este formulario en los campos que se encuentran numerados según las disposiciones contempladas en la Resolución 2674 de 2013 Artículo 37, 38, 40 modificado por la Resolución 3168 de 2015

folios

SI REQUIERE PRESENTAR INFORMACIÓN ADICIONAL MEDIANTE ANEXOS, INDIQUE EL NÚMERO CORRESPONDIENTE DEL(OS) FOLIO(S).	

A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Ver numeral 6, 14 del Instructivo de trámites):

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

Ver numeral (7) del Instructivo de Trámites, tenga en cuenta informar el DMU (Dosis Máxima de Uso) de los aditivos alimentarios si el producto los contiene.

C. PRESENTACIONES COMERCIALES **Ver numeral (9) del Instructivo de Trámites:**

D. TIPO DE ENVASE **Ver numeral (8) del Instructivo de Trámites**

E. MATERIAL DE ENVASE **Ver numeral (8) del Instructivo de Trámites:**

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 04	Fecha de Emisión: 08/04/2019

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

F. CONDICIONES DE CONSERVACION **Ver numeral (11) del Instructivo de trámites:**

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION) **Ver numeral (12) del Instructivo de trámites:**

H. VIDA UTIL ESTIMADA **Ver numeral (13) del Instructivo de trámites:**

I. PORCION RECOMENDADA **Ver numeral (25) del Instructivo de Trámites.**

J. GRUPO POBLACIONAL **Ver numeral (26) del Instructivo de Trámites**

I. FIRMA DE FICHA TÉCNICA **Ver numeral (27) del Instructivo de trámites**

	(Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 04	Fecha de Emisión: 08/04/2019

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Firma del responsable del producto:

Nombre del responsable del producto

*** Declaro que conozco y acato los reglamentos sanitarios vigentes que regulan las condiciones sanitarias de las fábricas de alimentos y del producto para el cual se solicito el registro / permiso /notificación sanitaria.**

Tarifa por trámite de RSA Registro Sanitario

REGISTRO SANITARIO, PERMISO SANITARIO Y NOTIFICACION SANITARIA DE ALIMENTOS Y/O RENOVACION			
Código	Concepto	SMLDV	TARIFA $
2100	Registro Sanitario de Alimentos de Alto Riesgo (Variedades de 1 a 10)	198	$ 5.465.566
2101	Registro Sanitario de Alimentos de Alto Riesgo (Variedades de 11 a 20)	216	$ 5.962.436
2102	Registro Sanitario de Alimentos de Alto Riesgo (Variedades de 21 en adelante)	246	$ 6.790.552
2103	Registro Sanitario de Alimentos de Alto Riesgo (Variedades de 1 a 10). *Unicamente Invima a un clic.*	169,21	$ 4.670.851
2104	Registro Sanitario de Alimentos de Alto Riesgo (Variedades de 11 a 20). *Unicamente Invima a un clic.*	192,41	$ 5.311.260
2105	Registro Sanitario de Alimentos de Alto Riesgo (Variedades de 21 en adelante). *Únicamente Invima a un clic.*	220,09	$ 6.075.336
2200	Permiso Sanitario de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 1 a 10)	148	$ 4.085.373
2201	Permiso Sanitario de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 11 a 20)	164	$ 4.527.035
2202	Permiso Sanitario de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 21 en adelante)	194	$ 5.355.151
2203	Permiso Sanitario de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 1 a 10). *Únicamente Invima a un clic.*	132,24	$ 3.650.336
2204	Permiso Sanitario de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 11 a 20). *Únicamente Invima a un clic.*	142,33	$ 3.928.859
2205	Permiso Sanitario de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 21 en adelante). *Únicamente Invima a un clic.*	168,69	$ 4.656.497
2300	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (variedades de 1 a 10)	99	$ 2.732.783
2301	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (Variedades de 11 a 20)	109	$ 3.008.822
2302	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (Variedades de 21 en adelante)	130	$ 3.588.503
2303	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (variedades de 1 a 10). *Únicamente Invima a un clic.*	87,45	$ 2.413.959
2304	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (Variedades de 11 a 20). *Únicamente Invima a un clic.*	95,36	$ 2.632.305
2305	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (Variedades de 21 en adelante). *Únicamente Invima a un clic.*	113,35	$ 3.128.899

ANEXO 2: Acta de inspección sanitaria con enfoque de riesgo para establecimientos de preparación de alimentos

GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA República de Colombia	**Acta de inspección sanitaria con enfoque de riesgo para establecimientos de preparación de alimentos**	Código: FO-M2-P5-085 Versión 1 Fecha: 13-03-2017

CIUDAD FECHA día / mes /año ACTA N° 39994

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: Restaurante ☐ Cafetería ☐ Panadería ☐ Frutería ☐ Comidas rápidas ☐ Comedores ☐ Cuál:

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD

IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

* CAMPO OBLIGATORIO

RAZóN SOCIAL

*CÉDULA / NIT *NÚMERO DE INSCRIPCIóN

*NOMBRE COMERCIAL

*DIRECCIóN MATRICULA MERCANTIL

*DEPARTAMENTO *MUNICIPIO

Barrio ☐ Vereda ☐ Comuna ☐ Localidad ☐ Sector ☐ Corregimiento ☐ Caserío ☐ UPZ ☐

Otro ☐ Cuál:

TELÉFONOS FAX

CORREO ELECTRóNICO

NOMBRE DEL PROPIETARIO

DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ Número de documento

*NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL

*DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ *Número de documento

*DIRECCIóN DE NOTIFICACIóN

*DEPARTAMENTO *MUNICIPIO

*HORARIO Y DÍA DE FUNCIONAMIENTO *NÚMERO DE TRABAJADORES

CONCEPTO SANITARIO DE ULTIMA VISITA SANITARIA

FECHA DE LA ÚLTIMA INSPECCIóN	día / mes /año	FAVORABLE		% DE CUMPLIMIENTO DE LA ÚLTIMA INSPECCIóN	%
		FAVORABLE CON REQUERIMIENTOS			
		DESFAVORABLE			

***MOTIVO DE LA VISITA**

PROGRAMACIóN		SOLICITUD DEL INTERESADO		ASOCIADA A PETICIONES, QUEJAS Y RECLAMOS	
SOLICITUD OFICIAL		EVENTO DE INTERÉS EN SALUD PÚBLICA		SOLICITUD DE PRÁCTICA DE PRUEBAS/ PROCESOS SANCIONATORIOS ADMIN.	
OTRO		Especifique:			

EVALUACIÓN

Aceptable (A)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple la totalidad de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Aceptable con Requerimiento (AR)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple parcialmente los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Inaceptable (I)	Marque con una X cuando el establecimiento no cumple ninguno de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
No Aplica (NA)	Marque con una X la casilla "NA" en caso que el aspecto a verificar no se realice por parte del establecimiento y calificar como Aceptable (A). Justificar la razón del no aplica en el espacio de hallazgos.
Crítico (C)	Marque con una X la casilla "C" cuando el incumplimiento del aspecto a verificar afecte la inocuidad de los alimentos y deba aplicar Medida Sanitaria de Seguridad que impida que el establecimiento continúe ejerciendo sus labores

I. CONDICIONES SANITARIAS DE INSTALACIONES Y PROCESO

1	EDIFICACION E INSTALACIONES	A	AR	I	HALLAZGOS
1.1	**Localización y diseño.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 6, Numerales 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2,3 y 2.6,; Artículo 32, Numerales 1, 2, 3, 4, 6 y 7. Artículo 33, Numeral 8)*	2	1	0	C

1.2	**Condiciones de pisos y paredes.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 7, Numeral 1, 2. Artículo 33, Numerales 1, 2 y 3.)*	2	1	0		C
1.3	**Techos, iluminación y ventilación.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 7, Numeral 3, 4, 5, 7, 8. Artículo 33, Numeral 4.)*	2	1	0		C
1.4	**Instalaciones sanitarias.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 6, Numeral 6.1, 6.2, 6.3, 6.4; Artículo 32, Numeral 9 y 11.)*	4	2	0		C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE				La calificación del bloque corresponde al 10% del total del acta	
2	**EQUIPOS Y UTENSILIOS**	**A**	**AR**	**I**	**HALLAZGOS**	
2.1	**Condiciones de equipos y utensilios.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 8, Artículo 9, Numerales 1, 6, 8 y 9, Artículo 10, Numerales 2 y 3. Artículo 34.)*	5	2,5	0		C
2.2	**Superficies de contacto con el alimento.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 8; Artículo 9, Numerales 2, 3, 4, 5, 7 y 10; Artículo 34. Artículo 35, Numeral 8 y 10. Resoluciones 683, 4142 y 4143 de 2012; 834 y 835 de 2013)*	7	3,5	0		C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE				La calificación del bloque corresponde al 12% del total del acta	
3	**PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS**	**A**	**AR**	**I**	**HALLAZGOS**	
3.1	**Estado de salud.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 11; Numeral 1, 2, 4, 5. Artículo 14, Numeral 12.)*	7	3,5	0		C
3.2	**Reconocimiento médico.** *(Resolución 2674 de 2013, Artículo 11, Numeral 1, 2, 3, 4)*	2	1	0		C
3.3	**Prácticas higiénicas.** (Resolución 2674/2013, Artículo 14, Numerales 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13 y 14. Artículo 36. Artículo 35, Numeral 5 y 7.)	7	3,5	0		C
3.4	**Educación y capacitación.** *(Resolución 2674/2013, Artículos 12 y 13. Artículo 36.)*	4	2	0		C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE				La calificación del bloque corresponde al 20% del total del acta	

4	REQUISITOS HIGIENICOS	A	AR	I	HALLAZGOS		
4.1	**Control de materias primas e insumos.** *(Decreto 561 de 1984, Art. 89. Resolución 2674/2013, Artículo 16, Numerales 1, 3, 4 y 5 ; Artículo 35, Numerales 1, 2 y 3. Resolución 5109 de 2005. Resolución 1506 de 2011. Resoluciones 683, 4142 y 4143 de 2012; 834 y 835 de 2013.)*	5	2,5	0			C
4.2	**Prevención de la contaminación cruzada.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 16, Numeral 7; Artículo 18, Numeral 7; Artículo 20, Numeral 5; Artículo 35, Numeral 4.)*	9		0			C
4.3	**Manejo de temperaturas.** *(Ley 9 de 1979, Artículo 293, 425. Resolución 2674/2013, Artículo 18, Numeral 3.1, 3.2, 3.3 y 5.)*	7	3,5	0			C
4.4	**Condiciones de almacenamiento.** *(Resoluciones 683/2012, 2674/2013 Artículo 16, Numeral 5 y 6. Artículo 33, Numeral 9.)*	4	2	0		NA	C
	CALIFICACIÓN DEL BLOQUE				La calificación del bloque corresponde al 25% del total del acta		
5	SANEAMIENTO	A	AR	I	HALLAZGOS		
5.1	**Suministro y calidad de agua potable.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 6, Numeral 3.1, 3.2, 3.3, 3.5.1, 3.5.2 y 3.5.3, Artículo 26, Numeral 4. Artículo 32, Numeral 8. Resolución 2115 de 2007, Artículo 9.)*	7	3,5	0			C
5.2	**Residuos líquidos.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 6, Numeral 4, Artículo 32, Numerales 5 y 10.)*	4	2	0			C
5.3	**Residuos sólidos.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 6, Numerales 5.1, 5.2 y 5.3. Artículo 33, Numerales 5, 6 y 7. Artículo 18, Numeral 11.)*	4	2	0			C
5.4	**Control integral de plagas.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 26, Numeral 3.)*	9		0			C
5.5	**Limpieza y desinfección de áreas, equipos y utensilios.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 6 Numeral 6.5; Artículo 26 Numeral 1)*	7	3,5	0			C

5.6	**Soportes documentales de saneamiento.** *(Decreto 1575 de 2007, Artículo 10. Resolución 2674/2013 Artículo 26.)*	2	1	0	C

CALIFICACIÓN DEL BLOQUE — La calificación del bloque corresponde al 33% del total del acta

II. CONCEPTO SANITARIO

% DE CUMPLIMIENTO	CONCEPTO. Seleccione con una equis (X) el concepto sanitario a emitir	NIVEL DE CUMPLIMIENTO	
	FAVORABLE	90-100%	En caso que uno o más de los aspectos a evaluar sea identificado como crítico y calificado como Inaceptable (I), independiente del porcentaje de cumplimiento obtenido, el CONCEPTO SANITARIO a emitir será DESFAVORABLE y se procederá a aplicar la MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD respectiva.
	FAVORABLE CON REQUERIMIENTOS	60 - 89,9%	
	DESFAVORABLE	< 59,9%	

III. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO

NÚMERO TOTAL DE MUESTRAS TOMADAS	
NÚMERO DEL ACTA DE TOMA DE MUESTRAS	

IV. REQUERIMIENTOS SANITARIOS

Se debe ajustar el establecimiento a la normatividad sanitaria vigente corrigiendo los hallazgos registrados en la presente acta.

V. APLICACIÓN DE MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD

Si | No | Cuál:

VI. OBSERVACIONES

Por parte de la autoridad sanitaria:

Por parte del establecimiento:

VII. NOTIFICACION DEL ACTA

Para constancia previa lectura y ratificación del contenido de la presente acta firman los funcionarios y personas que intervinieron en la visita, hoy _____ del mes de _____ del año _____ en la Ciudad de _____.

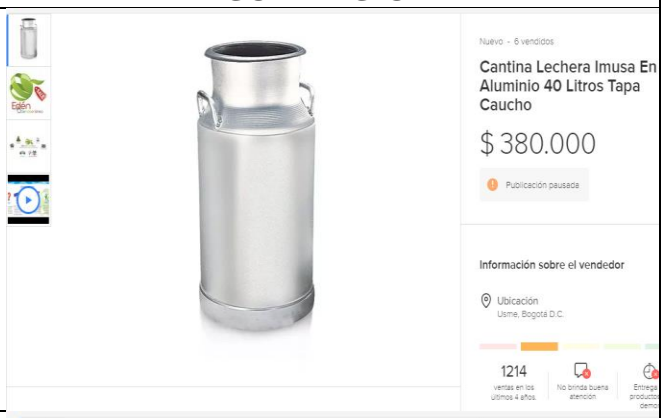
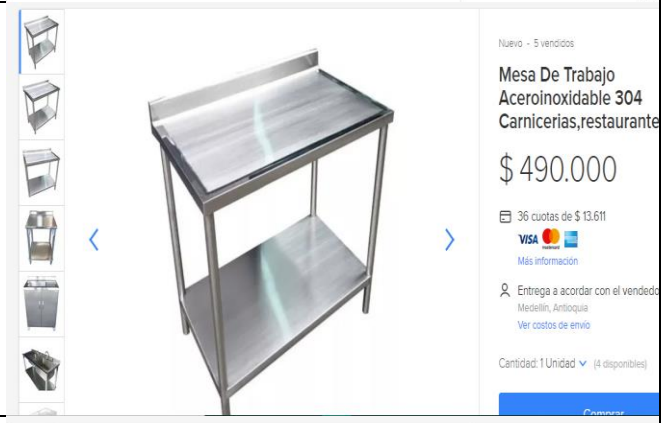
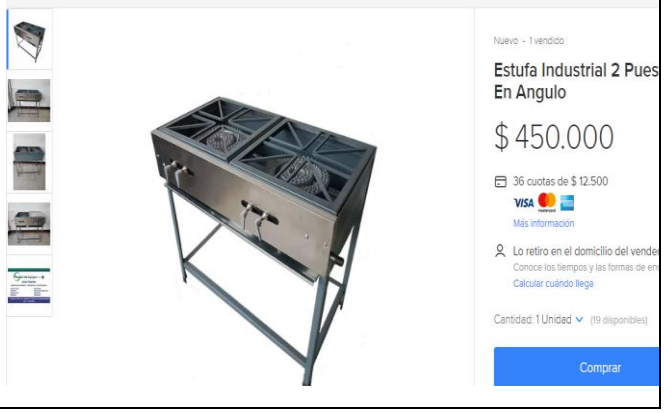
De la presente acta se deja copia en poder del interesado, representante legal, responsable del establecimiento o quien atendió la visita.

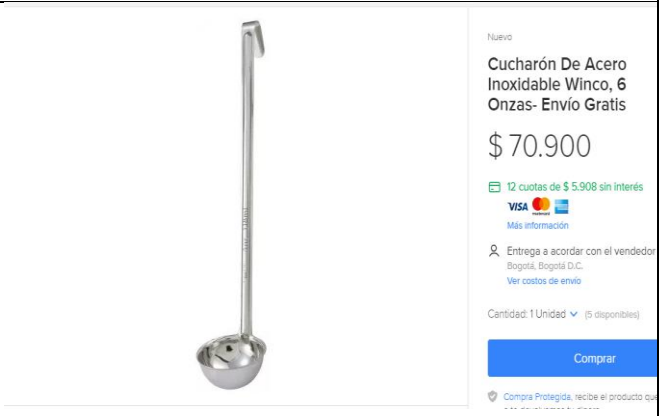
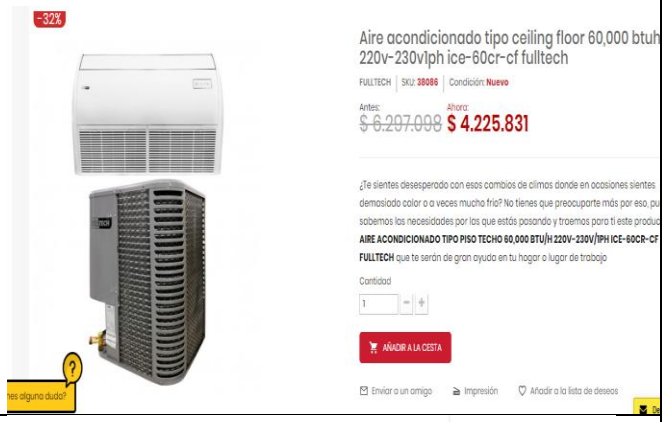
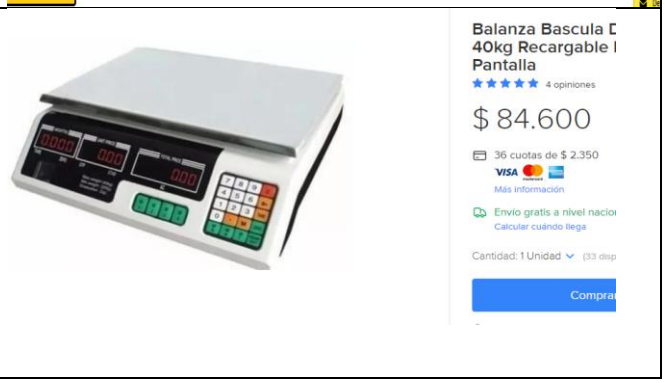
NOTA: El acta debe ser notificada dentro de un plazo no mayor de cinco (5) días contados a partir de la realización de la visita.

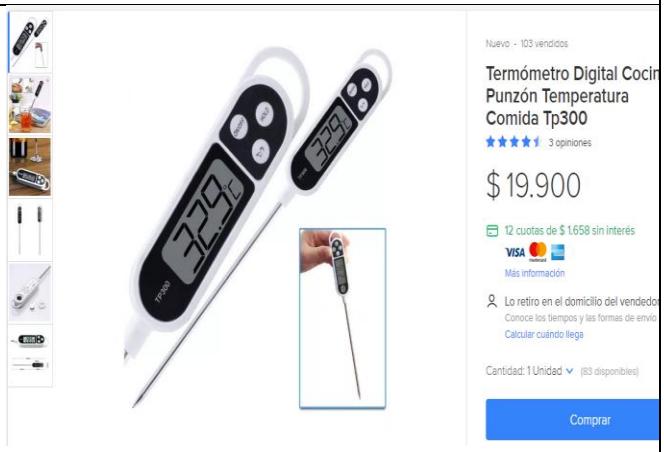
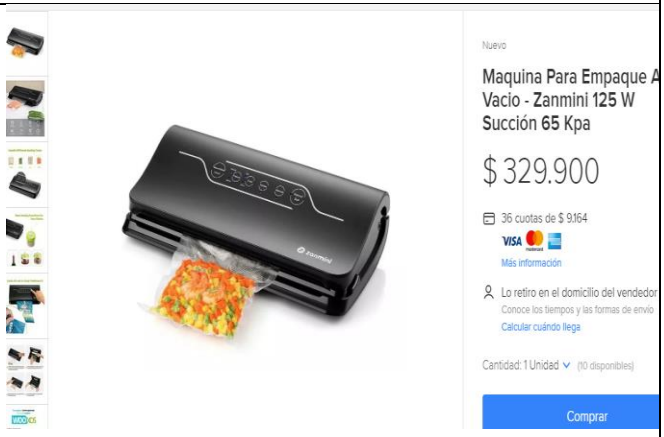
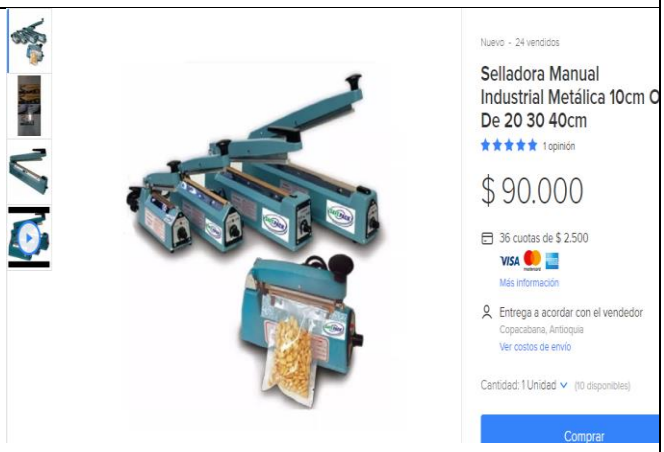
POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA	
FIRMA:	FIRMA:
NOMBRE:	NOMBRE:
CÉDULA:	CÉDULA:
CARGO:	CARGO:
INSTITUCIóN:	INSTITUCIóN:

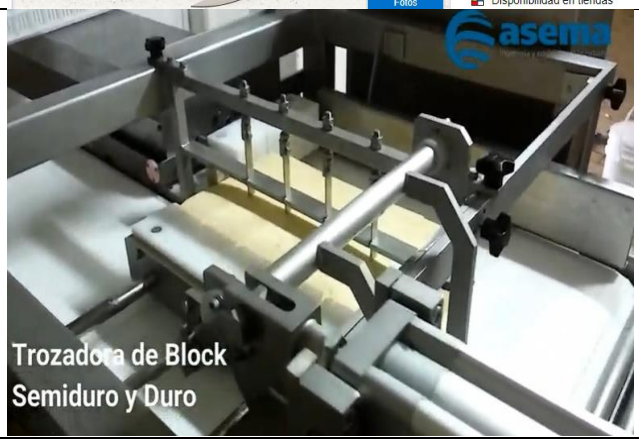
POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO	
FIRMA:	FIRMA:
NOMBRE:	NOMBRE:
CÉDULA:	CÉDULA:
CARGO:	CARGO:

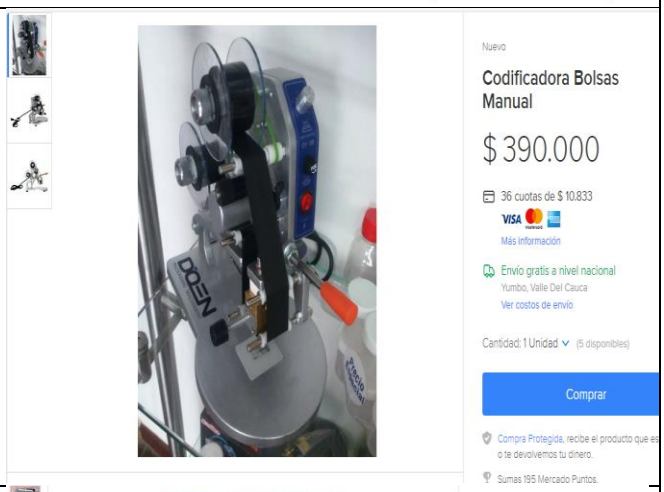
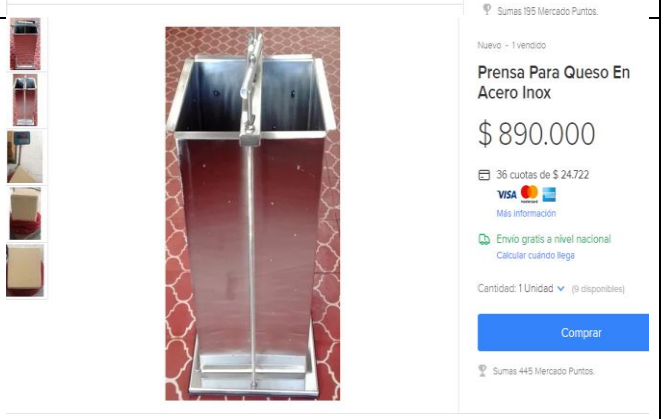
ANEXO 3: Cotizaciones

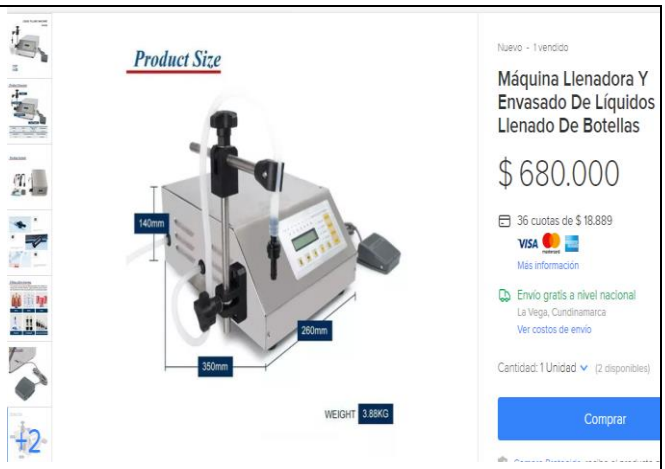
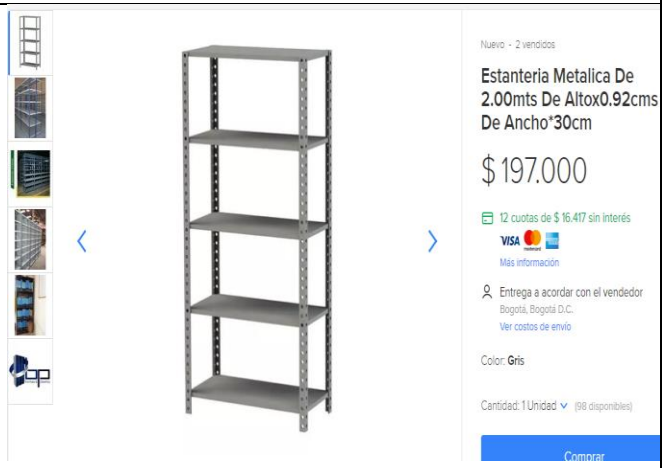
MAQUINARIA Y EQUIPOS	
ELEMENTO	**COTIZACIÓN**
Cantina lechera de 40 litros Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-453672802-cantina-lechera-imusa-en- aluminio-40-litros-tapa-caucho-_JM	
Mesa en acero inoxidable Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-452950028-mesa-de-trabajo-aceroinoxidable-304-carniceriasrestaurantes-_JM#position=11&type=item&tracking_ id=b9ca5a5f-dda5-4e39-badd-fe686201f5fc	
Estufa industrial Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-512007114-estufa-industrial-2-puesto-en-angulo-_JM?quantity=1#position=1&type=item&tracking_id=122ebefc-6ba1-43ba- b088-49c3f4b6f04a	

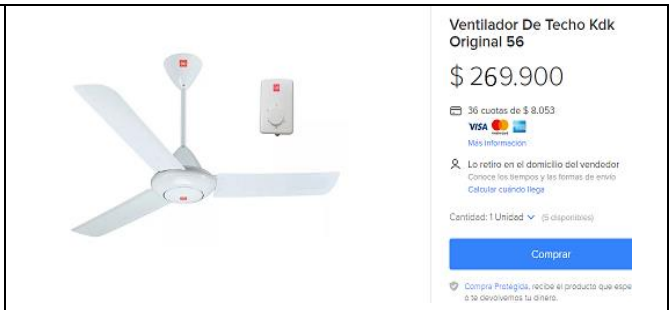
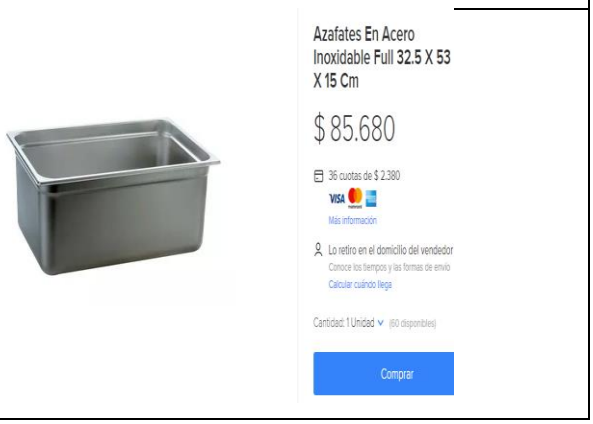
Olla caldero en aluminio 110 litros Fuente: Información tomada de https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/350459/Olla-Caldero-50x60cm-113lt-452tazas-Aluminio/350459	
Cucharones en acero Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-483600467-cucharon-de-acero-inoxidable-winco-6-onzas-envio-gratis-_JM?quantity=1#position=4&type=item&tracking_id=0571fd7f-9f94-40ec-a4d6-c879c8a3f264	
Aire acondicionado Fuente: Tomado de: https://www.ferreteriasamir.com/aires-acondicionados/38430-aire-acondicionado-tipo-ceiling-floor-60-000-btuh-220v-230v1ph-ice-60cr-cf-fulltech.html	
Balanza digital Fuente: Tomado de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-471746617-balanza-bascula-digital-de-40kg-recargable-doble-pantalla-_JM?matt_tool=11327394&mattword&gclid=EAIaIQobChMIivH1-KX65QIVEGKGCh05TAmqEAY YASABEgKrDvD	

_BwE&quantity=1	
Termómetro digital Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co /MCO- 484247906-termometro-digital-cocina- punzon-temperatura-comida-tp300-	
Empacadora al vacío manual Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-501191265-maquina-para-empaque-al-vacio-zanmini-125-w-succion-65-kpa-_JM?matt_tool=84074034&matt_word&gclid=EAIaIQobChMIhKOcwqq25QIVAYeGCh18wg-IEAQYBSABEgLzRvD_BwE&quantity=1	
Selladora manual Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co /MCO-455148302-selladora-manual-industrial- metalica-10cm-o-de-20-30-40cm-_ JM?matt_tool=84514196&matt_ word&gclid=EAIaIQobChMIibiKi qy25QIVU-WGCh3_PQu4EAQYASABEgKHrvDBwE&quantity=1	

Lira en acero Fuente: Información tomada de https://www.cocinista.es/web/es/lira-para-cortar-cuajada--2865.html	
Herramientas en acero https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/294074/Set-de-5-Cuchillos-en-Acero-+-Tijera-con-Base-en-Madera/294074	
Herramientas varias Fuente: Tomado de: https://www.youtube.com/watch?v=1JccLTDHLD8	
Tina de cuajado 1000 litros Fuente: Tomado de: http://inducardin.com/index.php/product/tina-de-cuajado/	

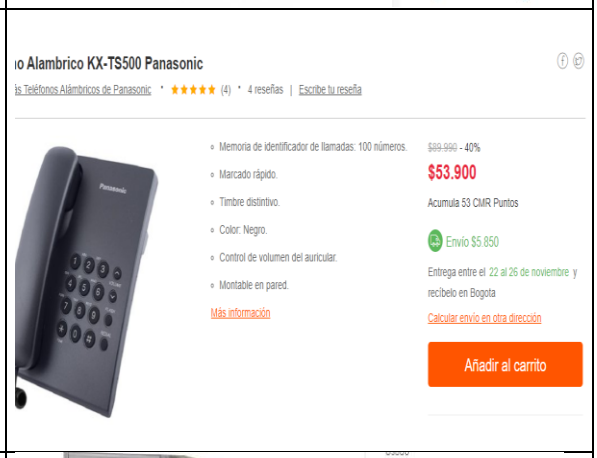
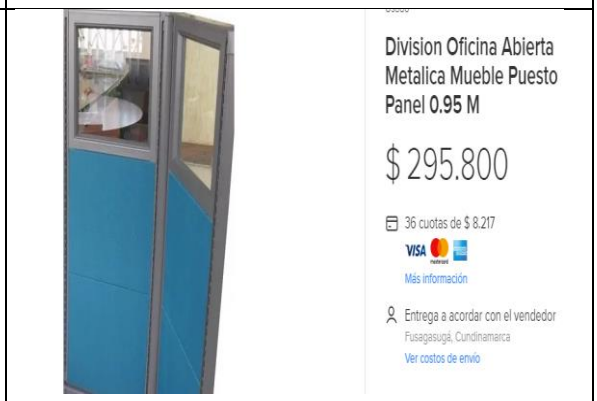
	
Codificadora de fecha y lote manual Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-532680330-codificadora-bolsas-manual-_JM?quantity=1#position=5&type=item&tracking_id=fb3214af-4cc6-4aad-b7e0-55b6ac16cb23	
Prensa manual 35 kg Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-469596127-prensa-para-queso-en-acero-inox-_JM?quantity=1#reco_item_pos=0&reco_backend=machinalis-seller-items&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&reco_id=815506db-3f79-4052-82bd-6549a6a96c6e	

Maquina envasadora de líquidos Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-513957285-maquina-llenadora-y-envasado-de-liquidos-llenado- de-botellas-_JM?matt_tool=84514196&matt_word&gclid=EAIaIQobChMIiJ290K625QIVF4iGCh2B8wsPEAYYASABEgLhpvD_BwE&quantity=1	
Estantería metálica Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-516664331-estanteria-metalica-de-200mts-de-altox092cms-de-ancho30cm-_JM?matt_tool=49695096&matt_word&gclid=EAIaIQobChMIuon3p7G25QIV4oNaBR0awwv1EAQYAiABEg K6UvD_BwE&quantity=1&variation=43553020065	
Ventilador industrial Fuente: Tomado de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451085424-extractor-de-aire-12-pulgadas-industrial-axial-rext12-_JM?matt_tool=70573544&matt_word&gclid=EAIaIQobChMI5KaP4qb65QIVGIeGCh1 avgsjEAQYFCABEgL1PPD_BwE&quantity=1	

Ventilador de techo Fuente: Tomado de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-477109890-ventilador-de-techo-kdk-original-56-_JM?matt_tool=46173683&matt_word&gclid=EAIaIQobChMI0eHm36f65QIVTdyGCh39HAcjEAQYASABEgLAufD_BwE&quantity=1	
Nevera plástica portátil Fuente: Tomado de https://articulo.mercadolibre. com.co/MCO-510259317-nevera- plastica-portatil-476-lts-azul- rubbermaid-envio-grat-_JM#reco_item_pos=2&reco_backend=machinalis-seller -items&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&reco_id=4af6a490-b7cb-410c-841b-20ccf268ab0b	
Azafate en acero Fuente: Información tomada de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-464634995-azafates-en-acero -inoxidable-full-325-x-53-x-15-cm-_JM?quantity=1#position=13&type=item&tracking_id=169040cd-3acc-4cfe-948d-0d6f4a929ef2	

MUEBLES Y ENSERES	
ELEMENTO	**COTIZACIÓN**
Escritorio oficina A Fuente: https://www.linio.com.co/p/escritorio-de-oficina-estudiantil-con-	

biblioteca-en-madera-negro-moderno-va0e5m?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=mex-semun-spla&adjust_adgroup=53993198053&utm_term=home&gclid=EAIaIQobChMIqfHl5vfY5QIVCWyGCh0v0QrfEAQYASABEgIOz_D_BwE	
Escritorio oficina B Fuente: https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/252337/Escritorio-Vidrio-Blanco-110x60x74cm/252337	
Sillas tipo oficina Fuente: https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/258650/Silla-Ejecutiva-con-Brazos-Negra-_y-Roja/258650	
Aire acondicionado Fuente: https://www.alkosto.com/aire-acondicionado-haceb-baru-9000btu-on-of-110v?gclid=EAIaIQobCh MIlY7azMP65QIVyp-zCh0A4AhwEAYYA_y__ABEgI8xvD_BwE	
Computador Fuente: https://www.alkosto.com/portatil-lenovo-s145-amd-a9-14-pulgadas-disco-duro-500gb-gris?gclid=EAIaIQobChMI9tOij8T65QIVxZyzCh1m1gE2EAQYGSABEgLEfPD_BwE	

	
Teléfono de mesa Fuente: https://www.linio.com.co/p/telefono-alambrico-kx-ts500-panasonic-wzzdp3?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=col-semun-spla&adjust_adgroup=42385004280&utm_term=cellphones&gclid=EAIaIQobChMI5_HG18T65QIVzZ_-zCh17KAE-EAQYASABEgJ8c_D_BwE	
Separador de oficina Fuente: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451236377-division-oficina-abierta-metalica-mueble-puesto-panel-095-m-_JM#position=2&type=item&tracking_id=9adbfc10-	
Dispensador de agua Fuente: https://www.alkosto.com/dispensador-de-agua-kalley-con-filtro-kwdll15-blanco?gclid=EAIaIQobChMI8Pym9aDZ5QIVDHiGCh0VXAcAEAYYAyABEgLvifD_BwE	

ANEXO 4: Encuesta a productores

NOMBRES Y APELLIDOS: _____

EDAD: ____ GÉNERO: M___ F___ OTRO___ CELULAR _____

OBJETIVO: Realizar un diagnóstico de la producción y comercialización de queso costeño, y suero costeño, en el municipio de San Pedro de Urabá – Antioquia, con el fin de examinar el estado actual y el comportamiento de las empresas que se dedican a la producción de estos productos.

PRODUCTORES DE QUESO COSTEÑO

1. ¿Cree usted que sus clientes están satisfechos con los productos que vende?

SI ☐ B. NO ☐

2. ¿Cree usted que el precio a los cuales vende sus productos es cómodo para los clientes?

A. SI ☐ B. NO☐

3. ¿A qué tipos de clientes van dirigidos sus productos?

☐ Supermercados ☐ Tiendas ☐Particulares ☐ A domicilio

4. ¿En qué parte del municipio fabrica su producto y por qué?

_____

5. En una semana, en promedio, ¿cuántas libras de queso suele vender?

_____

PRODUCTORES DE SUERO COSTEÑO

1. ¿Cree usted que sus clientes están satisfechos con los productos que vende?

B. SI☐ B. NO☐

2. ¿Cree usted que el precio a los cuales vende sus productos es cómodo para los clientes?

SI☐ B. NO☐

3. ¿A qué tipos de clientes van dirigidos sus productos?

☐ Supermercados ☐ Tiendas ☐ Particulares ☐ A domicilio

4. ¿En qué parte del municipio fabrica su producto y por qué?

_____

5. En una semana, en promedio, ¿cuántos litros de suero suele vender?

_____

Muchas gracias por su tiempo…