

**FORMULACION DE PROYECTO EMPRESARIAL  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S**

**ANA IDALY HERNANDEZ MARTINEZ**

**PROYECTO DE GRADO**

**PRESENTADO A:  
HERNAN GREGORIO AYALA MURILLO**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA LATINA  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
BOGOTA  
2020**

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION .....	6
1. IDEA DE NEGOCIO .....	7
1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea de empresa .....	7
1.1.1. Conocimiento y experiencia .....	7
1.1.2. Antecedentes en general de la idea de negocio. ....	7
1.1.3. DOFA Personal. ....	9
1.2. El promotor o promotores. ....	10
1.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar. ....	10
1.2.2. Factores sociales. ....	10
1.2.3. Factores económicos. ....	10
1.2.4. Factores tecnológicos ....	10
1.3. Análisis de las ideas preliminares.....	11
1.3.1. Ventajas. ....	11
1.3.2. Inconvenientes.....	11
1.3.3. Justificación de la idea. ....	12
1.4. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios.....	13
2. ESTUDIO GENERAL DEL BIEN O SERVICIO A DESARROLLAR.....	14
2.1. Antecedentes. ....	14
2.2. Análisis DOFA. ....	15
2.2.1. Análisis DOFA empresarial.....	16
2.2.2. Análisis DOFA estratégico.....	16
2.3. Reseña de su evolución: origen, usos, competencia, sustitución y complementariedad. ....	17
2.3.1. Origen. ....	17
2.3.2. Usos. ....	19
2.3.3. Competencia.....	19
2.3.4. Complementariedad.....	20
2.4. Evaluación natural del entorno:.....	23
2.4.1. Factores Políticos y legales.....	23

2.4.2.	Factores Económicos, Sociales y demográficos.....	25
2.4.2.1.	Macro localización.....	25
2.4.2.2.	Económicos.....	25
2.4.2.3.	Geográficos y estructurales .....	25
2.4.2.4.	Servicios públicos.....	26
2.4.2.5.	Políticos. ....	26
2.4.2.6.	Socioculturales. ....	26
2.4.2.7.	Ambientales. ....	27
2.4.2.8.	Factores Demográficos (Microambiente): .....	27
2.4.3.	Análisis de riesgo .....	28
2.4.4.	Cambios tecnológicos.....	30
3.	EL MERCADO.....	32
3.1.	Estudio del mercado. ....	32
3.1.1.	Objetivo General. ....	32
3.1.2.	Objetivos Específicos. ....	32
3.2.	Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán. ....	33
3.3.	Marcas, empaque, etiqueta, color y calidad .....	33
3.3.1.	Marca: .....	33
3.3.2.	Empaque: .....	33
3.3.3.	Etiqueta:.....	33
3.3.4.	Color:.....	34
3.3.5.	Calidad:.....	34
3.4.	Fuentes De Abastecimiento De Insumos.....	34
3.4.1.	Simes S.A.....	34
3.4.2.	Mercado libre: .....	35
3.4.3.	Sistemas De Distribución: El sistema de comercialización empleado para Boroquip será:.....	35
<b>3.4.4.</b>	<b>Precios y Costos:</b> Los Precios determinados para Boroquip se basaran en la “Estructura de Costos de la empresa” debido a que no se posee una competencia directa que elabore el mismo producto.....	35
3.5.	La Demanda.....	35
3.5.1.	Muestra piloto. ....	36
3.5.2.	Tamaño de la muestra para la encuesta de demanda.....	36

3.5.3.	Determinación de la muestra.....	37
3.5.4.	Factores que afectan la demanda.....	37
3.5.5.	Segmentación del mercado.....	38
3.5.6.	VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	38
3.5.7.	VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS.....	38
3.5.8.	VARIABLES GEOGRÁFICAS.....	39
3.5.9.	VARIABLES CONDUCTUALES.....	39
3.5.10.	Análisis de la encuesta aplicada.....	39
3.5.11.	Estimación de la demanda.....	47
3.5.12.	Proyección de la demanda.....	48
3.6.	La Oferta.....	49
3.6.1.	Proyección de la oferta:.....	49
3.6.2.	Relación entre Oferta y Demanda.....	50
3.7.	Factores de competencia.....	50
3.8.	Comercialización.....	51
3.8.1.	Estructura de los canales de comercialización:.....	51
3.8.2.	Márgenes de comercialización:.....	52
3.9.	Proveedores internos y externos.....	53
3.10.	Poder de compra.....	60
3.10.1.	Rango de precios o tarifas.....	60
3.10.2.	Objetivos del precio.....	60
3.10.3.	Factores que influyen en el precio de venta.....	60
3.10.4.	Ciclo de Vida.....	61
3.10.5.	Zonas o áreas potenciales del mercado.....	62
4.	PLAN DE MERCADO.....	63
4.1.	Tipología del mercado.....	63
4.2.	Diferenciación del Producto.....	63
4.3.	Políticas de precios o tarifas.....	64
4.4.	Estrategias de venta.....	65
4.4.1.	Promoción:.....	65
4.4.2.	Venta Directa.....	65
4.5.	Distribución y Mercadeo.....	66

4.6.	Promoción y Publicidad.....	67
4.7.	Estrategias de comunicación. ....	68
5.	ASPECTOS TECNICOS Y FINANCIEROS.....	69
5.1.	Estructura Organizacional.....	69
5.1.1.	Funciones asignadas a los Cargos. ....	69
5.2.	Direccionamiento Estratégico.....	76
5.3.	Tamaño del producto o tamaño optimo .....	77
5.3.1.	Capacidad diseñada. ....	77
5.3.2.	Capacidad instalada .....	77
5.3.3.	Capacidad a utilizar. ....	77
5.3.4.	Factores que condicionan el tamaño del mercado. ....	78
5.4.	Requerimiento técnico, tecnológico y científico. ....	79
5.5.	Plan General. ....	82
5.5.1.	Condiciones fundamentales de fabricación .....	82
5.5.2.	Etapas del proceso de elaboración del arequipe de borojó .....	83
5.5.3.	Control de Calidad .....	87
5.5.4.	Diagrama de Flujo.....	89
5.6.	Precisión de inversiones y gastos iniciales.....	90
5.6.1.	Inversiones .....	90
5.6.2.	Inversión Fija.....	90
6.	ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS .....	93
6.1.	Definición Forma Jurídica de la Empresa .....	93
6.1.1.	Definición de S.A.S. ....	94
6.1.2.	Minuta de Constitución.....	94
6.2.	Procedimientos legales para la formalización de la empresa .....	104
6.2.1.	Registro Mercantil. ....	104
6.2.2.	Registro RIT. ....	106
6.2.3.	Registro Unico Empresarial RUT.....	107
6.2.4.	Certificado de Homonimia.....	111
6.2.5.	Actividad Economica CIU .....	111
6.2.6.	Certificado de Bomberos.....	112
6.2.7.	Certificado de sanidad / invima. ....	113

6.2.8.	Certificado Uso de Suelos. ....	114
6.2.9.	Certificacion Manipulacion de alimentos. ....	115
7.	FORMALIZACION LABORAL .....	116
7.1.	Obligaciones laborales en Colombia.....	116
7.2.	Contrato Laboral.....	116
7.3.	Reglamento Interno de Trabajo P&C BOROQUIP S.A.S .....	119
7.4.	Nomina.....	145
8.	PLAN OPERATIVO .....	146
9.	PLAN FINANCIERO .....	147
9.1.	Identificación Financiera. ....	147
9.1.1.	Comprobante de Apertura. ....	147
9.1.2.	Comprobante de Contabilidad. ....	148
9.2.	Identificación de Costos. ....	149
9.2.1.	Mano de Obra. ....	149
9.2.2.	Materia Prima.....	149
9.3.	Costos Indirectos.....	150
9.3.1.	Costos fijos y Variables .....	150
9.3.2.	Precio de Venta.....	151
9.4.	Flujo de Caja.....	152
9.4.1.	Valor presente Neto .....	153
9.5.	Punto de Equilibrio.....	154
9.6.	Estado de Resultados. ....	156
9.7.	Fuentes de Financiación .....	157
10.	CONCLUSIONES.....	158
11.	BIBLIOGRAFIAS.....	159

## INTRODUCCION

La innovación es un factor determinante en la industria o el mercado, ya que los clientes siempre quieren más del producto que se les ofrece; además si la empresa no realiza este tipo de innovación queda aislada del mismo. Para realizar un nuevo producto o mejorar uno ya existente es necesario investigar sobre el mercado y hacer un estudio sobre la creación o mejora de dicho producto, el cual consiste en un proceso de planeación, desarrollo y comercialización.

Con los conocimientos adquiridos se busca realizar este proceso con el fin de lanzar el arequipe de borojó al mercado, un arequipe con alto grado de nutrientes y poca cantidad de azúcar que pueda ser consumido por toda clase de personas, incluyendo las personas enfermas de diabetes o que sufran demás enfermedades relacionadas con el azúcar. Primero se tuvo que segmentar el mercado meta potencial para conceptualizar el producto, dándole una caracterización adecuada en cuanto a los atributos tangibles e intangibles; luego se procedió a analizar la demanda y la oferta con lo correspondiente a las tendencia y evolución tanto de los clientes como la de la competencia, para finalmente determinar los canales de distribución, lugares de venta del producto, publicidad, promoción, servicio al cliente y no menos importante el precio.

Además del estudio de mercado, con los resultados que arrojó, se procedió a un estudio técnico en el cual se determinó el tamaño, la localización, la ingeniería y organización adecuada del proyecto y por último se elaboró un estudio financiero que permitió establecer los costos de producción, mano de obra, infraestructura, y demás costos en los que se incurrió para poder determinar la inversión necesaria y poder concluir si el proyecto es factible o no.

## **1. IDEA DE NEGOCIO**

### **1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea de empresa.**

Atender las necesidades de un mercado insatisfecho en cuanto al ariquepe con propiedades que contribuyan a la prevención y a la reducción de enfermedades, más específicamente las relacionadas con el azúcar, con el fin de sustituir las importaciones o exportaciones de productos con características similares.

#### **1.1.1. Conocimiento y experiencia.**

En cuanto a mi idea de negocio no tengo ningún conocimiento y experiencia, pero veo mi idea de negocio como una oportunidad de estar en el mercado y satisfacer una necesidad del consumidor.

#### **1.1.2. Antecedentes en general de la idea de negocio.**

##### **Sector económico**

El sector económico al cual pertenece la empresa es el sector secundario, ya que transformamos la materia prima en un producto comercializable (producto lácteo).

Colombia cuarto productor de leche en América Latina con 6.500 millones de litros anuales Colombia se ha posicionado como el cuarto productor de leche con un volumen aproximado de 6.500 millones de toneladas por año, superado sólo por Brasil, México y Argentina. A nivel mundial, Colombia ocupa una posición privilegiada al ubicarse en el lugar número 151 dentro del ranking total de productores.

El volumen total de producción en Colombia pasó de 2.000 millones de litros en 1979 a 6,500 millones en 2010, con una tasa de crecimiento promedio de 3.5%. En algunos períodos esta tasa ha sido más alta, así por ejemplo entre 1979 y 1988. Según la clasificación de países del USDA, los países miembros de la UE se agrupan en un solo bloque. [www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co) / [proexport@proexport.com.co](mailto:proexport@proexport.com.co) Línea de Comercio Exterior: 900 331 0021 - 419 9450. Tels.: 57(1) 327 5454 - 560 0100 - Fax: 57(1) 3362890 Calle 28 No. 13 A - 15 / Piso 36 - Bogotá D.C., Colombia creció al 6%. Este incremento es considerable si se tiene en cuenta que el crecimiento vegetativo de la población

colombiana es inferior al 2% anual. La dinámica en la producción primaria se da gracias a las innovaciones en los sistemas de alimentación y manejo del ganado, mejoramiento genético de los hatos, principalmente por compras y renovación de especies altamente productivas. El aumento en la producción de leche en Colombia se ha dado conjuntamente con un incremento en el consumo de lácteos de la población.

En Colombia los procesadores lácteos disponen de diversos tipos de leche según las distintas regiones, que por sus variadas características y calidades composicionales garantizan un mayor rendimiento y pueden ser utilizados en la fabricación de una amplia gama de productos derivados, según las exigencias del mercado objetivo.

La legislación permite a las empresas del Sector Lácteo instalarse en cualquier lugar del país. A continuación encontrará los incentivos vigentes para el sector en Colombia, así como el régimen de Zonas Francas y los requisitos para que los proyectos puedan solicitar la declaratoria como Zona Franca. Adicionalmente encontrará información acerca del Plan Vallejo, sistema especial de importación y exportación, y contratos de estabilidad jurídica.

### 1.1.3. DOFA Personal.

<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Experimentar nuevas formas de adquirir ingresos.</li><li>• Arriesgarme invertir en nuevos negocios.</li><li>• Capacidad de aprender rápido e investigar.</li><li>• Cuando me propongo una meta, no me doy por vencida hasta cumplirla.</li></ul>	<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• No ser estar lo suficientemente seguro de lo que estoy proyectándome en un futuro.</li><li>• Miedo de exponer mis ideas frente a más personas.</li><li>• Sentir el miedo al fracaso.</li><li>• No tener una buena capacidad de administración de dinero</li></ul>
<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• El fracaso de no haber salido éxito en con la venta de tus duces en la escuela, te ayuda a ver que estas fallando y de analizar tu competencia.</li><li>• Haber adquirido experiencia laboral a corta edad, ayuda a entender y comprender como se lleva una organización.</li></ul>	<p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Personas que están en tu entorno pero te dicen que no eres lo suficientemente bueno para llevar algo acabo.</li></ul>

## **1.2. El promotor o promotores.**

### **1.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar.**

Crecí en el campo en medio de una familia que laboraba en el campo, mi abuela siempre nos deleitaba con sus ricos manjares de leche, de ahí parte mi idea de crear una empresa productora de arequipe agregando el sabor de borojo, aprovechando así los recursos que nos puede brindar el campo colombiano.

### **1.2.2. Factores sociales.**

Siempre he contado con el apoyo de mi familia cuando me propongo una meta, son mi fuente de inspiración, en esta idea de negocio me baso base la experiencia de mi abuela en elaborar su delicioso manjar de leche, ya que me encuentro estudiando quiero formalizar una empresa basada en la tradición familiar.

### **1.2.3. Factores económicos.**

Para llevar acabo mi idea de negocio, tomare como opción el financiamiento con una entidad Bancaria ya que por el momento no cuento con los recursos propios.

### **1.2.4. Factores tecnológicos.**

P&C BOROQUIP SAS es un producto de consumo final, ideal para todo tipo de personas de cualquier edad, útil en la lucha contra afecciones bronquiales, equilibra el azúcar en la sangre, controla la hipertensión arterial y posee otros beneficios. No sólo es eficaz en la lucha contra algunas enfermedades sino que al tener un alto nivel de aminoácidos, ayuda a nutrir al cuerpo, especialmente para personas que siguen dietas vegetarianas.

### **1.3. Análisis de las ideas preliminares.**

#### **1.3.1. Ventajas.**

Nuestro producto resultara interesante y diferente, de los demás que existen en el mercado, ya que será mucho más exquisito y además podrá ser consumido por las personas que no tienen la posibilidad de consumir el azúcar, fácil de adquirir y contará con un valor agregado que serán el borojo. Es de fácil producción y sus ingredientes son productos naturales propios de la región.

#### **1.3.2. Inconvenientes.**

En la actualidad el crecimiento económico es la prioridad para el estado colombiano, pero para lograr este crecimiento se ha dejado a un lado la agricultura e industria de alimentos y se ha enfocado más en la explotación de minerales; a esto hay que sumarle el aumento de la población que empieza a sufrir problemas relacionados con el azúcar. Hoy en día a los niños les gusta mucho las golosinas pero se están enfermando de hipoglicemia, la cual puede conducir a una diabetes temprana, todo por la sencilla razón del consumo exagerado de azúcar. En Sogamoso la industria de alimentos, más exactamente de lácteos no está muy bien desarrollada ya que solo cuenta con una empresa grande llamada Ángeles, las demás son caseras o micro y los enfermos de diabetes e hipoglicemia corresponden a un gran número de la población.

### 1.3.3. Justificación de la idea.

El proyecto se limita al montaje de una fábrica productora y comercializadora de arequipe de borojó sin azúcar, con el propósito de formular y evaluar la factibilidad de esta empresa en la región boyacense .

Este proyecto se ha realizado con el fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad Sogamoseña, debido a que se han mostrado deficiencias en la salud de los habitantes de la región provocadas por el alto consumo de dulces catalogando a la enfermedad provocada por esto en el 2 lugar de las enfermedades que provocan morbilidad en los sogamoseños entre 45 a 60 años y se estima que incrementa la presencia de esta enfermedad en jóvenes de 13 a 17 años en un 40% , sabiendo esto se hace necesario crear un dulce como el arequipe que no contenga azúcar y que además ofrezca nutrientes que contribuyan al sistema inmunológico y crecimiento de quienes lo consumen.

Al crear la empresa productora y comercializadora de arequipe de Borojó **“P&C BOROQUIP S.A.S”** con un estilo propio de la región pero con la innovación y creatividad de la juventud, pasado por un arduo y dedicado proceso de control de calidad, será objeto de una fácil salida al público y porque no, un producto de fácil exportación, contribuyendo a su vez con la generación de empleo, garantizando así al crecimiento de la economía boyacense y colombiana.

Para realizar la factibilidad de su implementación se requiere de la realización de encuestas a un nicho de mercado. De esta forma se puede proceder a su elaboración y expendio, garantizando el cubrimiento a este y otros sectores, dependiendo la capacidad de producción y la aceptación en otros mercados.

#### 1.4. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios.

Boroquip es un producto de consumo final, perecedero, arequipe 100% natural hecho a base de Borojó, principal ingrediente que contiene grandes atributos nutricionales tales como: vitamina C, hierro, fósforo, calcio; además de ser una fruta afrodisiaca.

Entre los sustitutos del arequipe de borojo encontramos otros tipos de arequipe con características semejantes; además de la mermelada, la gelatina y el flan.

**Mermelada:** Es un alimento en el que se aprovecha toda la pulpa de la fruta, por ello es de gran aporte energético para el organismo. Es cierto que no nos aportan grasas, lo cual puede ser un aliado saludable en el caso de los deportistas. Aparte de la energía que nos brinda, posee altas cantidades de fibra que ayuda a mantener un tránsito intestinal correcto y un organismo libre de toxinas. Además mejoraremos la absorción de las grasas en los alimentos.

**Gelatina:** Posee contenido de proteínas, se compone en su mayoría con algunas cantidades de agua y sales minerales, que aportan al organismo principalmente una gran cantidad de aminoácidos, especialmente glicina, con beneficios importantes: es antiinflamatorio y contribuye a la reparación de tejidos, entre otras propiedades.

**Flan:** alto aporte proteico, bajo aporte de grasa, alto contenido en minerales como el calcio que además de ayudarnos a mantener unos huesos fuertes intervendrá directamente en la absorción de las grasas por parte del organismo. Se debe destacar por su alto aporte energético aportando al organismo la fuerza necesaria para poder afrontar el día a día.

## **2. ESTUDIO GENERAL DEL BIEN O SERVICIO A DESARROLLAR.**

### **2.1. Antecedentes.**

El mercado mundial de productos lácteos se caracteriza por ser altamente monopolizado por grandes industrias lácteas, con una estricta regulación aunque con distorsiones en los precios de los productos generadas por los subsidios que otorgan los gobiernos que lideran la producción de este sector. Tanto Estados Unidos como la Unión Europea han sido afectados por políticas de sostenimiento de precios, las cuales han sido demasiado costosas y vienen siendo modificadas desde los años ochenta. Los límites máximos de producción y cuotas en la Unión Europea y medidas institucionales como el Government Dairy Termination Program en Estados Unidos, habrían contribuido a la disminución en la producción, a la concertación de la producción y a la mejoría de su competitividad (Nofal y Wilkinson, 1999).

La heterogeneidad de los patrones de consumo y sus características de hábitos y marcas, así como la importancia en la cadena de distribución (frío y comercialización) han hecho que los principales mercados potenciales sean atacados directamente con producción local, mediante la instalación y compra de plantas en cada mercado donde la competencia en la materia prima enfrenta condiciones similares (IER - IVIC, 2000, citado por Mojica, et. al, 2008).

Los estudios que se han adelantado en torno a la cadena láctea en el mundo, se refieren a que en muchos países, el grado de concentración de la cadena, ha permitido que se integren las operaciones de procesamiento y comercialización, encontrándose como estrategia el posicionamiento primero en el mercado nacional a través de economías de escala mientras se consolida la exportación de excedentes (Mojica et al, 2008)

Se observa un incremento de la población en las grandes ciudades de países en desarrollo, acompañado generalmente de un aumento del poder adquisitivo, que provoca un incremento en la demanda de alimentos, entre los que se encuentran la leche y sus derivados. Las razones como lo expresa Grunert et al, 2007, están en la percepción que el consumidor tiene frente al concepto de calidad del producto en relación a los atributos que encuentra; planteándose que la decisión de compra obedece mejor a un 40 comportamiento del consumidor y no a una decisión solamente de tipo económico. Como menciona Castro et al., 2002, factores como el suministro de energía eléctrica en zonas urbanas han hecho posible el consumo de productos lácteos, que se convierten entonces en productos de consumo frecuente pues se asegura la conservación de los mismos mediante la cadena de frío.

El arequipe, es conocido como un dulce tradicional en varios países de América Latina. En Chile se lo conoce como manjar, manjar de leche o manjar blanco; en Colombia y Venezuela se lo denomina arequipe; en Argentina, dulce de leche, en Brasil, doce de leite y en México y Centroamérica como cajeta<sup>5</sup>.

La producción y comercialización de dulce de leche es un negocio de tamaño pequeño dentro del total del subsector lácteo. Se encontró que la mayoría de países que lo producen lo hacen para el consumo interno. Los estudios considerados, reportan que Argentina es el país más representativo en la producción y con mejor posicionamiento en el mercado, razón por la cual, la mayoría de información respecto a este producto hace referencia a ese país. Durante el año 2003, la producción de dulce de leche en Argentina representó un 2% del total de litros producidos. 5 Cajeta es el nombre derivado de la caja de madera que se utilizaba para empacarlo <sup>50</sup>

La producción del dulce de leche se ubica en niveles promedio de 100.000 ton. /año. Su nivel máximo se dio en el año 1999, cuando se produjeron 114.000 ton. A partir de 2000, se mantuvo constante alrededor de 105.000 ton.

Las importaciones de dulce de leche de los Estados Unidos, son muy difíciles de determinar, debido a que se encuentra incluido en una posición arancelaria, que incluye otros derivados de la leche. No obstante para el 2002, las importaciones totales tuvieron un valor de US\$ 703.600 para la posición 1901.90.42 - dulce de leche (Dirección Alimentaria de Argentina, 2006). Los principales países proveedores de esta posición arancelaria para el país austral son: Italia, Indonesia, Venezuela y Argentina como se indica en la tabla 8.

Según lo reportado por Mojica et al, 2008, el dulce de leche, fue incluido en los caramelos M&M como nuevo sabor, usado además en sabores de helado, apuntándole al mercado de 35 millones de latinos que viven en Estados Unidos, y que poseen un poder adquisitivo de \$325 mil millones a partir del censo del año 2000. Como producto sustituto, para el caso de Estados Unidos, está el peanut butter o manteca de maní, ampliamente distribuido. El dulce de leche es comúnmente definido como “salsa de caramelo con sabor más fuerte”, para que el consumidor lo identifique respecto del sustituto “caramel”, que generalmente es incluido en productos de confitería y panificación.

## **2.2. Análisis DOFA.**

### 2.2.1. Análisis DOFA empresarial.

#### **Fortalezas:**

- Gran infraestructura
- Recursos Financieros

#### **Debilidades:**

- Dirección estratégica
- Servicio al Cliente
- Mayores Costos

#### **Oportunidades:**

- Desarrollo de nuevos productos
- Crecimiento del mercado interno y externo.

#### **Amenazas:**

- Entrada de competidores extranjeros
- Bajos precios en la competencia
- Altos costos en la adquisición de nuevas tecnologías.

### 2.2.2. Análisis DOFA estratégico.

#### **Estrategias FO**

Aprovechar las plataformas tecnológicas seguir en el desarrollo de nuevos productos saludables y con mayores valores agregados para los consumidores. Desarrollo de nuevos mercados en Colombia.

#### **Estrategias FA**

Desarrollo de estrategias encaminadas al fortalecimiento de la marca en los mercados locales

#### **Estrategias DO**

Fortalecer la dirección estratégica en los mercados actuales

Alinear la dirección con el servicio al cliente para lograr un soporte firme en los mercados locales

#### **Estrategias DA.**

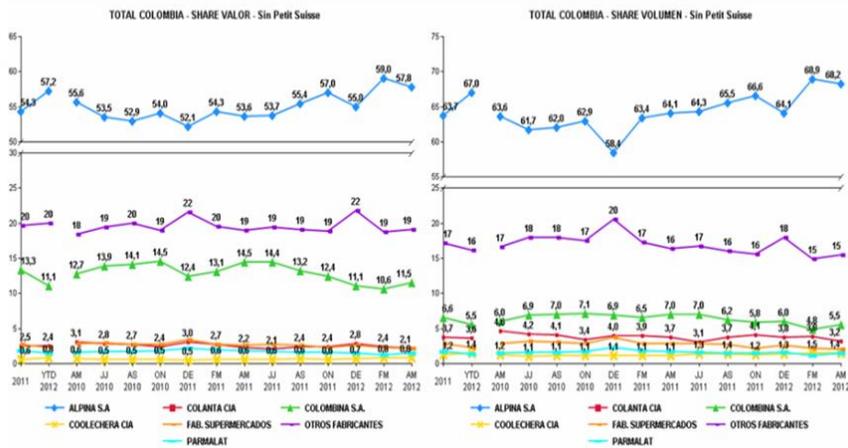
Fortalecimiento de la dirección estratégica que permita alinear y bloquear la competencia extranjera.

**2.3. Reseña de su evolución: origen, usos, competencia, sustitución y complementariedad.**

**2.3.1. Origen.**

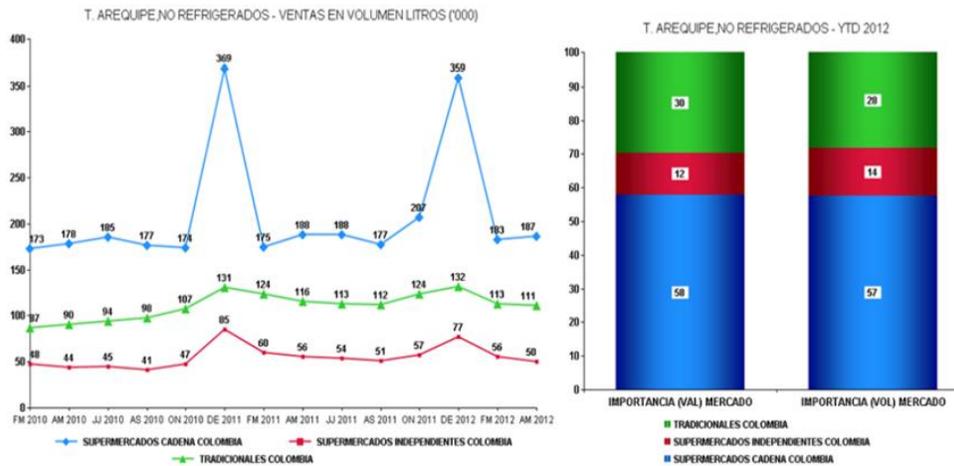
A continuación se observa la venta de arequipe por empresa y los sitios donde comúnmente se ofrece el arequipe:

Gráfico 1. Nielsen Abril – Mayo 2012, Share en Valor y Volumen Arequipes – Sin Petit Suisse



Fuente: Nielsen Colombia 2012

Gráfico 2. Nielsen Abril – Mayo 2012, Share en Valor por canales Colombia.



Fuente: Nielsen Colombia 2012

Las empresas productoras de arequipe realizan proceso de elaboración con características similares y beneficios nutritivos que permiten el cuidado del ser humano, por esta razón se decidió hacer un análisis de los componentes y procedimientos utilizados en dichas empresas, para ello se elabora un cuadro comparativo de tal forma que nos muestre las ventajas y desventajas de nuestro producto con relación a los demás.

Tabla N° 1. Análisis de la oferta actual

ANALISIS DE LA OFERTA ACTUAL				
NOMBRE DEL PRODUCTOR	BOROQUIP	ALPINA	PESLAC	COLANTA
COMPONENTES				
Leche	X	X	X	X
Azúcar		X	X	X
Bicarbonato de Sodio	X	X	X	X
Frutas	X	X		
Glucosa		X	X	X
Canela	X			
Esencia de vainilla		X	X	X
Edulcorante	X			

### 2.3.2. Usos.

BOROQUIP es un producto de consumo final, ideal para todo tipo de personas de cualquier edad, útil en la lucha contra afecciones bronquiales, equilibra el azúcar en la sangre, controla la hipertensión arterial y posee otros beneficios. No sólo es eficaz en la lucha contra algunas enfermedades sino que al tener un alto nivel de aminoácidos, ayuda a nutrir al cuerpo, especialmente para personas que siguen dietas vegetarianas.

### 2.3.3. Competencia.

**Alpina:** cuenta con todo tipo de productos para todas las edades, gustos y apropiados para cada necesidad. Cuenta con el más variado catálogo de productos alimenticios para toda la familia, especialmente de derivados lácteos y bebidas. Alpina está presente en Colombia desde 1945 y en sus inicios el producto principal era el queso el cual se elaboraba manualmente. A partir de ese momento Alpina se ha convertido en una organización que en su fabricación ha incluido cada vez más productos que se adaptan a la necesidad y gusto de cada uno de sus consumidores. Los productos representativos de Alpina son:

**La leche y sus derivados:** leche entera, semidescremada, enriquecida, deslactosada, entre otras.

**Los derivados lácteos son:** yogures, bebidas lácteas, kumis, variedad de quesos, leches saborizadas, arequipe y avena, etc. Entre los productos de Alpina también hay dulces y postres como la gelatina, flan y alpinette.

El Arequipe Alpina es un dulce de leche de textura suave, y delicioso sabor, elaborado a partir de leche entera higienizada y azúcar principalmente. Por su contenido de carbohidratos aporta energía, la cual es necesaria para realizar todas las actividades del día. Arequipe Alpina aporta 100 calorías por porción de 30 g; un adulto sano requiere aproximadamente 2000 calorías diarias para cumplir con sus funciones vitales.

Además al ser un lácteo, Arequipe Alpina aporta naturalmente calcio. El calcio es un mineral esencial para el mantenimiento de huesos. Este dulce también está disponible en otras presentaciones.

**Estrategia Publicitaria:** Manejan todo tipo de redes sociales en las que sobresalen Facebook, twitter, YouTube; allí interactúan con los clientes y la mejor estrategia que poseen es que relacionan al cliente con el producto. Además de las redes sociales, no cabe duda que usa todos los medios de comunicación para llegar al consumidor.

#### 2.3.4. Complementariedad.

**2.3.4.1. Presentación:** El empaque del producto será en vaso herméticamente sellado, el cual podrá ser reutilizado como vaso o copa con el fin de ayudar al medio ambiente. Las medidas del envase están diseñadas para una capacidad de 50 gr, 250 gr y 500 gr ya que el arequipe “BOROQUIP” se venderá también en tamaño familiar. La presentación del producto sería así.



**2.3.4.2. Composición:** El arequipe de borojó “BOROQUIP” es un producto hecho a base de leche, azúcar, bicarbonato, sal, canela, y su principal ingrediente, el Borojó. Una porción (cucharada) de “BOROQUIP” contiene:

**Tabla N° 2. Composición Boroquip.**

<b>CANTIDAD POR PORCION</b>	
Calorías 100	Calorías de grasa 20
Grasa total 2 gr	3%
Colesterol <5 mg	1%
Sodio 15 mg	1%
Carbohidrato total 17 gr	6%
Azúcares 2 gr	
Proteínas 2 gr	4%
Vitamina A 0%	Vitamina C 3%
Calcio 4%	Hierro 2%

**2.3.4.3. Producto:** Boroquip es un producto de consumo final, perecedero, arequipe 100% natural hecho a base de Borojó, principal ingrediente que contiene grandes atributos nutricionales tales como: vitamina C, hierro, fósforo, calcio; además de ser una fruta afrodisiaca.

- **Sustitutos:** Entre los sustitutos del arequipe de borojo encontramos otros tipos de arequipe con características semejantes; además de la mermelada, la gelatina y el flan.
- **Mermelada:** Es un alimento en el que se aprovecha toda la pulpa de la fruta, por ello es de gran aporte energético para el organismo. Es cierto que no nos aportan grasas, lo cual puede ser un aliado saludable en el caso de los deportistas. Aparte de la energía que nos brinda, posee altas cantidades de fibra que ayuda a mantener un tránsito intestinal correcto y un organismo libre de toxinas. Además mejoraremos la absorción de las grasas en los alimentos.
- **Gelatina:** Posee contenido de proteínas, se compone en su mayoría con algunas cantidades de agua y sales minerales, que aportan al organismo principalmente una gran cantidad de aminoácidos, especialmente glicina, con beneficios importantes: es antiinflamatorio y contribuye a la reparación de tejidos, entre otras propiedades.
- **Flan:** alto aporte proteico, bajo aporte de grasa, alto contenido en minerales como el calcio que además de ayudarnos a mantener unos huesos fuertes intervendrá directamente en la absorción de las grasas por parte del organismo. Se debe destacar por su alto aporte energético aportando al organismo la fuerza necesaria para poder afrontar el día a día.

#### 2.3.4.4. **Complementarios:** Podrían ser productos complementarios del Arequipe de borojo:

- **Queso:** Es un producto fresco o madurado, sólido o semisólido, obtenido a partir de la coagulación de la leche (a través de la acción del cuajo u otros coagulantes, con o sin hidrólisis previa de la lactosa) y posterior separación del suero. (Código alimentario). El queso comparte casi las mismas propiedades nutricionales con la leche, excepto porque contiene más grasas y proteínas concentradas. Además de ser fuentes proteicas de alto valor biológico, se destaca por ser una fuente importante de calcio y fósforo, necesarios para la re mineralización ósea.
- **Galletas de Soda:** Las galletas saladas son un alimento rico en sodio ya que 100 g. de este aperitivo contienen 950mg. de sodio. Este alimento también tiene una alta cantidad de carbohidratos. Entre las propiedades nutricionales de las galletas saladas cabe destacar que tiene los siguientes nutrientes: hierro, proteínas, calcio, de fibra, potasio, trazas de yodo, zinc, vitamina A, vitamina B1, vitamina B2, vitamina B3, vitamina B5, vitamina B6, vitamina B7, B9, vitamina B12, de vitamina C, vitamina D, vitamina E, vitamina K y fósforo.
- **Obleas:** Es una hoja muy delgada de una masa hecha con harina y agua y sin levadura. Se atribuye a las obleas muchas propiedades extraordinarias o mágicas. Su presencia en la casa durante las celebraciones asegura a la familia éxito, alegría, paz y sobre todo amor. Son anuncio de bienestar, buena cosecha, abundancia de pan. Se cree que a quien comparte la oblea nunca le faltará el pan y que lo podrá compartir con otras personas.

## **2.4. Evaluación natural del entorno:**

### **2.4.1. Factores Políticos y legales.**

#### **2.4.1.1. Organización.**

Este estudio representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ayuda a comprender la forma en que se operará la estrategia de dentro de la organización. A continuación conoceremos el direccionamiento estratégico de la organización, su estructura organizacional, perfil de cargos, el marco jurídico legal y el desarrollo del talento humano que nos permitirá ver de una manera más clara la funcionalidad interna y nos ubicará dentro de la empresa.

#### **2.4.1.2. Objetivo General.**

Evaluar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de arequipe de Borojó “**BOROQUIP**” en la ciudad de Sogamoso-Boyacá.

#### **2.4.1.3. Objetivos Específicos.**

- Definir el tamaño del proyecto.
- Identificar el producto a comercializar.
- Realizar el estudio de mercado al arequipe de corajo.
- Elaborar un estudio técnico que determine de forma adecuada el tamaño, localización, ingeniería y organización del proyecto.
- Efectuar un estudio financiero que determine la inversión y conveniencia del proyecto.
- Definir los aspectos jurídicos y administrativos necesarios para una adecuada operación del proyecto.

#### **2.4.1.4. Políticas.**

Estas van enfocadas a:

- Alcanzar un servicio rápido y eficiente siempre y cuidando cada paso del proceso, los modales y el comportamiento para con el cliente.
- Proporcionar al cliente un producto sano de excelente sabor y nutritivo.
- El emprendimiento social y económico mediante la generación de empleo.
- Garantizar una adecuada conservación del medio ambiente.

#### **2.4.1.5. Políticas de calidad:**

- Alcanzar los estándares más altos de calidad mediante la instauración de un sólido sistema de Gestión de Calidad.
- Liderar el mercado regional de los alimentos abasteciéndolo con productos frescos, saludables y reconocidos por su Calidad y Sabor.
- Aspirar a la mejora continua apoyados por el seguimiento de indicadores de calidad y la permanente cualificación del proceso y personal.

#### **2.4.1.6. Políticas de seguridad laboral:**

- Mantener la seguridad e higiene durante las operaciones es una condición indiscutible para su realización.
- Mantener una gestión sólida mediante capacitaciones y en detección, medición y eliminación de riesgos.

#### **2.4.1.7. Políticas de personal:**

- Buscar y fomentar el desarrollo individual de nuestros colaboradores
- Identificar las necesidades de capacitación
- Establecer normas de convivencia
- Puntualidad

- Solucionar los conflictos internos
- Transformar cada ámbito de trabajo en ambiente familiar, agradable, cálido
- Solucionar los conflictos internos
- Realizar mediciones periódicas de desempeño del personal

## **2.4.2. Factores Económicos, Sociales y demográficos.**

### **2.4.2.1. Macro localización.**

Se pretende establecer la mejor ubicación de la fábrica de arequipe BOROQUIP, para ello hay que tener en cuenta la existencia de algunos criterios para desarrollar este importante proceso de selección; para esto se utilizara; la matriz de factores. En este sentido se debe establecer que es lo primordial para la empresa: la ubicación de los clientes más afectados (zona periférica o urbana de Duitama, Paipa o Sogamoso) o la ubicación de las materias primas (principalmente en departamentos como Cundinamarca y valle del cauca). Después de finalizado este proceso se analizan factores internos o externos que puedan afectar directamente la decisión, entre ellos: los políticos, los económicos, sociales, ambientales y culturales.

Con la anterior descripción del proceso a seguir, enumeramos los factores que afectan la ubicación de la planta.

### **2.4.2.2. Económicos.**

Para los factores económicos se debe realizar un análisis del comercio de las ciudades, los costos de la tierra, así como también el costo de realizar construcciones, también los pronósticos de crecimiento económico de la ciudad y por supuesto las tarifas de servicio público.

### **2.4.2.3. Geográficos y estructurales**

- **Vías de acceso:** es importante que nuestros clientes no se vean afectados por las vías de acceso para el transporte del arequipe de borojo, debido a que se hacen necesarias unas carreteras con total disponibilidad y en un estado óptimo para que los productos se mantengan en las mejores condiciones desde la fábrica y hasta los puntos de venta y no se presenten posibles inconvenientes con los clientes.

- **Proximidad a los clientes:** La proximidad a los clientes es clave debido a que nuestra competencia cuenta con distribuidoras que facilitan la compra del producto lo que puede crear una pérdida de clientes debido a la facilidad de distribución de las mismas y de adquisición de los productos.
- **Proximidad a proveedores:** Las materias primas necesarias para la elaboración del arequipe en una proporción son traídas de otros departamentos como valle del cauca y Cundinamarca lo cual nos puede generar una desventaja competitiva frente a las demás empresas productoras de arequipe.

Además las condiciones del terreno propias de cada ciudad así como los aspectos meteorológicos.

#### **2.4.2.4. Servicios públicos.**

Debido a las características que necesita la planta para poder funcionar de una manera eficiente, es importante definir cuál es por ejemplo la potencia de la energía que ofrece cada ciudad, este uno de los servicios más importantes, así como también las comunicaciones que ofrecen las ciudades y sin dejar de lado la calidad del recurso hídrico que provee el acueducto.

#### **2.4.2.5. Políticos.**

Si una de las ciudades dentro de sus políticas gubernamentales considera incentivos por la generación de empleo o rebajas en los impuestos con respecto a las demás será una ventaja competitiva a favor del proyecto.

#### **2.4.2.6. Socioculturales.**

- **Mano de obra:** En cuanto a la mano de obra es importante definir qué personal presenta más conocimiento en el campo del arequipe, para así lograr capacitar al personal y fortalecer los conocimientos.
- **Nivel de salarios:** El nivel de salarios permite establecer también un parámetro de decisión, debido a que este viene dado por un patrón salarial establecido por la ley; independientemente de su nivel académico, estrato social, religión, edad o género.

### 2.4.2.7. Ambientales.

**Condiciones ambientales:** Es importante establecer en donde se pueden presentar mayores dificultades para la construcción y puesta en marcha de BOROQUIP debido a las reglamentaciones de tipo ambiental; ya que se debe controlar desperdicios y agentes contaminantes que afecten el equilibrio natural del ecosistema.

**2.4.2.8. Factores Demográficos (Microambiente):** En el estudio de micro localización se eligen los sectores más apropiados dentro de la ciudad seleccionada por la macro localización, en este caso Sogamoso, ubicada en el departamento de Boyacá. En este municipio se cuentan tres opciones de locales que cumplen con las condiciones mínimas para poder llevar a cabo la puesta en marcha de BOROQUIP

Ahora aplicaremos la matriz de factores para definir el lugar más propicio para la ubicación de la planta, esto debido a que el principal componente de la preselección de los lugares de ubicación son los estratos socio económicos de los sectores de Sogamoso.

Los criterios para el micro localización se muestran a continuación:

- Accesibilidad la planta
- Redes de energía eléctrica, acueducto, alcantarillado y comunicación.
- Aceptación de la comunidad
- Facilidad de permisos.
- Valor de terrenos.

**Tabla N° 3. Evaluación de las alternativas de localización**

EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO	LOCALIDAD			PESO*CALIFICACIÓN		
		Zona Industrial	Vanegas	Centro	Zona Industrial	Vanegas	Centro
Valor del Terreno	0,04	45	65	36	1,8	2,6	0,072
Tarifas de los Servicios Públicos	0,05	21	35	34	1,05	1,75	0,0525
Accesibilidad al Parque	0,3	25	63	45	7,5	18,9	2,25
Condiciones del Terreno	0,1	12	85	65	1,2	8,5	0,12
Disponibilidad de Agua	0,2	36	96	11	7,2	19,2	1,44
Potencia Energía Eléctrica	0,015	36	85	13	0,54	1,275	0,0081
Impuestos	0,02	25	95	32	0,5	1,9	0,01

Aceptación de la Comunidad	0,01	23	64	85	0,23	0,64	0,0023
Políticas ambientales	0,03	75	75	75	2,25	2,25	0,0675
Estrato Socioeconómico	0,235	65	65	65	15,275	15,275	3,589625
	1				37,545	72,29	7,612025

**Tabla N° 4. Evaluación de las alternativas de localización.**

EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO	LOCALIDAD			PESO*CALIFICACIÓN		
		PAIPA	DUITAMA	SOGAMOSO	PAIPA	DUITAMA	SOGAMOSO
Mano de Obra	0,09	30	60	70	2,7	5,4	6,3
Insumos	0,09	60	70	80	5,4	6,3	7,2
Tarifas de los Servicios Públicos	0,09	40	60	80	3,6	5,4	7,2
Políticas de Desarrollo	0,07	70	80	90	4,9	5,6	6,3
Comercio	0,08	79	75	70	6,32	6	5,6
Desarrollo Industrial	0,09	30	45	80	2,7	4,05	7,2
Vías de Comunicación	0,18	80	75	70	14,4	13,5	12,6
Disponibilidad de Agua	0,09	40	45	40	3,6	4,05	3,6
Servicios de Comunicación	0,04	60	70	80	2,4	2,8	3,2
Potencia de la Energía Eléctrica	0,06	70	75	80	4,2	4,5	4,8
Impuestos	0,05	80	85	80	4	4,25	4
Incentivos por Generación de Empleo	0,07	30	40	60	2,1	2,8	4,2
<b>Total</b>	<b>1</b>				<b>56,32</b>	<b>64,65</b>	<b>72,2</b>

En este método la ciudad elegida es **SOGAMOSO** la cual presenta una calificación más alta que las demás ciudades, es decir, 72.2.

### 2.4.3. Análisis de riesgo

Haciendo un análisis de los factores de riesgo que puede estar expuesto por nuestro producto se establecieron los siguientes:

- 2.4.3.1. **Exposición:** Frecuencia con que las personas o la estructura entran en contacto con los factores de riesgo.
- 2.4.3.2. **Factor de Ponderación:** Se establece con base en los grupos de usuarios de los riesgos que posean frecuencias relativas proporcionales a los mismos. Factor de Riesgo: Es todo elemento cuya presencia o modificación aumenta la Probabilidad de producir un daño a quien está expuesto a él.

- 2.4.3.3. Factor de Riesgo Físico:** Son todos aquellos factores ambientales de Naturaleza física que pueden provocar efectos adversos a la salud según sea la Intensidad, exposición y concentración de los mismos.
- 2.4.3.4. Factor de Riesgo Químico:** Toda sustancia orgánica e inorgánica, natural o Sintética que durante la fabricación, manejo, transporte, almacenamiento o uso Puede incorporarse al aire ambiente en forma de polvos, humos, gases o Vapores, con efectos irritantes, corrosivos, asfixiantes o tóxicos y en cantidades Que tengan probabilidades de lesionar la salud de las personas que entran en Contacto con ellas.
- 2.4.3.5. Factor de Riesgo Biológico:** Todos aquellos seres vivos ya sean de origen Animal o vegetal y todas aquellas sustancias derivadas de los mismos Presentes en el puesto de trabajo y que pueden ser susceptibles de provocar Efectos negativos en la salud de los trabajadores. Efectos negativos se pueden Concertar en procesos infecciosos, tóxicos o alérgicos.
- 2.4.3.6. Factor de Riesgo Psicosocial:** Se refiere a aquellos aspectos intrínsecos y Organizativos del trabajo y a las interrelaciones humanas, que al interactuar con Factores humanos endógenos (edad, patrimonio genético, antecedentes Sicológicos) y exógenos (vida familiar, cultural, etc.) tiene la capacidad potencial De producir cambios psicosomáticos (fatiga, dolor de cabeza, hombros, cuello, Espalda, propensión en la úlcera gástrica, la hipertensión, la cardiopatía, Envejecimiento acelerado).

De acuerdo con la Resolución 1016 de 1989 del Ministerio de Protección Social Plantea el término “Factores de Riesgo Psicosocial” como no siempre la Empresa tiene los recursos para abordar en forma integral los factores de riesgo Propios de las condiciones de vida en general se restringió el concepto a los Factores agresivos que genera directamente la organización. De ahí que se Utilice el término factores de riesgo Psi colabórales, en vez de psicosociales.

- 2.4.3.7. Factor de Riesgo por Carga Física:** Se refiere a todos aquellos aspectos de la organización del trabajo de la estación o puesto de trabajo y de su diseño a que Pueden alterar la relación del individuo con el objeto técnico produciendo Problemas en el individuo en la secuencia de uso o la producción. Factores de Riesgo Mecánico: Objetos, máquinas, equipos, herramienta que Sus condiciones de funcionamiento, diseño o por la forma, tamaño, ubicación y Disposición del último tienen la capacidad

potencial de entrar en contacto con Las personas o materiales, provocando lesiones en los primeros o daños en los Segundos.

**2.4.3.8. Factor de Riesgo Eléctrico:** Se refiere a los sistemas eléctricos de las Máquinas los equipos que al entrar en contacto con las personas o las Instalaciones y materiales pueden provocar lesiones a las personas y daños a la Propiedad.

**2.4.3.9. Factor de Riesgo Locativo:** Condiciones de las instalaciones o áreas de Trabajo que bajo circunstancias no adecuadas pueden ocasionar accidentes de Trabajo o pérdidas para la empresa.

#### **2.4.4. Cambios tecnológicos**

Hoy en día existen avances tecnológicos que ayudan a las industrias a estar a la altura de las circunstancias

La industria y los procesos productivos han cambiado. Durante años, los productos solían ser más estandarizados, demandaban más consistencia y predictibilidad, y las cadenas de producción eran más estables. La eficiencia y la calidad eran los únicos requisitos para competir en el mercado.

La demanda es más volátil, teniendo como consecuencia productos más diversos con ciclos de producción cortos y con la necesidad de ser expuestos en el mercado con mayor rapidez.

A la par de estos cambios, se han dado algunos **avances tecnológicos que ayudan en la actualidad a las industrias a estar a la altura de las circunstancias**. Entre estos cambios, en los que se embarcan desde empresas de cuchillas industriales hasta cualquier otro negocio, se pueden encontrar los siguientes:

**La nube es un elemento esencial de la industria actual.** Plataformas como Legacy necesitan un mantenimiento constante, lo cual implica una inversión permanente para tratar de estar actualizados con las demandas de la industria actual. Estas plataformas fueron creadas con tecnología obsoleta y pensadas para modelos de negocio anticuados.

**La nube unifica la información que está repartida en distintos lugares** y proporciona una seguridad, agilidad, accesibilidad y capacidades de ampliación sin precedentes. Estas ventajas

liberan a las empresas de enfocarse en departamentos de tecnologías de la información para concentrarse en el propósito clave: la manufactura.

### **El Internet de las cosas**

La interconectividad entre las cosas y los seres proporciona mejores análisis, información valiosa y la capacidad de tomar decisiones más rápidas e informadas. Esta tecnología está destinada a **cambiar la manera en la que las industrias diseñan, planifican, crean y distribuyen sus productos.**

### **Análisis de Datos.**

El análisis de datos conecta distintos puntos y los presenta de una manera en la que puedan ser estudiados. Esta tecnología se vuelve cada vez más poderosa y es crítica en el mundo obsesionado con la Big Data. Una vez analizada, **esta información puede ser dada a las máquinas industriales para que operen de manera más eficiente.**

### 3. EL MERCADO

#### 3.1. Estudio del mercado.

Se hace necesaria la identificación del arequipe a fabricar, ya que sus propiedades serán los que representaran la cobertura de las necesidades de los clientes potenciales, referenciando sus características y aspectos relevantes a su producción.

##### 3.1.1. Objetivo General.

Evaluar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de arequipe de Borojó “**BOROQUIP**” en la ciudad de Sogamoso-Boyacá.

##### 3.1.2. Objetivos Específicos.

- Definir el tamaño del proyecto.
- Identificar el producto a comercializar.
- Realizar el estudio de mercado al arequipe de borojó.
- Elaborar un estudio técnico que determine de forma adecuada el tamaño, localización, ingeniería y organización del proyecto.
- Efectuar un estudio financiero que determine la inversión y conveniencia del proyecto.
- Definir los aspectos jurídicos y administrativos necesarios para una adecuada operación del proyecto.

### 3.2. Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán.

El arequipe se cataloga como un mercado de demanda directa que a su vez sirve como complemento para la industria de los sabores al ser empleado como materia prima que entra a ser parte de otros alimentos, por ejemplo, en heladería, chocolatería y bebidas saborizadas. Al respecto, en el mercado colombiano varias empresas han adelantado investigaciones tendientes a la diversificación de este producto con cambios en la consistencia o formulación, de manera que se obtienen alternativas económicas destinadas a la utilización como producto institucional.

La producción de arequipe en Colombia para el año 2004 correspondió a 9215 toneladas y desde entonces ha mantenido un discreto crecimiento, uno de los principales departamentos en su elaboración es Cundinamarca, el cual se consolida como principal exportador en el año 2014.

### 3.3. Marcas, empaque, etiqueta, color y calidad

**3.3.1. Marca:** sabiendo que la marca es el logotipo, imagen, nombre o signo que sirve para distinguir los productos o servicios como a sus fabricantes o comercializador de la competencia el nombre será "BOROQUIP" y su logotipo será el siguiente.



**3.3.2. Empaque:** el empaque del producto será en vaso herméticamente sellado reutilizable. Las medidas del envase son para una capacidad de 50 gr, 250 gr y 500 gr.

**3.3.3. Etiqueta:** la etiqueta contiene la información relevante sobre el producto. Para nuestro arequipe de borojó "BOROQUIP" la etiqueta será de la siguiente manera conteniendo la información nutricional, ingredientes, fabricante.



**3.3.4. Color:** Atributo determinante en la aceptación o rechazo del producto por parte del comprador y/o consumidor; en este caso el color del arequipe será el tradicional con la adición de unas pequeñas manchas cafés generadas por el borojó, la contextura del arequipe se mantendrá igual al tradicional. Este arequipe puede ser tradicional o de color blanco si así lo desea el cliente.

**3.3.5. Calidad:** Se garantiza el 100% de calidad, ya que el producto cumple con todos los requisitos de salubridad, además los componentes del arequipe son totalmente naturales, no contiene ningún tipo de colorante, esto con el fin de que el consumidor satisfaga las expectativas que tiene frente al producto.

### 3.4. Fuentes De Abastecimiento De Insumos.

#### 3.4.1. Simes S.A

Empresa dedicada al desarrollo, fabricación y comercialización de equipos de procesos alimenticios entre ellos el arequipe.

- ✓ Un Mezclador con capacidad de 50 Kg. por hora
- ✓ Un caldero
- ✓ Una Balanza con capacidad de 25 Kg.
- ✓ Un equipo de enfriamiento de 5000 BTU
- ✓ Dos mesas de acero
- ✓ Licuadora semi – industrial.

**3.4.2. Mercado libre:** Empresa argentina dedicada a la intermediación entre usuarios inscritos a su servicio de compras, ventas, pagos y subastas por Internet.

- ✓ Envases plásticos transparentes y blancos para arequipe, desde 200ml, 1 lit., 1/2 lit., 1/4 lit.,
- ✓ Botas, alfombras sanitarias, mascarillas, guantes y gorros descartables.
- ✓ Termómetros de canastilla y digital, lactodensímetros, acidímetros, pipetas, probetas, buretas y tubos de ensayo.

**3.4.3. Sistemas De Distribución:** El sistema de comercialización empleado para Boroquip será:

- ✓ Proveedor – Consumidor Final.
- ✓ Proveedor – Minorista – Consumidor Final.
- ✓ Proveedor – Mayorista – Consumidor Final.
- ✓

Para ello se hace necesaria la adquisición de furgones con la adecuación necesaria (condiciones de higiene y conservación especial), para el transporte del arequipe.

**3.4.4. Precios y Costos:** Los Precios determinados para Boroquip se basaran en la “Estructura de Costos de la empresa” debido a que no se posee una competencia directa que elabore el mismo producto.

### **3.5. La Demanda.**

#### **Tamaño de la Muestra.**

El tamaño de la muestra debía ser lo suficientemente representativa para que nos permitiera observar el comportamiento real de la población frente a nuestras variables de interés.

Según la estadística descriptiva que considera el tratamiento de muestras mayores a 30 datos como poblaciones infinitas con comportamiento similar a variables normales, se definió a nuestra población como infinita pues el estudio se realizaría con base a todos los habitantes que habitan la ciudad de Sogamoso.

### 3.5.1. Muestra piloto.

Con él animo de validar el diseño previo de la encuesta, se planteó aplicar 100 encuestas relacionadas con el estudio de la demanda en el municipio de Sogamoso. Posteriormente se evaluó la interpretación que los encuestados le dieron a cada una de las preguntas, con el objetivo de modificar el diseño de la encuesta con miras a recolectar información con mayor grado de validez para el estudio.

### 3.5.2. Tamaño de la muestra para la encuesta de demanda.

En los estudios de mercados muy pocas veces se trabaja con la población total o universo. Entonces tenemos que calcular el tamaño de una muestra que nos permita hacer un trabajo a menor tiempo y a un costo más bajo. Una de las condiciones básicas de la muestra es que esta sea una parte de la población, pero sus elementos deben ser elegidos al azar para que proporcione una seguridad estadística de que sus resultados puedan representar realmente al universo, siempre que ello se compruebe con un test de hipótesis.

Para ello, lo usual es hacer uso de la fórmula de la muestra, la cual nos permite obtener un número representativo del grupo de personas que queremos estudiar.

Teniendo en cuenta la información anterior y para un total de población potencial de: 117.094 habitantes del municipio de Sogamoso, se entiende que se trata de una población infinita, puesto que esta cantidad supera a los 100 mil habitantes y para la determinación de muestra, se toma la expresión matemática correspondiente a este tipo de situación que es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{\epsilon}$$

Dónde:

**n:** Tamaño de la muestra.

**Z: nivel de confianza:** mide la confiabilidad de los resultados. Lo usual es utilizar un nivel de confianza de 95% (1.96). Mientras mayor sea el nivel de confianza, mayor confiabilidad tendrán los resultados, pero, por otro lado, mayor será el número de la muestra.

**E: grado de error:** Precisión de la estimación evaluada según el juicio de los investigadores (error muestral). Se consideró un error aceptable del 10% o (0.1) unidades en los datos de las proporciones para el cálculo del tamaño de la muestra.

**p: probabilidad de ocurrencia:** probabilidad de que ocurra el evento, el cual será del (0,5), según los datos de la prueba piloto.

**q: probabilidad de no ocurrencia:** probabilidad de que no ocurra el evento, el cual será del 10% o (0,1), según los datos de la prueba piloto.

### 3.5.3. Determinación de la muestra

Según el DANE Sogamoso cuenta con una población de 117.094 habitantes.

$$N=117.094$$

Nivel de confianza= 95%

$$Z=1,96 \quad e=10\% \quad 0,1 \quad p=0,5 \quad q=0,1$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50,5}{(0,1)^2} \quad n = \frac{3,84 * 0,25}{0,01} = \frac{0,96}{0,01} = 96$$

$$n = \frac{96}{1 + \frac{96-1}{117.094}} = \frac{96}{1 + \frac{1+95}{117.094}} = \frac{96}{1 + 0,4222222222} = \frac{96}{1,4222222222}$$

**n= 96 personas a encuestar  $\sum$  100.**

### 3.5.4. Factores que afectan la demanda.

En la demanda de la creación de una empresa de fabricación y comercialización de arequipe de borjón presentados en el área Sogamoso influyen ciertos factores, los cuales al analizarlos nos permite comprender la demanda histórica, la demanda actual y la demanda futuro del producto.

- Gustos y preferencias.
- Precios.
- Calidad.

- Funcionalidad del producto.
- Niveles de ingresos de los clientes.

### 3.5.5. Segmentación del mercado.

La segmentación del mercado se realizará para determinar a los clientes potenciales que tengan características comunes dentro de las diferentes variables, como son: variables demográficas, geográficas, socioeconómicas y conductuales.

Tabla N° 5. Segmentación.

GRUPOS DE EDAD	RANGO	TOTAL	% población	% Clientes directos
PRIMERA INFANCIA	0—5	12465	11	11
INFANCIA	6 – 12	16580	14	14
ADOLECENTES	13—17	11553	10	68
JOVENES	18—26	16435	14	
ADULTOS	27—66	51756	44	
ADULTOS MAYORES	MAS DE 67	8305	7	7
TOTALES		117094	100	100

### 3.5.6. Variables demográficas.

Estas variables se refieren al sexo, edad, estado civil, la religión, la raza etc.

### 3.5.7. Variables socio-económicas.

Se refieren a términos de ocupación, renta, nivel de estudios.

### 3.5.8. Variables geográficas.

La fabricación y comercialización de arequipe de borojón en la zona urbana de la ciudad de Sogamoso.

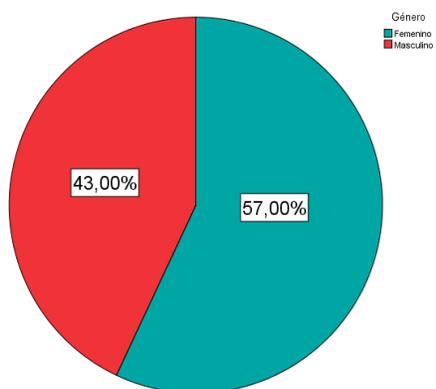
### 3.5.9. Variables conductuales.

Se refieren al comportamiento que adoptan los consumidores frente a algún tipo de producto o servicio, con base al conocimiento que tienen del mismo. Nuestro mercado objetivo se centra a todos los habitantes del Municipio de Sogamoso que consumen el arequipe o que por algún motivo de enfermedad no pueden hacerlo.

### 3.5.10. Análisis de la encuesta aplicada.

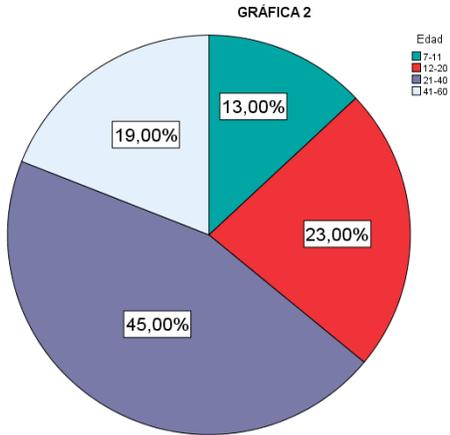
#### Pregunta 1. Género.

**GRÁFICA 1**



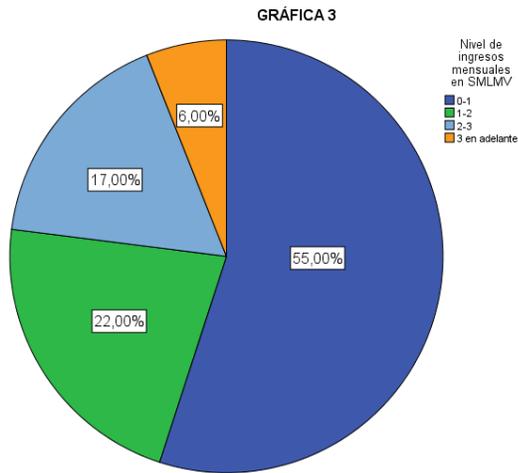
**GRAFICA 1.** De las 100 personas que fueron encuestadas para conocer la aceptabilidad del arequipe de Borojón en la ciudad de Sogamoso, el 57% corresponde al género femenino y el 43% al género masculino.

### Pregunta 2. Edad



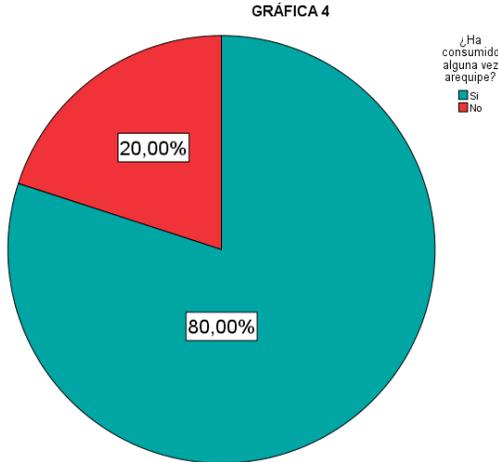
**GRAFICA 2.** Para conocer la edad de los encuestados se tuvieron en cuenta cuatro intervalos obteniendo los siguientes resultados: entre 7 y 11 años se encuentra un 13% de los encuestados, entre 12 y 20 años un 23%, entre 21 y 40 años un 45% y de 41 a 60 años un 19%.

### Pregunta 3. Nivel de ingresos al mes en SMMLV



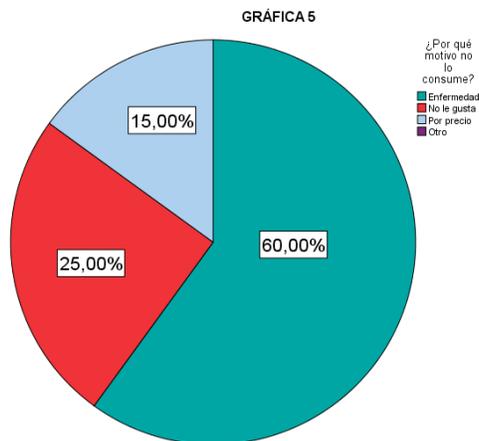
**GRAFICA 3.** El 55% de las personas que fueron encuestadas cuentan con unos ingresos de 0 a 1 SMMLV, el 22% cuentan con ingresos de 1 a 2 SMMLV, el 17% de 2 a 3 SMMLV y el 6% cuenta con ingresos de 3 SMMLV en adelante, dando a entender que los consumidores cuentan con los ingresos necesarios para poder adquirir al menos una vez el producto.

**Pregunta 4. ¿Ha consumido alguna vez arequipe?**



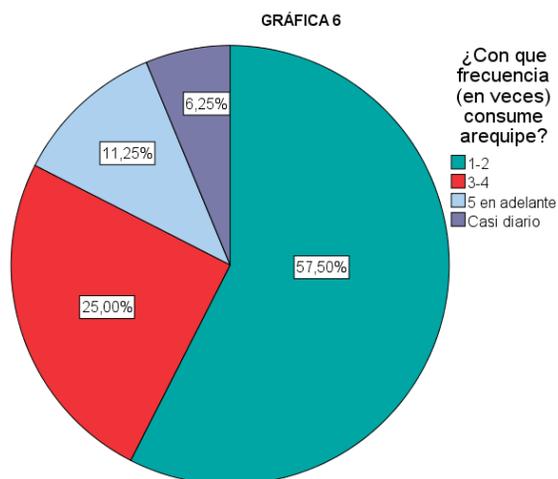
**GRAFICA 4.** El 80% de los encuestados manifestaron que han consumido arequipe, mientras que un 20% de ellos nunca lo ha consumido.

**Pregunta 5. ¿Por qué motivo no lo consume?**



**GRAFICA 5.** De las personas que manifestaron que nunca han consumido arequipe, un 60% no lo ha hecho por problemas de salud, un 25% porque no les gusta este producto y un 15% porque consideran el precio un factor determinante a la hora de adquirir el arequipe.

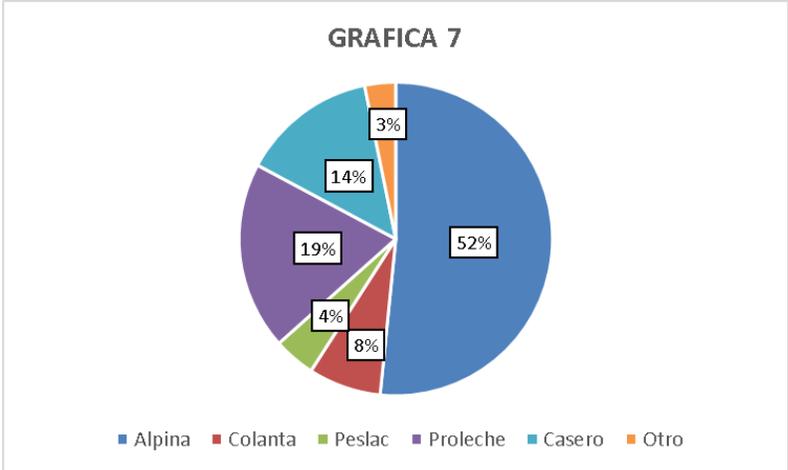
**Pregunta 6. ¿Con que frecuencia (en veces) consume arequipe?**



**GRAFICA 6.** De las personas encuestadas que contestaron que si han consumido arequipe, el 57,5% consume arequipe de 1 a 2 veces mensuales, el 25% de 3 a 4 veces, el 11,25% de 5 veces en adelante y el 6,25% consumen arequipe casi diariamente.

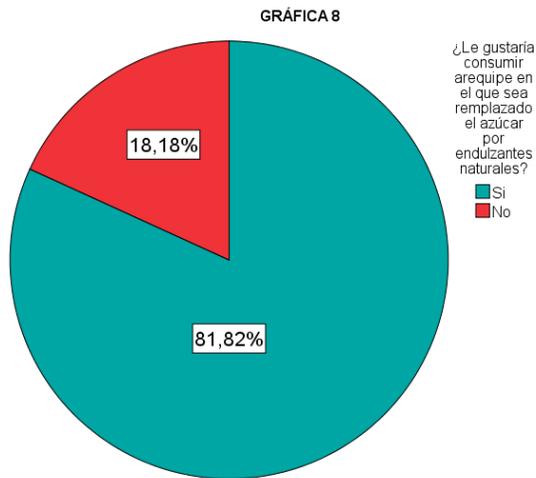
**Pregunta 7. ¿Qué marca de arequipe consume?**

		Respuestas	
		N°	Porcentaje
<b>Pregunta.7</b>	Alpina	48	51,6%
	Colanta	7	7,5%
	Peslac	4	4,3%
	Proleche	18	19,4%
	Casero	13	14,0%
	Otro	3	3,2%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b>100,0%</b>



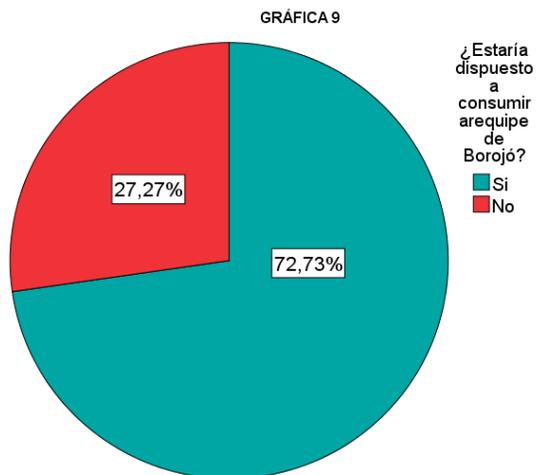
**GRAFICA 7.** Entre las marcas de arequipe de preferencia entre los encuestados tenemos: Alpina con 51,6%, Proleche con 19,4%, arequipe casero con 14%, Colanta con 7,5%, Peslac con 4,3% y otras marcas con 3,2%. Podemos definir que la competencia directa y más importante es Alpina.

**Pregunta 8. ¿Le gustaría consumir arequipe en el que sea reemplazado el azúcar por edulcorantes naturales?**



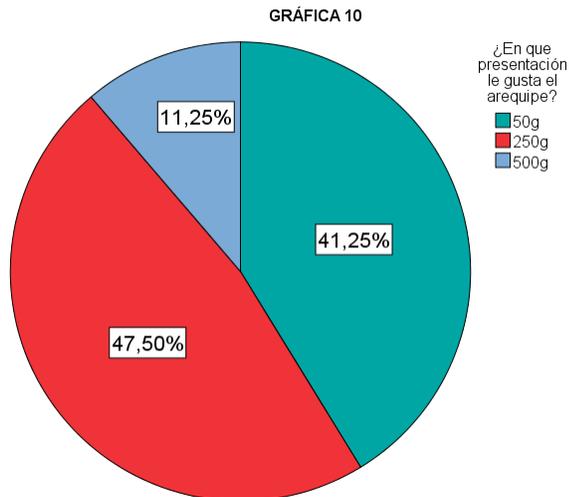
**GRAFICA 8.** Del 100% de los encuestados el 81, 82% aprobó la idea y el 18,18% restante no; esta respuesta tiene importante consideración debido a que ese 60% que no consume arequipe por enfermedad influye bastante en esta respuesta, aumentando la demanda del producto.

**Pregunta 9. ¿Estaría dispuesto a consumir arequipe de Borojó?**



**GRAFICA 9.** La aceptación del arequipe de Borojó es contundente con un 72,73% a favor y un 27,27% en contra.

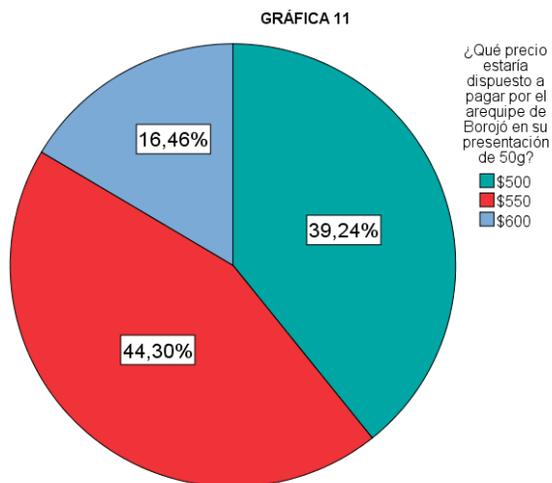
### Pregunta 10. ¿En qué presentación le gusta el arequipe?



**GRAFICA 10.** Siendo la presentación un factor importante, los encuestados contestaron que prefieren una presentación en gramajes de 250g con un 47,50%, seguido de la presentación de 50g con un 41,25% y por último el de 500g con un 11,25%.

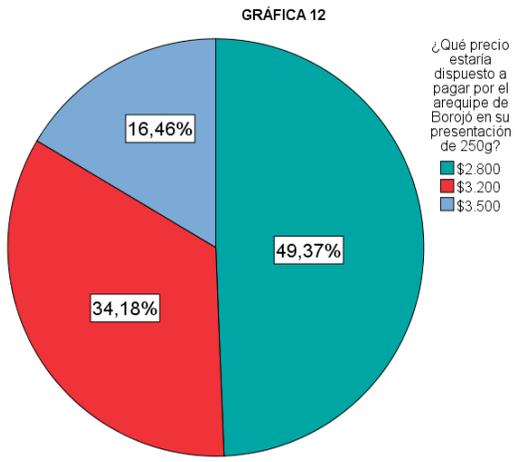
### Pregunta 11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el arequipe de Borojó de acuerdo a la presentación de:

#### a. 50g.



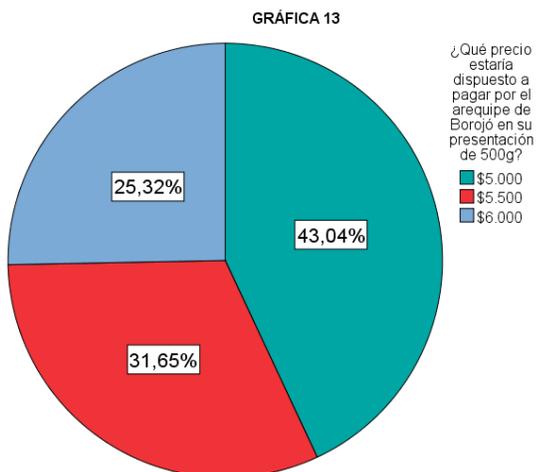
**GRAFICA 11.** Los precios del arequipe varían de acuerdo al tipo de presentación, contenido, marca y sabor. Para la presentación de 50g se determinó un precio promedio de \$550 con un porcentaje de 44,30%.

**b. 250g.**



**GRAFICA 12.** Para la presentación de 250g los encuestados sugirieron un precio de \$2.800 con un porcentaje de 49,37%

**c. 500g.**



**GRAFICA 13.** Para la presentación de 500g los resultados arrojaron que se prefiere un precio de \$5.000 con un porcentaje de 43,04%.

**Pregunta 12. ¿En qué lugares se le facilitaría adquirir el producto?**

	Respuestas	
	N	Porcentaje
Pregunta12 <sup>a</sup> Tiendas de barrio	45	44,6%
Puntos de venta	10	9,9%
Autoservicios	22	21,8%
Supermercados	23	23,8%
Total	100	100,0%

El lugar de comercialización con mayor preferencia corresponde a las tiendas de barrio elegidas con un 44,6%; cabe resaltar que las demás clases de establecimientos son importantes en el proceso de comercialización y poseen un porcentaje importante en la venta del producto.

**3.5.11. Estimación de la demanda**

Con base a la información que se ha recolectado en la aplicación de la encuesta, se pretende realizar la estimación de la demanda mediante la técnica de la extrapolación, para el primer año de la producción y comercialización de arequipe de barajó en Sogamoso.

Tomando la información suministrada al contestar la pregunta 4, ver gráfica 4, se debe tener en cuenta el 80% de los encuestados que han consumido arequipe, sumándole el 60% de los que no lo consumen por enfermedad pero les gustaría consumir arequipe sin azúcar aproximándolo a un 93% y según la información suministrada por el Dane sobre la población actual de 117.094 habitantes, se estima una demanda de 108.897 compradores de arequipe de borjón.

$$117.094 * 93\% = 108.897 \text{ habitantes}$$

Aunque a los 8.197 habitantes restantes que no consumen arequipe ya sea por precio o porque no les gusta, se les piensa dirigir el producto ampliando la demanda a toda la población sogamoseña.

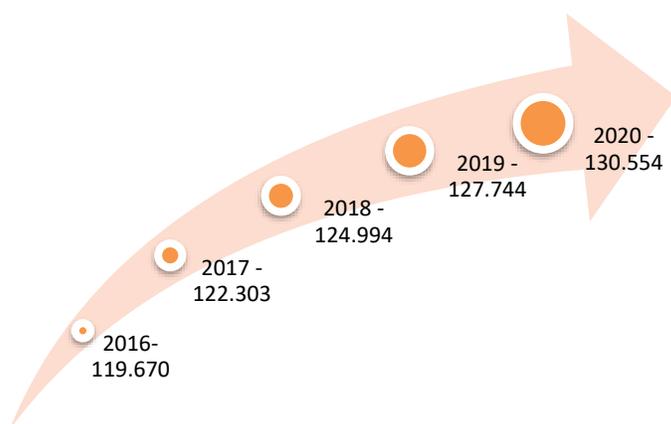
### 3.5.12. Proyección de la demanda.

La proyección de la demanda de arequipe de Borojó se realizara teniendo en cuenta una aproximación a las proyecciones de crecimiento poblacional del DANE para el municipio de Sogamoso, el cual se encuentra consignado en el Plan de Desarrollo de este municipio.

Actualmente contamos con una demanda de 117.094 que corresponde a la población total del municipio de Sogamoso el cual es nuestro mercado meta. Para proyectar la demanda de BOROQUIP, trabajaremos con un porcentaje de aumento poblacional del 2,2% anual.

Tabla N° 6. Proyección de la demanda.

DEMANDA PROYECTADA DEL AREQUIPE DE BOROJO “BOROQUIP”							
Población Objetivo	Demanda Actual	Crecimiento Esperado	2016	2017	2018	2019	2020
SOGAMOSO	117.094	2,2%	119.670	122.303	124.994	127.744	130.554



### **3.6. La Oferta.**

La oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios. Para cuantificar la oferta es preciso determinar los principales productores y comercializadores de arequipe y más específicamente arequipe de borjón con endulzantes artificiales en el mercado actual a nivel nacional o en Sogamoso, conociendo de ellos la participación en el mercado, calidad y zonas en las cuales se realiza la actividad. El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en un futuro, las demandas o necesidades de la comunidad de Sogamoso. No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, ya que en algunas ocasiones se constituye en un arma poderosa para competir en el mercado; sin embargo, a través de algunos mecanismos indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

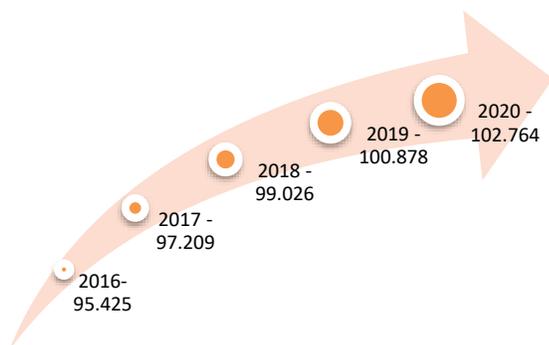
#### **3.6.1. Proyección de la oferta:**

Hecho el análisis de los proveedores de arequipe se pudo observar que no existe competencia directa en la producción y comercialización de arequipe de borjón. Puede suceder que al estar ya funcionando la empresa, y al observar su éxito, comiencen a aparecer nuevas empresas con este mismo producto.

El crecimiento de la industria de lácteos en general ha tenido un crecimiento constante para el año 2008 estuvo en un 1,87% y se ha mantenido hasta el momento lo que quiere decir que las ventas de la competencia y su participación en el mercado ha sido proporcional a este valor. Para determinar la oferta actual nos guiamos por el 80% de la población que ha consumido el arequipe.

**Tabla N° 7. Proyección de la oferta**

OFERTA PROYECTADA DEL AREQUIPE DE BOROJO "BOROQUIP"							
Población Objetivo	Oferta Actual	Crecimiento Esperado	2016	2017	2018	2019	2020
SOGAMOSO	93.675	1,87%	95.425	97.209	99.026	100.878	102.764



### 3.6.2. Relación entre Oferta y Demanda.

Aunque se podría abarcar una gran demanda insatisfecha debido a que no existe nadie que produzca y venda arequipe de borojó, nuestra demanda potencial podría referirse a ese 20% que no ha consumido el arequipe y que no lo ha hecho por enfermedad, esto debido a los altos niveles de azúcar que contiene los arequipe comunes; como nuestro producto es sin azúcar o bajo de este puede ser consumido por la población con problemas de azúcar.

Para ser un poco más exactos y por el momento para el año 2016 nuestra demanda potencial sería:

Demanda potencial= Demanda – Oferta

Demanda potencial= 119.670 - 95.425 = **24.245 hab. = al 20% de la población total.**

Así será por cada uno de los años, aunque como se dijo anteriormente la demanda posible potencial podría ser mayor.

### 3.7. Factores de competencia.

Esta se da cuando los competidores actúan en libre competencia, es decir existen muchos compradores y muchos vendedores de un producto o servicio.

Como vemos según esta clasificación nuestra oferta es una oferta oligopólica ya que dentro de la región no existen productoras de arequipe de borojón, pero si existen comercializadoras de arequipe.

De acuerdo a la información suministrada en las estadísticas consultadas a través de los consumidores, grandes distribuidores y páginas web, muestran que en la provincia del Sugamoso existen distintas empresas productoras de arequipe, en las que lidera el mercado Peslac ubicada en Firavitoba, por su variedad y alta calidad de sus productos, seguida por la procesadora de lácteos los Ángeles para culminar con Colanta y Alpina el cual es ingresado al departamento y fabricado en Cundinamarca.

Para nuestro producto no existe aún competencia directa dado que contiene como valor agregado el borojón con altos componentes nutritivos como Hierro, calcio, Fósforo y Vitamina C; además el azúcar de este dulce es reemplazado con edulcorantes que contribuyen a la disminución de enfermedades relacionadas con el tema, dotando el producto de beneficios adicionales a los producidos por otras industrias. Nuestro competidor directo y probable pueden ser las multinacionales, ya que luego de ser un producto rentable, es factible su fabricación por otras empresas las cuales cuentan con tecnología avanzada y un mejor sistema de costos.

### 3.8. Comercialización.

**3.8.1. Estructura de los canales de comercialización:** Para la comercialización de “BOROQUIP” manejaremos 2 canales de comercialización:

Tipo 1: Canal Directo.



La comercialización se realizara en el mismo punto de la fabricación, o servicio puerta a puerta si así lo requiere el cliente, logrando así el control de precio, servicio y entrega; y más al

tratarse de un nuevo producto es el canal que más se ajusta ya que es necesario el contacto directo con el consumidor para saber si el producto es de satisfacción para este.

#### Tipo 2: Productor - Detallista – Consumidor



Otro canal de comercialización que utilizaremos es en el que interviene el detallista. El producto es entregado al detallista para que este se encargue de la venta de “BOROQUP”

**3.8.2. Márgenes de comercialización:** El margen de comercialización es una medida del costo de comercialización en cada etapa del proceso. Se puede definir como la diferencia entre el precio que paga el consumidor y el valor que recibe el productor o la empresa que presta el servicio.

$$MC = Pc - Pp$$

**MC**= margen de comercialización

**Pc** = precio al consumidor

**Pp** = precio al productor

$$MC = \frac{Pc - Pp}{Pp} \times 100$$

Para la presentación de Boroquip de 250 gr tenemos un Margen de comercialización de:

$$MC = 2000 - 1500$$

$$MC = 500$$

En términos porcentuales:

$$MC = (2800 - 2100) / 2100 \times 100 = 33,3\%$$

Para las demás presentaciones (50 gr y 500 gr) se maneja un margen de comercialización similar.

**Selección de los canales de comercialización:** La selección del canal de comercialización permite tener una noción de los costos en que se deben incurrir a futuro para hacer llegar el producto a sus consumidores reales y potenciales.

Como ya se mencionó anteriormente, uno de los canales de comercialización es el directo. El consumidor interesado en adquirir nuestro producto podrá acercarse a nuestro punto de fabricación o requerir nuestro servicio puerta a puerta. El segundo canal de comercialización es donde nosotros como productores de "BOROQUIP" le entregamos el producto a un minorista y este lo hace llegar al consumidor.

### **3.9. Proveedores internos y externos.**

Las materias primas principales para la fabricación del arequipe de borojo son:

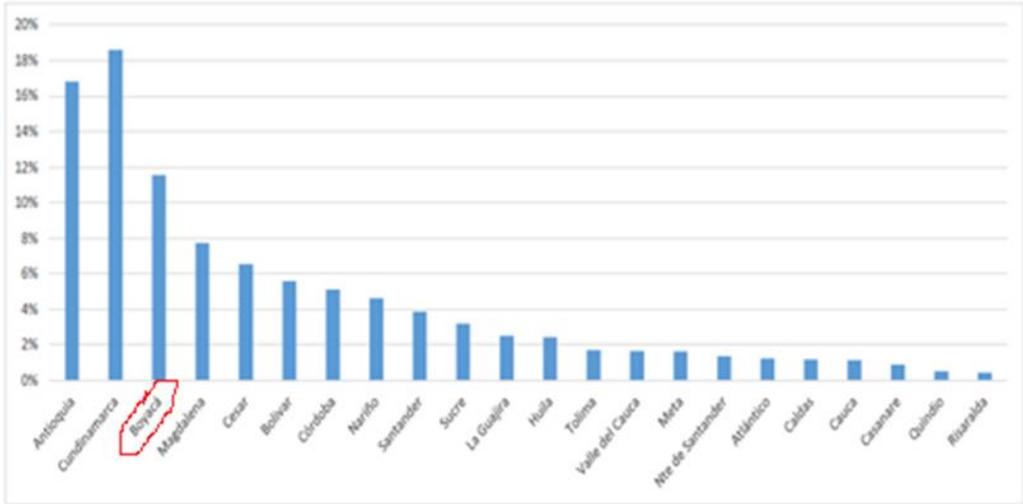
- ✓ **La leche**
- ✓ **El borojo**
- ✓ **Canela**
- ✓ **Edulcorantes**
- ✓ **Bicarbonato de sodio**
- ✓ **Empaque**
- ✓

Por ello se realizara el estudio de cada uno de estos insumos para así determinar la sostenibilidad de proyecto.

#### **Leche:**

La leche es una secreción nutritiva de color blanquecino opaco producida por las glándulas mamarias de las hembras de los mamíferos. La leche es fuente de calcio, por lo tanto debe ingerirse diariamente desde el nacimiento a través de la leche materna y a lo largo de la vida a través de la leche vacuna y derivados, para formar y mantener la masa ósea y prevenir la aparición de Osteoporosis.

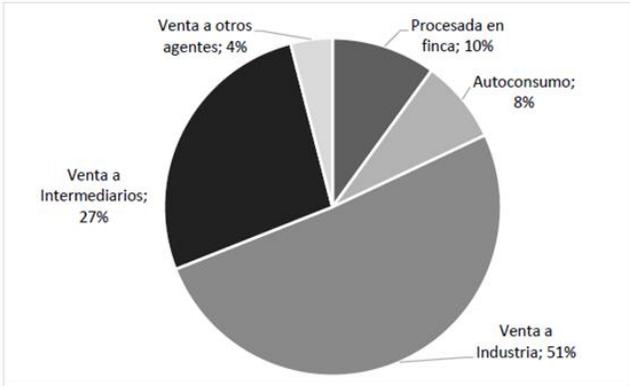
**PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS DEPARTAMENTOS EN EL TOTAL DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE LECHE EN COLOMBIA PARA EL AÑO 2012**



Fuente: elaboración: GIE - Delegatura para la Protección de la Competencia - SIC, basada en DANE (2012).

Siendo Boyacá el tercer municipio más productor de leche en Colombia, se posee una ventaja favorable debido que esta materia prima se encuentra en zonas aledañas a la localización de nuestra planta, lo cual nos permite una mayor competitividad y una mayor reducción de costos de desplazamiento de la materia prima.

**DESTINO DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE LECHE**

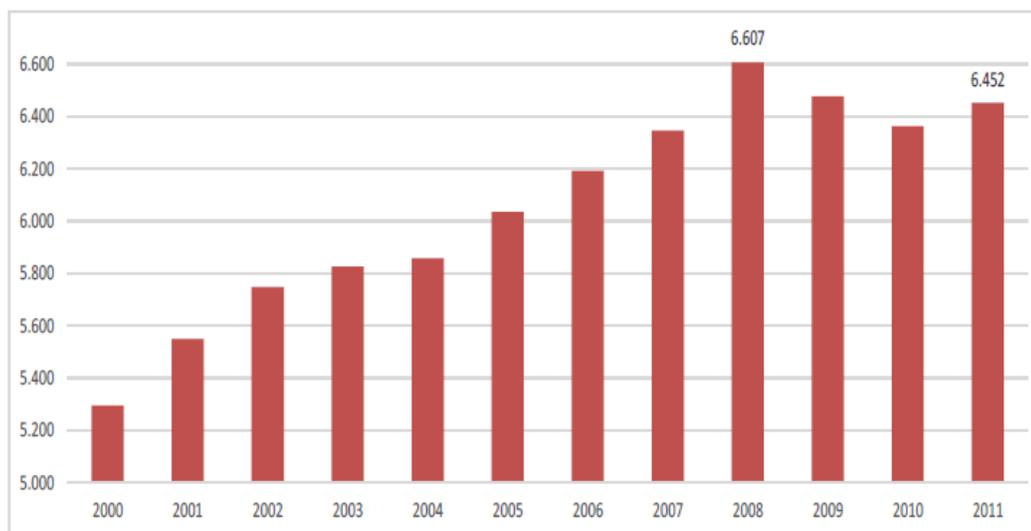


Fuente: elaboración GIE - Delegatura para la Protección de la Competencia - SIC, basada en DANE (2012).

Este estudio que nos proporciona el DANE nos da la certeza de poder obtener la cantidad de leche necesaria para la elaboración de nuestro producto, debido a que el 51 % de la leche cruda

en Colombia es destinada para fines industriales, lo cual nos brinda convicción de establecer proveedores fijos del lácteo.

### PRODUCCIÓN NACIONAL DE LECHE CRUDA (Millones de litros por año 2000, 2011)



Fuente: elaboración GIE - Delegatura para la Protección de la Competencia - SIC a partir de datos suministrados por FEDEGÁN.

Este estudio le da a BOROQUIP SAS la seguridad de que su producción no se verá afectada por la falta del líquido, ya que los datos suministrados por FEDEGÁN son muy alentadores al momento de la disponibilidad de producción de leche en el país.

**Tabla N° 8. Participación porcentual de la industria en el acopio de leche**

EMPRESA	PARTICIPACIÓN %
COOPERATIVA COLANTA LIMITADA	20-30%
ALPINA COLOMBIA S.A.	8-15%
PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA ALQUERIA S.A.	7-10%
NESTLÉ DE COLOMBIA S.A.	1-5%
PROCESADORA DE LECHE S.A.	2-6%
COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DE LA COSTA ATLÁNTICA COOLECHERA	1-4%
FRESKALECHE S.A.	1-3%
PARMALAT COLOMBIA LIMITADA	1-3%
ALGARRA S.A.	1-3%
COOPERATIVA INDUSTRIAL LECHERA DE COLOMBIA	1-3%
TOTAL 10 AGENTES	67%
OTRAS 343 EMPRESAS	33%

Fuente: elaboración GIE - Delegatura para la Protección de la Competencia – SIC, a partir de datos suministrados por el MADR (2013).

Sin dejar de lado las pequeñas organizaciones y los campesinos de la región a los cuales se les puede contactar para que además de estas empresas nos puedan proveer el líquido, viéndolo desde la perspectiva de progreso para los habitantes de nuestra región.

## Borojó

El Borojó fruto exótico de la selva del pacifico Colombiano. Desde hace algunos años la cultura Colombiana usa este fruto con fines nutricionales y medicinales, pues cuenta con gran cantidad de aminoácidos, proteínas y vitaminas.

**Tabla N°9. Área de producción de borojó por departamento en Colombia**

DEPARTAMENTO	2012		2013	
	AREA	PRODUCCIÓN EN TONELADAS	AREA	PRODUCCIÓN EN
Antioquía	10	156	10	156
Cauca	38	173	38	173
Chocó	424	1.419	800	2.544
Nariño	2.500	5.000	2.690	5.380
Risalda	32	237	34	240
Valle	337	3.370	602	4.395
<b>TOTAL</b>	<b>3.341</b>	<b>10.355</b>	<b>4.174</b>	<b>12.888</b>

Según lo establecido por el banco de la republica la zona oriental del país es la principal productora de borojó lo cual nos permite identificar con más precisión nuestros proveedores potenciales; entre estos se encuentran:

**Tabla N° 10. Listado De Proveedores Potenciales de Borojó**

	PROVEEDOR	DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN	TELEFONO
	C.I. Borojó de Colombia S.A	Valle del Cauca	Calle 26 # 10-31 Cali	316 480 7477
	Comercializadora Internacional C.I. Sabe Ltda	Valle del Cauca	Avenida 2 Norte #50N-29 Santiago de calí	-
	Laboratorios Phitother	Cundinamarca	Carrera 53D No. 4A- 67 Bogota	-
	Comercializadora Integral del Sur Occidente Colombiano CODIN	Valle del Cauca	Calle 8 No. 3- 14 Cali	-

### **Edulcorantes.**

Cualquier sustancia, natural o artificial, que edulcora, es decir, que sirve para dotar de sabor dulce a un alimento o producto. Dentro de los edulcorantes encontramos los de bajo valor calórico, que se emplean como sustitutos del azúcar. La mayoría de los edulcorantes bajos en calorías son de origen artificial.

**Tabla N° 11. Listado de Proveedores Potenciales de Edulcorantes**

	PROVEEDOR	DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN	TELEFONO
	AGRO STEVIA INTERNATIONAL LTDA	Cundinamarca	CL 109 14 D 60 OF 302 Bogota	(1)6094030
	HELM ANDINA LTDA	Cundinamarca	CR 11A 93 67 OF 404 Bogota	(1)6215264
	INGENIO MAYAGUEZ SA	Valle del Cauca	KM 2 VIA FLORIDA CANDELARIA, (Cali)	(2)2608100
	INGENIO SAN CARLOS SA	Valle del Cauca	CL 64 N 5BN 146 CENTROEMPRES ARIAL L 26 Cali	(2) 886 2500Ext525

## Bicarbonato de Sodio

Es un polvo blanco que se encuentra en forma natural o se produce industrialmente; tiene muchas aplicaciones en la cocina, para el cuidado corporal, la salud etc...El bicarbonato de sodio es un antiácido usado para aliviar la pirosis (acidez estomacal) y la indigestión ácida.

**Tabla N°12. Listado de Proveedores Potenciales de Bicarbonato.**

	PROVEEDOR	DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN	TELEFONO
	H.R.A. QUIMICA, S.L.	Antioquia	Calle 80 Sur No. 54 - 79, La Estrella	(4) 3095555
	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A	Cundinamarca	Calle 192 No 19-12 Bogota	(1) 6781616
	SUPERMERCADOS METRO	Boyacá	Carrera 8, 11-53 Sogamoso	-
	LA CANASTA	Boyacá	Carrera 24 # 8 - 31 Sogamoso	(8) 7700557 Ext 105

## Empaques.

Son los recipientes en los cuales se va a empaquetar el arequipe en sus diferentes presentaciones; debe ser hermético y de envase plástico.

Tabla N°13. Lista de proveedores potenciales de empaques

	PROVEEDOR	DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN	TELEFONO
	Productos Morgan S.A.S.	Antioquia	Autop Medellín Km 7 (Siberia) Costado	57 1 8772450 / 57 1 8772456
	Envasar S.A.S.	Cundinamarca	Cr30 17-20 Bogota	57 1 3712905 / 57 1 3712906
	Industrias Plásticas MM S.A.S.	Antioquia	Cr42 46-110 Itagüí	57 4 4443018
	Mercado Libre Colombia	-	-	-

### **3.10. Poder de compra**

#### **3.10.1. Rango de precios o tarifas.**

El precio es la cantidad de dinero que se cobra para adquirir en intercambio un producto y los servicios que lo acompañan. (Kotler y Armstrong, 2003). Es por eso que es muy importante a la hora de crear y lanzar un nuevo producto al mercado, y además porque con este se logra contacto directo con el cliente y la economía.

#### **3.10.2. Objetivos del precio.**

El producto cumple con ciertos objetivos, así como lo tiene que hacer el producto. En este caso los objetivos que se plantean para el precio en cuanto al producto son:

- Lograr participación en el mercado: este objetivo se traza porque es un buen indicador, el cual nos dice como está la empresa frente a la industria en la que se desarrolla, con lo cual desarrollaremos el siguiente objetivo.
- Mantener un volumen de ventas: con lo cual se mantendrá un equilibrio de producción y se responderá de manera adecuada a esa participación en el mercado que se tenga. Todo esto para lograr nuestro último objetivo el cual es:
- Maximizar la rentabilidad: la cual se fijara a largo plazo para mantener no solo el rendimiento de la inversión sino que además sea sobre las ventas, para que así el producto alcance el liderazgo o satisfacción plena del cliente.

#### **3.10.3. Factores que influyen en el precio de venta.**

Para elegir o determinar el tipo de precio de venta se tiene en cuenta factores como:

- Precio de introducción: en este caso será con un precio de prueba, el cual consiste en asignar un precio bajo al producto durante un periodo de tiempo que sea prudente, mientras se da a conocer al comprador y logrando así
- disminuir el riesgo, ya que el arequipe es muy conocido, pero el sabor que se le va dar a este no se sabe si guste o no.
- Objetivos del precio: los cuales ya se plantearon y se deberán seguir para cumplir con el propósito del mismo y del producto con el fin de lograr la aceptación en el mercado.
- La demanda del producto: es muy importante conocer la demanda que está dispuesta a adquirir el producto y la cantidad del mismo que desean adquirir para ello se debe realizar

un pronóstico de volumen de ventas y además fijar un buen precio, ya que la demanda puede aumentar cuando se disminuya el mismo o viceversa. En caso de la demanda del arequipe se debe tener en cuenta quien puede adquirirlo, con qué frecuencia y en qué cantidad.

- El costo del producto: es importante que se recuperen los costos a la hora de fijar el precio de venta, costos tales como: producción, distribución e innovación.
- Reacción de la competencia: es muy importante a la hora de fijar el precio tener en cuenta a la competencia, ya que su reacción puede afectar considerablemente la introducción del nuevo producto al mercado; por esto el precio debe generar una ventaja competitiva y más cuando nuestra mayor competencia sería alpina y colanta.
- Aspectos sociales, culturales, demográficos y de comportamiento.

Los Precios determinados para Boroquip se basaran en la “Estructura de Costos de la empresa” debido a que no se posee una competencia directa que elabore el mismo producto.

La determinación o fijación del precio del nuevo producto (arequipe de borojo), debe ser el resultado de un análisis cuidadoso de los diferentes aspectos que inciden en él; por tanto se tendrá en cuenta el cumplimiento de las siguientes variables:

- Análisis de precios: Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta en su pregunta número 9 en donde se indagan los precios que actualmente pagan los consumidores por la presentación de arequipe de 50 gr de \$ 500 a \$600; la presentación de 250 gr a \$ 2.800 a \$ 3.500 y la presentación de 500 gr de \$5.000 a \$6.000 respectivamente de la investigación de mercados.
- Estrategia de fijación de precio: Estructura de costos de la empresa. El precio de venta que se le asigne al producto debe cubrir los costos incurridos en su fabricación y además de ello una utilidad del 30 % sobre su valor.

#### **3.10.4. Ciclo de Vida**

En base el precio, explotar su potencial de mercado en base a costos, beneficios, y ofrecer uno de los precios más económicos en el mercado en promedio a la competencia directa.

En relación a la publicidad, concentrar los esfuerzos en comunicar la función general y esencial detrás de "Boroquip", creando conciencia de largo plazo en el mercado sobre el producto su función y beneficios.

Referente a lo promocional, basar los esfuerzos en ofrecer de prueba y de experimentación al producto "Boroquip" en los principales sitios de abastos, supermercados, y puntos varios.

### **3.10.5. Zonas o áreas potenciales del mercado.**

En relación a la distribución y sus canales, empezar fuerte en donde más se vende y se capta la atención de la población y es según el estudio de mercado, así como fortalecer lazos comerciales entre "Boroquip" y los puntos de ventas.

Finalmente en lo que respecta al producto, se enfoca al ofrecer un único producto, con sus características bien comunicadas, claras de entender sabiendo y queriendo llegar al mercado en buenas condiciones permitiendo ese feedback entre cliente y compañía. Disponible para todos, y sin otra línea o categoría, para crear el ambiente de agrado entre "Boroquip" y su clientela potencial

## 4. PLAN DE MERCADO

### 4.1. Tipología del mercado.

La tipología en la que se encuentra mi idea de negocio es la de **Mercados de Bienes Industriales**, porque se utilizan para producir otros bienes, como la materia prima y los productos manufacturados.

### 4.2. Diferenciación del Producto.

#### Ficha técnica del arequipe de borjón.

<b>NOMBRE TÉCNICO</b>	Arequipe de borjón	
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	Arequipe de borjón BOROQUIP.	
<b>CANTIDAD</b>	Peso de 50gr, 250gr y 500gr	
<b>PRESENTACIÓN</b>	Vaso herméticamente sellado, el cual podrá ser reutilizado como vaso o copa	
<b>INGREDIENTES</b>	Leche, Borjón, Edulcorantes, Bicarbonato de Sodio, Canela, sal.	
<b>CANTIDAD DE FRUTA</b>	Son 33gr de fruta de borjón por cada 100 gr del producto.	
<b>INFORMACIÓN NUTRICIONAL</b>	<b>CANTIDAD POR PORCIÓN</b>	
	Calorías 100	Calorías de grasa 20
	Grasa total 2 gr	3%
	Colesterol <5 mg	1%
	Sodio 15 mg	1%
	Carbohidrato total 17 gr	6%
	Azúcares 2 gr	
	Proteínas 2 gr	4%
	Vitamina A 0%	Vitamina C 3%
	Calcio 4%	Hierro 2%
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El color del arequipe será el tradicional con la adición de unas pequeñas manchas cafés generadas por el borjón, la contextura del arequipe se mantendrá igual al tradicional. Este arequipe puede ser tradicional o de color blanco si así lo desea el cliente.	

<b>CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO</b>	Se puede almacenar a temperatura de refrigeración o si se gusta a temperatura ambiente en lugares frescos y secos.
<b>CONDICIONES DE TRANSPORTE</b>	<p>Sabemos que el transporte de alimentos lácteos exige estrictas medidas de control de temperaturas y la adecuación a normas de los vehículos utilizado, está sometido a unas normas muy estrictas que pretenden preservar la inocuidad y la aptitud del producto alimentario para el consumidor final, puesto que los productos terminados deberán almacenarse y transportarse en condiciones tales que excluyan la contaminación y/o la proliferación de microorganismos.</p> <p>Además de cumplir con las condiciones del vehículo refrigerado: vehículo isoterma que, gracias a una fuente de frío, permite reducir la temperatura del interior de la caja vacía, y de mantenerla después para una temperatura exterior media de 30°C a -20°C como máximo, según la clase de vehículos refrigerados que se establecen.</p>
<b>VIDA ÚTIL</b>	La vida útil será de 45 a 60 días dependiendo el almacenamiento que se le dé al arequipe.

#### 4.3. Políticas de precios o tarifas.

Para proceder a la fijación del precio de venta del arequipe de borojo de debe tener en cuenta lo siguiente:

- Costos de producción como: Materia Prima, Mano de Obra y costos indirectos de fabricación.
- Margen de utilidad, el cual permita a la empresa ser viable para continuar con su funcionamiento.

El precio también ira ligado al el volumen de compra y la forma de pago del cliente



MARCA	50 GR	250 GR	500 GR
ALPINA	\$ 700	\$3.600	\$6.200
COLANTA	\$680	\$3.450	\$5.900
PESLAC	\$1.000	\$3.000	\$4.800
PRO LECHE	\$550	\$ 2.750	\$5.000
CASERO	\$600	\$3.000	\$5.500

#### 4.4. Estrategias de venta.

##### 4.4.1. Promoción:

Se realizarán descuentos o promociones y degustaciones al momento de introducir el producto al mercado.

##### 4.4.2. Venta Directa.

Se entregarán volantes o folletos donde se describan las características y especificaciones del producto con el fin de informar a cada uno de los demandantes sobre las cualidades y beneficios que trae consigo BOROQUIP, así poder ir adquiriendo clientes para nuestra empresa.

#### 4.5. Distribución y Mercadeo.

- **Medios de Transporte**

El medio de transporte utilizado para la distribución Física del producto será Terrestre, entre las razones que nos llevaron a tomar tal elección, tenemos que es un medio económico y ya que la comercialización se dará en el departamento no es necesario adquirir otra clase de transporte. Para facilitar la buena distribución contaremos con un número telefónico dirigido directamente a servicio al cliente, junto con la página principal del portal de internet, de esta forma se recibirán pedidos y se ubicara fácilmente a los distribuidores.

- **Almacenaje**

Se dispondrá dentro de la planta de producción; además se cuenta con un espacio de almacenamiento de los productos terminados para mantener un stock de seguridad de la mercancía, condiciones higiénicas y ambientales favorables, teniendo en cuenta que el arequipe es un producto perecedero.

- **Inventario**

En cuanto a la existencia del inventario, está determinado por los pedidos que requiera el distribuidor dejando siempre un margen de producción en los almacenes para casos de emergencia o reposición.

- **Pedidos**

Los pedidos se reciben en el departamento de ventas se realizara recepción por parte de los medios de comunicación anteriormente nombrados vía telefónica o vía web serán despachados en un lapso de 3 a 5 días.

- **El Mercado Meta**

Hemos identificado que el mercado Sogamoseño se encuentra en un momento en el que la inversión ha mejorado porcentualmente frente a los años anteriores, por esta razón creemos que nuestro producto podría tener un buen reconocimiento y una amable acogida por parte de los consumidores, encontramos que la población en su gran mayoría tiende a aceptar productos nuevos, como lo es nuestro arequipe de Borojó.

- **Estrategia Promocional**

La estrategia promocional que se usará será en primer lugar la de "arrastre", ya que estará dirigida hacia los consumidores finales con el objeto de inducirlos hacia la compra del producto.

En segundo lugar se usará la estrategia de "impulso", orientada específicamente a dar a conocer el producto en la ciudad de Sogamoso. Para lograr llevar a cabo la estrategia de "arrastre" y afianzar la de "impulso" se usará las siguientes herramientas:

Es de suma importancia tomar en cuenta las imágenes en nuestra campaña publicitaria ya que de esta forma se puede lograr persuadir con mayor facilidad a la compra del producto.

- **Promoción del Producto**

Se realizaran descuentos o promociones y degustaciones al momento de introducir el producto al mercado.

- **Publicidad Exterior**

Mediante la colocación de Vallas en puntos estratégicos de la zona comercial de Sogamoso para implementar los esfuerzos de la campaña publicitaria y poder captar muchos más clientes que puedan adquirir el producto. Por esta razón las vallas que se van a usar tienen un mensaje claro y preciso debido a que debe llamar la atención de los posibles consumidores.

#### 4.6. Promoción y Publicidad.

Para que “BOROQUIP” sea conocido en el mercado estaremos entregando volantes para que las personas conozcan nuestro producto, así como también se entregaran volantes por la calle de la ciudad. Además crearemos el logotipo de nuestro nuevo producto de tal forma que sea llamativo a la vista de nuestro mercado meta. Se pagaran cuñas en canales de radio regionales, avisos en periódicos y lo más importante, entablaremos comunicación directa con consumidores individuales, lo que podríamos hacer mediante mensajes de correo electrónico donde se dé a conocer nuestro producto y se motive a las personas a que lo consuman. Se debe trabajar en el Marketing del producto informando al consumidor sobre las ventajas del producto frente a la competencia, lo que ayuda a aumentar las ventas y a mejorar la imagen de “BOROQUIP”.

**Tabla N°14. Objetivo de Promoción**

OBJETIVO	CARACTERISTICAS
Comunicar sobre el nuevo producto “BOROQUIP”	El arequipe de Borojó “Boroquip”, es un producto 100% natural, hecho artesanalmente, por lo tanto, no trae consigo ningún perjuicio para la salud.
Generar agrado en el cliente	Este producto se diferencia de los demás en que no trae químicos ni nada que pueda hacer daño a la salud, además tiene un precio bajo en comparación con los demás arequipes

	del mercado, su empaque es reutilizable y su presentación es agradable.
Incitar a la compra	Se incitara a los consumidores a la compra del arequipe por medio de volantes que se repartirán en puntos donde concurra mucha gente, así como por medio de afiches que se pegaran por las calles de la ciudad. Además de esto, a las personas que acudan al llamado y lleguen al punto de venta de "BOROQUIP" se les dará una degustación para que conozcan el producto y estén seguras de comprarlo.
Promocionar la posventa	Para asegurar la fidelidad del cliente, y que éste siga adquiriendo nuestro producto, entablaremos excelentes relaciones con ellos, brindándoles una excelente atención, mejores precios y valor agregado a nuestro producto como degustaciones, muestras gratis u obsequios.

#### 4.7. Estrategias de comunicación.

##### Plan de Medios

Es de suma importancia elegir correctamente los medios que difundan el mensaje al público. Para esto se eligió los siguientes medios:

Emisoras (anuncio)  
 Periódicos regionales  
 Publicidad Exterior (Valla)  
 Redes Sociales

## 5. ASPECTOS TECNICOS Y FINANCIEROS

### 5.1. Estructura Organizacional.



#### 5.1.1. Funciones asignadas a los Cargos.

A continuación relaciono tablas de manual de funciones y perfil de cargos.

**Nota: Anexo N° 1.** Se relaciona Organigrama y Perfiles de los cargos, archivo en Excel.

P&C BOROQUIP S.A.S		PERFIL DEL CARGO		CODIGO: DHR-MN-001 VERSIÓN:6 EMISIÓN: 01-03-2020 Pág.1 de 1	
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>					
NOMBRE DE CARGO	Gerente General	PROCESO	Gestión estratégica		
JEFE INMEDIATO	N/A				
PERSONAL A CARGO	Subgerente, Jefe de producción, Jefe de mercadeo, Jefe de Talento de Humano, Jefe de contabilidad				
AREA	ADMINISTRATIVA	<input checked="" type="radio"/>	OPERATIVA	<input type="radio"/>	
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>					
Dirigir las actividades generales de la empresa, enfocándolas hacia el cumplimiento de los objetivos establecidos. Planear el crecimiento y desarrollo a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo con las políticas preestablecidas, así como el cumplimiento de los objetivos planteados en los sistemas de gestión implementados.					
<b>3. CONDICIONES ACADÉMICAS Y DE EXPERIENCIA</b>					
EDUCACIÓN (Título obtenido)	Profesional en Administración de empresas, abogado, Ingeniería Industrial o carreras afines				
FORMACIÓN (Diplomados, cursos, otros)	Áreas Administrativas o Seguridad				
CONOCIMIENTOS	En manejo de personal				
HOMOLOGACIÓN ESTUDIOS Vr. LA EXPERIENCIA	N/A				
TIEMPO DE EXPERIENCIA	8 o mas años				
<b>4. HABILIDADES, DESTREZAS Y COMPETENCIAS</b>					
•Liderazgo		•Comunicación Verbal		• Comunicación escrita	
•Adaptabilidad		•Autocontrol		• Trabajo bajo presión	
•Trabajo en equipo		• Manejo de conflictos		• Tolerancia	
				• Análisis	
				• Toma de Decisión	
				• Orientación al Cliente	
<b>5. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES</b>					
<b>5.1. PROPIAS DE LA LABOR</b>			<b>5.2. CALIDAD, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, SEGURIDAD PARA LA CADENA DE SUMINISTRO Y MEDIO AMBIENTE</b>		
1. Hacer uso eficaz de la Razón Social empresa.			1. Aprobar la Misión, Visión, Política Integral, plan de trabajo anual y los Objetivos de gestión corporativos e indicadores del S.G.J. de la organización.		
2. Asignación de recursos para toda la compañía.			2. Cumplir con las directrices y procedimientos del Sistema Integrado de Gestión de acuerdo a las normas y evaluaciones ISO-9001, ISO 28000, ISO 45001 y Guía RUC.		
3. Representación legal de la empresa.			3. Contribuir desde el desempeño de las funciones diarias al cumplimiento de la Política y Objetivos del sistema integrado de gestión de la organización.		
4. Búsqueda y fidelización de nuevos clientes.			4. Conocer como actuar en caso de emergencia en las instalaciones de la empresa		
5. Formar políticas, adoptar planes, programas y proyectos.			5. Conocimiento del Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y del		
6. Planear, organizar, dirigir, controlar, fomentar y aplicar los programas encaminados al desarrollo de las actividades específicas de la			6. Conocimiento y participación de las funciones, deberes y derechos del COPASST y Comité de Convivencia.		
7. Proponer y aprobar iniciativas conducentes a mejorar los resultados de la gestión adelantada en los diversos procesos de la empresa.			7. Asegurar la disponibilidad de recursos esenciales para establecer, implementar, mantener y mejorar el Sistema Integrado de Gestión, definiendo las funciones, asignando las responsabilidades y la rendición de cuentas y delegando		
8. Liderar los Programas de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud en el trabajo, Seguridad Física, Ambiental, etc.			8. Garantizar el cumplimiento de normas y leyes emitidas por los órganos de regulación, para evitar incurrir en faltas que acarreen sanciones a la compañía.		
9. Velar por el cumplimiento de Legalizaciones, Cámara De Comercio, Resoluciones de funcionamiento, RUT, MINTIC, ministerio de Trabajo,			9. Conocer e informar sobre los Peligros, Aspecto e impactos ambientales asociados a las actividades que desarrolla y los controles establecidos por la		
10. Solicitar periódicamente informes sobre el desarrollo de cada área de la empresa.			10. Nombrar un miembro de la alta dirección quien, independientemente de sus otras responsabilidades, debe ser responsable del diseño, mantenimiento, documentación y mejora general de los sistemas integrados de gestión de la		
11. Documentar la revisión por la Dirección.			11. Identificar y hacer seguimiento a los requisitos y expectativas de las partes interesadas de la organización y emprender las acciones apropiadas y oportunas		
			12. A través de sus labores, ayudara a la satisfacción del cliente y partes		
			13. Garantizar que cualquier programa de seguridad generado por otras partes de la organización complementen el Sistema de Gestión de la Seguridad.		
			14. Garantizar que las amenazas y riesgos relacionados con la seguridad sean evaluados y se incluyan en evaluaciones de amenazas y riesgos organizacionales,		
			15. Asumir la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema integral de gestión.		
			16. Asegurar de que se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables.		
			17. Asegurar que se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de		
			18. Asegurar que se establezcan la política y los objetivos del sistema integral de gestión y que éstos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de		
			19. Asegurar la integración de los requisitos de los sistemas integrados de gestión en los procesos de negocio de la organización.		
			20. Promover el uso del enfoque a procesos y el pensamiento basado en riesgos.		
			21. Asegurar que los sistemas integrados de gestión logren los resultados		
			22. Comprometer, dirigir y apoyar a las personas, para contribuir a la eficacia de los sistemas integrados de gestión.		
			23. Apoyar otros roles pertinentes de la dirección, para demostrar su liderazgo en la forma en la que aplique a sus áreas de responsabilidad.		
			24. Asegurar que se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del		
			25. Procurar el cuidado integral de su salud, suministrar información Clara, veraz y completa sobre su estado de salud y asistir a los exámenes médicos		
			26. Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el programa de capacitación.		
			27. Demostrar su compromiso con la mejora continua del desempeño de los Sistemas Integrados de Gestión.		
			28. Recibir, atender y registrar las quejas, reclamos, sugerencias y/o felicitaciones.		
			29. Participar en los procesos de auditorías para los sistemas integrados de		
			30. Conocer y entender la caracterización propia del área a la que pertenece.		
			31. Conocer los mecanismos de comunicación establecidos por la empresa para reportar cualquier riesgo que pueda repercutir en la salud, la seguridad o la integridad de cualquier colaborador o propiedad de la empresa. (COPASST, Comité de Convivencia Laboral, Brigadas).		
			32. Tiene la autoridad de detener cualquier operación que considere sea un riesgo para las personas, operaciones, instalaciones y medio ambiente.		
<b>6. CONDICIONES DE TRABAJO</b>			<b>7. NIVEL DE AUTORIDAD</b>		
• Ver matriz de Cargos críticos • Ver Matriz de Identificación de Peligros, Evaluación y Control de Riesgos			NIVEL JERARQUICO	• Organigrama	
<b>DECISIONES AUTONOMAS</b>			<b>DECISIONES A CONSULTAR</b>		
SUPERVISIÓN		Superintendencia de Vigilancia			
ELABORO		REVISO		APROBO	
Responsable SIG		Jefe de Talento Humano		Ana Idaly Hernandez Martinez	
NOMBRE DEL TRABAJADOR		CEDULA		FIRMA	

P&C BOROQUIP S.A.S		PERFIL DEL CARGO		CODIGO: DHR-MN-001 VERSIÓN:6 EMISIÓN: 01-03-2020 Pág.1 de 1	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO					
NOMBRE DE CARGO	Sub- gerente		PROCESO	Gestión Estratégica	
JEFE INMEDIATO	Gerente General				
PERSONAL A CARGO	Jefe de producción, Jefe de mercadeo, Jefe de Talento de Humano, Jefe de contabilidad				
AREA	ADMINISTRATIVA <input checked="" type="radio"/>		OPERATIVA <input type="radio"/>		
2. OBJETIVO DEL CARGO					
Dirigir las actividades generales de la empresa enfocándolas hacia el cumplimiento de los objetivos de la compañía. Planear el crecimiento y desarrollo de la empresa a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo con las políticas preestablecidas por el Gerente General, así como el cumplimiento de los objetivos planteados en los sistemas de gestión implementados.					
3. CONDICIONES ACADÉMICAS Y DE EXPERIENCIA					
EDUCACIÓN (Título obtenido)	Profesional en Administración de empresas, Ingeniería Industrial o carreras afines.				
FORMACIÓN (Diplomados, cursos, otros)	N/A				
CONOCIMIENTOS	Propias a la labor a realizar				
HOMOLOGACIÓN ESTUDIOS Vr. LA EXPERIENCIA	N/A				
TIEMPO DE EXPERIENCIA	5 o mas años				
4. HABILIDADES, DESTREZAS Y COMPETENCIAS					
•Liderazgo	•Compromiso con la empresa	•Autocontrol	• Análisis		
•Adaptabilidad	•Atento a las normas	• Comunicación escrita	• Toma de Decisión		
•Trabajo en equipo	• Manejo de conflictos	• Comunicación verbal	• Orientación al Cliente		
5. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES					
5.1. PROPIAS DE LA LABOR			5.2.CALIDAD, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, SEGURIDAD PARA LA CADENA DE SUMINISTRO Y MEDIO AMBIENTE		
1. Análisis de contratos.			1. Aprobar la Misión, Visión, Política integral, plan de trabajo anual y los Objetivos de gestión corporativos e indicadores del S.G.I. de la organización.		
2. Formar políticas, adoptar planes, programas y proyectos.			2. Cumplir con las directrices y procedimientos del Sistema Integrado de Gestión de acuerdo a las normas y evaluaciones ISO-9001, ISO 28000, ISO 45001 y Guía		
3. Planear, organizar, dirigir, controlar, fomentar y aplicar los programas encaminados al desarrollo de las actividades específicas.			3. Contribuir desde el desempeño de las funciones diarias al cumplimiento de la Política y Objetivos del sistema integrado de gestión de la organización.		
4. Proponer y aprobar iniciativas conducentes a mejorar los resultados de la gestión adelantada en los diversos procesos de la empresa.			4. Conocer como actuar en caso de emergencia en las instalaciones de la empresa o el cliente.		
5. Liderar los Programas de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud en el trabajo, Seguridad Física, Ambiental, etc.			5. Conocimiento del Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y del Reglamento Interno de Trabajo.		
6. Velar por el cumplimiento de Legalizaciones, Cámara De Comercio, Resoluciones de funcionamiento, RUT, min. Comunicaciones, etc.			6. Conocimiento y participación de las funciones, deberes y derechos del COPASST y Comité de Convivencia.		
7. Formular junto con el jefe Comercial estrategias de Venta.			7. Asegurar la disponibilidad de recursos esenciales para establecer, implementar, mantener y mejorar el Sistema Integrado de Gestión, definiendo las funciones, asignando las responsabilidades y la rendición de cuentas y		
8. Solicitar periódicamente informes sobre el desarrollo de cada área de la empresa.			8. Garantizar el cumplimiento de normas y leyes emitidas por los órganos de regulación, para evitar incurrir en faltas que acarreen sanciones a la compañía.		
9. Elaborar y efectuar el seguimiento al acta de revisión por la Dirección			9. Conocer e informar sobre los riesgos, aspectos e impactos ambientales asociados a las actividades que desarrolla y los controles establecidos por la organización.		
10. Ser representante de la Alta Dirección.			10. Nombrar un miembro de la alta dirección quien, independientemente de sus otras responsabilidades, debe ser responsable del diseño, mantenimiento, documentación y mejora general de los sistemas integrados de gestión de la organización y hacer seguimiento a los requisitos e inspecciones de las partes interesadas de la organización y emprender las acciones apropiadas y		
11. Participar activamente en la custodia de los bienes de empresa.			12. A través de sus labores, ayudar a la satisfacción del cliente y partes interesadas.		
12. Apoyar a la Gerencia General garantizando el cumplimiento de los requisitos legales aplicables a la actividad económica de la empresa.			13. Garantizar que cualquier programa de seguridad generado por otras partes de la organización complementen el Sistema de Gestión de la Seguridad.		
			14. Garantizar que las amenazas y riesgos relacionados con la seguridad sean evaluados y se incluyan en evaluaciones de amenazas y riesgos		
			15. Asumir la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema integral de gestión.		
			16. Asegurar de que se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables.		
			17. Asegurar que se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios ya la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.		
			18. Asegurar que se establezcan políticas y objetivos que sistema integrado de gestión y que éstos sean compatibles con el contexto y la dirección de la organización.		
			19. Asegurar la integración de los requisitos de los sistemas integrados de gestión en los procesos de negocio de la organización.		
			20. Promover el uso del enfoque a procesos y el pensamiento basado en		
			21. Asegurar que los sistemas integrados de gestión logren los resultados		
			22. Comprometer, dirigir y apoyar a las personas, para contribuir a la eficacia de los sistemas integrados de gestión.		
			23. Apoyar otros roles pertinentes de la dirección, para demostrar su liderazgo en la forma en la que aplique a sus áreas de responsabilidad.		
			24. Asegurar que se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del		
			25. Procurar el cuidado integral de su salud, suministrar información Clara, veraz y completa sobre su estado de salud y asistir a los exámenes médicos		
			26. Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el programa de capacitación.		
			27. Demostrar su compromiso con la mejora continua del desempeño de los Sistemas Integrados de Gestión.		
			28. Recibir, atender y registrar las quejas, reclamos, sugerencias y/o		
			29. Participar en los procesos de auditorías para los sistemas integrados de Gestión.		
			30. Conocer y entender la caracterización propia del área a la que pertenece.		
			31. Conocer los mecanismos de comunicación establecidos por la empresa para reportar cualquier riesgo que pueda repercutir en la salud, la seguridad o la integridad de cualquier colaborador o propiedad de la empresa. (COPASST,		
			32. Tiene la autoridad de detener cualquier operación que considere sea un riesgo para las personas, operaciones, instalaciones y medio ambiente.		
6. CONDICIONES DE TRABAJO			7. NIVEL DE AUTORIDAD		
• Ver matriz de Cargos críticos • Ver Matriz de Identificación de Peligros, Evaluación y Control			NIVEL JERARQUICO		• Organigrama
DECISIONES AUTONOMAS			DECISIONES A CONSULTAR		
SUPERVISIÓN			Gerente General		
ELABORO		REVISO		APROBO	
Responsable SIG		Jefe de Talento Humano		Ana Idaly Hernandez Martinez	
NOMBRE DEL TRABAJADOR		CEDULA		FIRMA	

P&C BOROQUIP S.A.S		PERFIL DEL CARGO		CÓDIGO: DHR-MN-001 VERSIÓN:6 EMISIÓN: 01-03-2020 Pág.1 de 1	
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>					
NOMBRE DE CARGO	Jefe de Produccion			PROCESO	Produccion
JEFE INMEDIATO	Gerente General				
PERSONAL A CARGO	Analista de Produccion				
ÁREA	ADMINISTRATIVA	<input type="radio"/>	OPERATIVA	<input checked="" type="radio"/>	
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>					
Planear, dirigir y controlar las actividades operativas, para la prestación efectiva de la producción de acuerdo con el objeto del contrato y las políticas, normas, procedimientos e instructivos de los sistemas de gestión.					
<b>3. CONDICIONES ACADÉMICAS Y DE EXPERIENCIA</b>					
EDUCACIÓN (Título obtenido)	Bachiller, Tecnólogo, Profesional en administración o carreras afines				
FORMACIÓN	Formación específica en gestión y administración de empresas				
CONOCIMIENTOS	Conocimiento técnico sobre la industria de la producción de productos lácteos, Capacidad para trabajar bajo presión, ya que a menudo los plazos de producción son muy				
HOMOLOGACIÓN ESTUDIOS Vt. LA EXPERIENCIA	N/A				
TIEMPO DE EXPERIENCIA	3 años,				
<b>4. HABILIDADES, DESTREZAS Y COMPETENCIAS</b>					
•Liderazgo		•Tolerancia		•Autocontrol	
•Trabajo en equipo		•Orientación al cliente		• Manejo de situaciones	
• Iniciativa		• Comunicación verbal		• Comunicación escrita	
<b>5. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES</b>					
<b>5.1. PROPIAS DE LA LABOR</b>			<b>5.2.CALIDAD, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, SEGURIDAD PARA LA</b>		
1. Dirigir y controlar los planes, programas, proyectos, procesos y funciones del área a su cargo ejecutando y desarrollando las políticas, programas y proyectos de P&C BOROQUIP S.A.S			1. Conocimiento de la Misión, Visión, Política Integral, Objetivos de gestión corporativos e indicadores del S.G.I. de la organización.		
2. La planificación y supervisión del trabajo de los empleados			2. Cumplir con las directrices y procedimientos del Sistema Integrado de Gestión de acuerdo a las normas y evaluaciones ISO-9001, ISO 28000, ISO 45001 y Guía RUC .		
3. Mantener y controlar el orden disciplinario y moral del personal administrativo y operativo adscrito al área.			3. Contribuir desde el desempeño de las funciones diarias al cumplimiento de la Política y Objetivos del sistema integrado de gestión de la organización.		
4. Verificar que los controles establecidos se cumplan de acuerdo a los procedimientos para garantizar la satisfacción del cliente.			4. Conocer como actuar en caso de emergencia en las instalaciones de la empresa o el cliente.		
5 Realizará la supervisión y el control de calidad de los procesos			5. Conocimiento del Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y del Reglamento Interno de Trabajo.		
6. Tomar medidas necesarias para lograr la función de producción óptima.			6. Conocer e informar sobre los Peligros, Aspecto e impactos ambientales asociados a las actividades que desarrolla y los controles establecidos por la		
7.La gestión de los recursos materiales			7. Procurar el cuidado integral de su salud, suministrar información Clara, veraz y completa sobre su estado de salud y asistir a los exámenes médicos ocupacionales cuando se le solicite (cumplir con el esquema de vacunación		
8. Resolver las inquietudes o problemas de los clientes en cuanto al servicio prestado.			8. A través de sus labores, ayudar a la satisfacción del cliente y partes interesadas		
9. Ejecutar y monitorear el uso del presupuesto a cargo de la Jefatura.			9. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones de seguridad aplicables a su puesto de trabajo y llevarlas a la práctica.		
10. La innovación y el diseño de productos o servicios			10. Reportar y participar en los procesos de investigación de incidentes y accidentes de trabajo ( incluye viales) de manera oportuna. y Participar en los reportes de actos y condiciones inseguras.		
11. Organizar la producción ejerciendo un estricto control sobre cada empleado			11. Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el programa de capacitación.		
12. Planificar uso de materiales y servicios con su correspondiente programación			12. Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).		
			13. Conocer los mecanismos de comunicación establecidos por la empresa para reportar cualquier riesgo que pueda repercutir en la salud, la seguridad o la integridad de cualquier colaborador o propiedad de la empresa. (COPASST, Comité de Convivencia Laboral, Brigadas).		
			14.Mantener su área y equipos de trabajo en buenas condiciones (orden y aseo).		
			15. Participar en los procesos de auditorías para los sistemas integrados de		
			16. Conocer, utilizar y hacer buen uso de los diferentes elementos de protección personal, seguridad y salud en trabajo, ergonomía y medio ambiente, en el caso		
			17. Conocer y entender la caracterización propia del área a la que pertenece.		
			18. Demostrar su compromiso con la mejora continua del desempeño de los Sistemas Integrados de Gestión.		
			19. Reportar incidentes y accidentes viales.		
			20. Garantizar la realización y actualización de los ruto gramas		
			21. Verificar el estado de funcionamiento de los vehículos a utilizar, antes de la operación del mismo.		
			22. Conocer y dar cumplimiento al Procedimiento de Reporte, Investigación, Análisis y Seguimiento de Eventos y participar en su investigación.		
			23.. Coordinar y participar en la mejora continua de los procesos de la jefatura.		
			24.. Permitir la participación del personal de su equipo seleccionado para realizar los ciclos de auditoría interna al SIG.		
			25. Asegurar que sus equipos de trabajo participen en las capacitaciones y otras actividades relacionadas con los sistemas de gestión incluido pausas activas y		
<b>6. CONDICIONES DE TRABAJO</b>					
• Ver matriz de Cargos críticos			NIVEL JERÁRQUICO		
• Ver Matriz de Identificación de Peligros, Evaluación y Control			• Organigrama		
<b>DECISIONES AUTONOMAS</b>			<b>DECISIONES A CONSULTAR</b>		
SUPERVISIÓN Gerente General					
<b>ELABORO</b>		<b>REVISO</b>		<b>APROBÓ</b>	
Responsable SIG		Jefe de Talento Humano		Ana Idaly Hernandez Martinez	
<b>NOMBRE DEL TRABAJADOR</b>		<b>CEDULA</b>		<b>FIRMA</b>	

P&C BOROQUIP S.A.S		PERFIL DEL CARGO		CODIGO: DHR-MN-001 VERSIÓN:6 EMISIÓN: 01-03-2020 Pág.1 de 1	
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>					
NOMBRE DE CARGO	Jefe Contable/ Gerente General		PROCESO	Administrativo y Financiero	
JEFE INMEDIATO	Asesor Contable, Analista de Nomina, Asistente de Seguridad social				
PERSONAL A CARGO	ADMINISTRATIVA <input checked="" type="radio"/> OPERATIVA <input type="radio"/>				
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>					
Velar por la Confiabilidad y credibilidad de las operaciones financieras de P&C BOROQUIP S.A..					
<b>3. CONDICIONES ACADÉMICAS Y DE EXPERIENCIA</b>					
EDUCACIÓN (Título obtenido)	Profesional Contaduría pública				
FORMACIÓN (Diplomados, cursos, otros)	Administración, áreas afines				
CONOCIMIENTOS	Régimen tributario				
HOMOLOGACIÓN ESTUDIOS Vr. LA EXPERIENCIA	N/A				
TIEMPO DE EXPERIENCIA	2 años				
<b>4. HABILIDADES, DESTREZAS Y COMPETENCIAS</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honestidad</li> <li>• Discreción</li> <li>• Comunicación verbal</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis</li> <li>• Tolerancia</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Comunicación escrita</li> <li>• Atención a Normas</li> </ul>	
<b>5. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES</b>					
<b>5.1. PROPIAS DE LA LABOR</b>			<b>5.2. CALIDAD, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, SEGURIDAD PARA LA CADENA DE SUMINISTRO Y MEDIO AMBIENTE</b>		
1. Velar por la confiabilidad y credibilidad de las operaciones financieras registradas de conformidad con las disposiciones de la Contaduría General y las normas contables generalmente aceptadas.			1. Conocimiento de la Misión, Visión, Política Integral, Objetivos de gestión corporativos e indicadores del S.G.I. de la organización.		
2. Elaborar y presentar las declaraciones tributarias en las fechas estipuladas por la ley.			2. Cumplir con las directrices y procedimientos del Sistema Integrado de Gestión de acuerdo a las normas y evaluaciones ISO-9001, ISO 28000, ISO 45001 y Guía RUC .		
3. Preparar las peticiones para emitir conceptos y absolver consultas y requerimientos de las entidades fiscalizadoras que se le encomienden.			3. Contribuir desde el desempeño de las funciones diarias al cumplimiento de la Política y Objetivos del sistema integrado de gestión de la organización.		
4. Preparar informes y estados financieros y contables de la Empresa con la periodicidad requerida.			4. Conocer los mecanismos de comunicación establecidos por la empresa para reportar cualquier riesgo que pueda repercutir en la salud, la seguridad o la integridad de cualquier colaborador o propiedad de la empresa. (COPASST, Comité de Convivencia Laboral, Brigadas).		
5. Elaborar los comprobantes de egreso para su respectivo trámite.			5. Conocimiento del Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y del Reglamento Interno de Trabajo.		
6. Elaborar las conciliaciones bancarias.			6. Conocer e informar sobre los Peligros, Aspecto e impactos ambientales asociados a las actividades que desarrolla y los controles establecidos por la organización.		
7. Actualizar sistemas y métodos de trabajo para optimizar y agilizar los procedimientos contables de la entidad.			7. Procurar el cuidado integral de su salud, suministrar información Clara, veraz y completa sobre su estado de salud y asistir a los exámenes médicos ocupacionales cuando se le solicite (cumplir con el esquema de vacunación establecido).		
8. Velar por la actualización y sistematización de la contabilidad financiera de P&C BOROQUIP S.A.S., conforme a las normas legales vigentes.			8. A través de sus labores, ayudar a la satisfacción del cliente y partes interesadas		
9. Asesorar de acuerdo con su competencia, a la Gerencia General de P&C BOROQUIP SAS, apoyando el cumplimiento de las funciones generales del mismo.			9. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones de seguridad aplicables a su puesto de trabajo y llevarlas a la práctica.		
10. Establecer los planes y programas correspondientes a la selección, transferencia, eliminación, y limpieza de los archivos a su cargo, dentro de las políticas trazadas por la empresa, garantizando así el cumplimiento de las actividades del sistema archivístico.			10. Reportar y participar en los procesos de investigación de incidentes y accidentes de trabajo (incluye viales) de manera oportuna. y Participar en los reportes de actos y condiciones inseguras.		
11. Elaborar y liquidar la nomina de sueldos, prestaciones y demás reconocimientos salariales del personal, de conformidad con las disposiciones que rigen la materia.			11. Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el programa de capacitación.		
12. Coordinar y responder por los reportes, cheques, comprobantes, listados de descuentos y dar el trámite y comprobantes de pagos al trabajador.			12. Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).		
13. Coordinar los pagos de los clientes de la organización.			13. Conocer, utilizar y hacer buen uso de los diferentes elementos de protección personal, seguridad y salud en trabajo, ergonomía y medio ambiente, en el caso de emergencias.		
14. Realizar las compras requeridas para la prestación de los servicios y demás actividades de cada uno de los procesos de la organización.			14. Conocer como actuar en caso de emergencia en las instalaciones de la empresa o el cliente		
15. Presentar a la Gerencia General informes periódicos sobre el desarrollo de los asuntos inherentes a su cargo y los informes especiales			15. Mantener su área y equipos de trabajo en buenas condiciones (orden y aseo).		
16. Conocer y dar cumplimiento al Procedimiento de Reporte, Investigación, Análisis y Seguimiento de Eventos.			16. Participar en los procesos de auditorías para los sistemas Integrados de Gestión.		
17. Dirigir y controlar la ejecución del presupuesto del área a su cargo, controlando su ejecución y comunicando cualquier desviación ocurrida entre lo planeado y lo ejecutado.			17. Permitir la participación del personal de su equipo seleccionado para realizar los ciclos de auditoría interna al SIG.		
18. Dirigir y controlar la Planificación de la Jefatura a su cargo en función de los objetivos estratégicos establecidos.			18. Demostrar su compromiso con la mejora continua del desempeño de los Sistemas Integrados de Gestión.		
19. Promover en conjunto con el área de Talento Humano el desarrollo, capacitación y evaluación de los recursos humanos del área.			19. Conocer y dar cumplimiento al Procedimiento de Reporte, Investigación, Análisis y Seguimiento de Eventos y participar en su investigación.		
20. Planificar, dirigir y controlar el avance de los procesos de adquisiciones del área a su cargo.			20. Coordinar y participar en la mejora continua de los procesos de la jefatura.		
21. Ejecutar y monitorear el uso del presupuesto a cargo de la jefatura.			21. Permitir la participación del personal de su equipo seleccionado para realizar los ciclos de auditoría interna al SIG.		
22. Elaborar informes analíticos de la gestión de la jefatura.			22. Asegurar que sus equipos de trabajo participen en las capacitaciones y otras actividades relacionadas con los sistemas de gestión incluido pausas activas y simulacros.		
			23. Coordinar y participar en la mejora continua de los procesos de la jefatura.		
			24. Conocer y entender la caracterización propia del área a la que pertenece		
			25. Asegurar que sus equipos de trabajo participen en las capacitaciones y otras actividades relacionadas con los sistemas de gestión incluido pausas activas y simulacros.		
<b>6. CONDICIONES DE TRABAJO</b>			<b>7. NIVEL DE AUTORIDAD</b>		
• Ver matriz de Cargos críticos			NIVEL JERARQUICO		• Organigrama
• Ver Matriz de Identificación de Peligros, Evaluación y Control de					
<b>DECISIONES AUTONOMAS</b>			<b>DECISIONES A CONSULTAR</b>		
SUPERVISIÓN Gerente General					
ELABORO		REVISO		APROBO	
Responsable SIG		Jefe de Talento Humano		Ana Idaly Hernandez Martinez	
NOMBRE DEL TRABAJADOR		CEDULA		FIRMA	

P&C BOROQUIP S.A.S		PERFIL DEL CARGO		CODIGO: DHR-MN-001 VERSIÓN:6 EMISIÓN: 01-03-2020 Pág.1 de 1	
<b>1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>					
NOMBRE DE CARGO	Jefe Talento Humano		PROCESO	Recurso Humano	
JEFE INMEDIATO	Gerente General				
PERSONAL A CARGO	Asistente de Talento Humano				
AREA	ADMINISTRATIVA	<input checked="" type="radio"/>	OPERATIVA	<input type="radio"/>	
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>					
Desarrollar las actividades relacionadas con los procesos integrales del manejo del recurso humano como son: Selección, contratación, bienestar, desarrollo y capacitación, nómina, y seguridad social de los trabajadores conforme a la normatividad legal vigente aplicable.					
<b>3. CONDICIONES ACADÉMICAS Y DE EXPERIENCIA</b>					
EDUCACIÓN (Título obtenido)	Profesional en Ciencias administrativas, sociales, humanísticas y/o de derecho.				
FORMACIÓN (Diplomados, cursos, otros)	Áreas afines				
CONOCIMIENTOS	Régimen laboral colombiano, administración de recurso humano.				
HOMOLOGACIÓN ESTUDIOS Vr. LA EXPERIENCIA	N/A				
TIEMPO DE EXPERIENCIA	2 años				
<b>4. HABILIDADES, DESTREZAS Y COMPETENCIAS</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución de conflictos</li> <li>• Comunicación asertiva</li> <li>• Planeación y organización</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tolerancia</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Gestión del talento</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul>	
<b>5. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES</b>					
<b>5.1. PROPIAS DE LA LABOR</b>			<b>5.2. CALIDAD, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, SEGURIDAD PARA LA CADENA DE SUMINISTRO Y MEDIO AMBIENTE</b>		
1. Conocer la actualidad de la legislación laboral colombiana y de las normas donde se circunscribe el ejercicio de la vigilancia y seguridad privada para así dar dirección a los procesos de administración del recurso humano dentro de la organización.			1. Conocimiento de la Misión, Visión, Política Integral, Objetivos de gestión corporativos e indicadores del S.G.I. de la organización.		
2. Anticipar de forma proactiva las necesidades de la organización para disponer de las personas con el perfil requerido y las competencias			2. Cumplir con las directrices y procedimientos del Sistema Integrado de Gestión de acuerdo a las normas y evaluaciones ISO-9001, ISO 28000, ISO 45001 y Guía RUC .		
3. Gestionar los procesos relacionados con la vinculación, mantenimiento y retiro de las personas de la organización			3. Contribuir desde el desempeño de las funciones diarias al cumplimiento de la Política y Objetivos del sistema integrado de gestión de la organización.		
4. Identificar los perfiles (conocimientos, habilidades, rasgos de personalidad, actitudes y valores), así como determinar cuales deben ser los sistemas de retribución más competitivos (Descripción de Puestos de Trabajo y Políticas de compensación).			4. Conocer los mecanismos de comunicación establecidos por la empresa para reportar cualquier riesgo que pueda repercutir en la salud, la seguridad o la integridad de cualquier colaborador o propiedad de la empresa. (COPASST, Comité de Convivencia Laboral, Brigadas, etc).		
5. Controlar el cumplimiento de las normas disciplinarias y ejecutar las respectivas sanciones.			5. Conocimiento del Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y del Reglamento Interno de Trabajo.		
6. Reportar de manera oportuna las novedades de nómina al personal de acuerdo a las políticas de la Empresa al área contable			6. Conocer e informar sobre los Peligros, Aspecto e impactos ambientales asociados a las actividades que desarrolla y los controles establecidos por la		
7. Coordinar con el área de operaciones las novedades de personal que afecten la operación tales como: vacaciones, ingresos, retiros y sanciones disciplinarias			7. Procurar el cuidado integral de su salud, suministrar información clara, veraz y completa sobre su estado de salud y asistir a los exámenes médicos ocupacionales cuando se le solicite.		
8. Garantizar la oportuna actualización del Manual de funciones y competencias por parte de los líderes de proceso.			8. A través de sus labores, ayudar a la satisfacción del cliente y partes interesadas		
9. Gestionar la oportuna atención de solicitudes internas y externas.			9. Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones de seguridad aplicables a su puesto de trabajo y llevarlas a la práctica.		
10. Diseñar plan de capacitación integral para el mejoramiento de las competencias laborales y mejor desempeño			10. Reportar y participar en los procesos de investigación de incidentes y accidentes de trabajo ( incluye viales) de manera oportuna, y participar en los reportes de actos y condiciones inseguras.		
11. Garantizar la inducción y capacitación del personal.			11. Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el programa de capacitación.		
12. Evaluar al personal de la compañía para definir las necesidades de capacitación.			12. Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).		
13. Revisar, reportar y autorizar las novedades de ausentismos dentro del proceso de nómina			13. Conocer, utilizar y hacer buen uso de los diferentes elementos de protección personal, seguridad y salud en trabajo, ergonomía y medio ambiente, en el caso que se requiera.		
14. Garantizar el proceso de contratación conforme a lo establecido en el procedimiento del SIG, incluido contrato y documentación en la carpeta del trabajador.			14. Conocer como actuar en caso de emergencia en las instalaciones de la empresa o el cliente		
18. Participar en los comités de gerencia y demás reuniones con el personal.			15. Mantener su área y equipos de trabajo en buenas condiciones (orden y aseo).		
19. Garantizar que los líderes de proceso y sus equipos de trabajo estén alineados con objetivos corporativos de la empresa			16. Participar en los procesos de auditorías para los sistemas Integrados de Gestión.		
20. Garantizar la ejecución del proceso de selección en cuanto a idoneidad del nuevo candidato versus perfil y profesiograma			17. Permitir la participación del personal de su equipo seleccionado para realizar los ciclos de auditoría interna al SIG.		
21. Presentar indicadores de gestión sobre el área de acuerdo a los lineamientos del SIG.			18. Demostrar su compromiso con la mejora continua del desempeño de los Sistemas Integrados de Gestión.		
22. Garantizar el cumplimiento del presupuesto del área a su cargo, controlando su ejecución y comunicando cualquier desviación ocurrida entre lo planeado y lo ejecutado.			19. Conocer y dar cumplimiento al Procedimiento de Reporte, Investigación, Análisis y Seguimiento de Eventos y participar en su investigación.		
23. Dirigir y controlar la Planificación de la Jefatura a su cargo en función			20. Coordinar y participar en la mejora continua de los procesos de la jefatura.		
24. Promover el desarrollo y plan de capacitación del personal a su cargo.			22. Asegurar que sus equipos de trabajo participen en las capacitaciones y otras actividades relacionadas con los sistemas de gestión incluido pausas activas y simulacros.		
25. Planificar, dirigir y controlar el avance de los procesos de			23.. Coordinar y participar en la mejora continua de los procesos de la jefatura.		
26. Elaborar informes requeridos relacionados con la gestión del área y demás que requiera a nivel interno como externo y que este relacionados			24. Conocer y entender la caracterización propia del área a la que pertenece		
27. Cumplir y exigir el cumplimiento de los procedimientos establecidos para su proceso.					
28. Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas y reglamentos establecidos en la organización					
29. Demas labores asignadas por su jefe inmediato relacionados con la naturaleza de su cargo.					
<b>6. CONDICIONES DE TRABAJO</b>			<b>7. NIVEL DE AUTORIDAD</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ver matriz de Cargos críticos</li> <li>• Ver Matriz de Identificación de Peligros, Evaluación y Control de Riesgos</li> </ul>			NIVEL JERARQUICO		• Organigrama
DECISIONES AUTONOMAS			DECISIONES A CONSULTAR		
SUPERVISIÓN					
ELABORO					
REVISO					
APROBO					
Responsable SIG		Jefe de Talento Humano		Juan Carlos Rojas	
NOMBRE DEL TRABAJADOR		CEDULA		FIRMA	



## 5.2. Direccionamiento Estratégico.

### Misión

**P&C BOROQUIP S.A.S.** es una empresa productora y comercializadora de arequipe de Borjón la cual ofrece un producto innovador de excelente calidad, 100% natural (ni colorantes, ni saborizantes artificiales) satisfaciendo las necesidades del mercado regional, creando valor económico, social y sostenibilidad ambiental a los diferentes grupos de interés (stakeholders).

### Visión

En el 2025 **P&C BOROQUIP S.A.S.** Será una empresa reconocida por su liderazgo, competitividad e innovación, líder en producción y comercialización de arequipe de borjón en el mercado Nacional e incursionara en el mercado internacional.

### OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio administrativo y jurídico legal para determinar el direccionamiento de la futura empresa, su estructura administrativa, funcional y el marco jurídico legal.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Plantear el direccionamiento Estratégico de la empresa (misión, visión, política, principios, valores, estrategias).
- Definir la estructura organizacional y funciones (gerencia general, mercadeo y publicidad, Producción y talento humano)
- Establecer el marco jurídico y legal

### 5.3. Tamaño del producto o tamaño optimo

El tamaño de la planta de producción se determinó en base al estudio de mercado que permitió tener información acerca del pronóstico de la demanda mensual de Arequipe de borojo, para el área de Sogamoso siendo esta nuestro principal centro de distribución y lugares turísticos de la región, con esta información se hizo un pronóstico para los demás meses del año. Sabiendo cual era la demanda estimada para cada mes y teniendo presente que en el proceso de fabricación del arequipe, tendremos en cuenta las horas de trabajo y los turnos que se manejaran en la planta, los cuales seria 8 horas al día en un solo turno de producción, esta sería la capacidad diseñada.

#### 5.3.1. Capacidad diseñada.

La capacidad diseñada de la planta está dada por 1 turno de 8 horas de Lunes a Viernes, con posibles turnos extra de 6 horas el día sábado, según exigencias de la demanda.

#### 5.3.2. Capacidad instalada

Se encuentra determinada por el porcentaje de uso de la capacidad diseñada, pero básicamente está dada por 1 turno de 8 horas de lunes a viernes.

#### 5.3.3. Capacidad a utilizar.

Se encuentra determinada por el porcentaje de uso de la capacidad instalada, pero básicamente está dada por 1 turnos continuos de 8 horas de lunes a viernes. Esta se verá reflejada con una producción de 63% a partir del año 2 y hasta el año 3, el año 4 tendrá un aumento, hasta llegar a 80% y a partir del año 5 la empresa debe tener toda su capacidad instalada funcionando para lograr con los objetivos de la empresa

<b>Jornada Ordinaria</b>		<b>1 Turno 4 horas</b>	<b>1 Turno 8 horas</b>
Tiempo de Fabricación Arequipe /horas	0,25	1	2
Línea de producción		1	1
Arequipe el día		1	2
Arequipe a la Semana		5	10
<b>Arequipe al mes</b>		<b>20</b>	<b>40</b>

Turnos Extra Día Sábado		1 Turno 4 horas	1 Turno 8 horas
Tiempo de Fabricación Arequipe/horas	0,25	1	2
Línea de producción		1	1
Arequipe al día		1	2
Arequipe a la Semana		1	2
<b>Arequipe al mes</b>		<b>4</b>	<b>8</b>

Como podemos observar, dependiendo de los requerimientos de la demanda para el respectivo mes, establecemos el número de arequipe a fabricar; de tal manera identificamos si es necesario incluir el turno extra del día sábado y con qué número de turnos para realizar el adecuado programa de producción.

#### 5.3.4. Factores que condicionan el tamaño del mercado.

- **Dimensión del Mercado:** Debido a que el producto es nuevo en el mercado de la región puede llegar a tener una buena acogida por parte de los consumidores, por sus componentes bajos en azúcar que le proporcionara al cliente una tranquilidad y mayor satisfacción a la hora de consumirlo. Estas características fueron determinantes en las encuestas realizadas o aplicadas teniendo en cuenta que la mayoría de personas presentan enfermedades relacionadas con el azúcar.
- **Disponibilidad de Insumos y Recursos:** Es bien importante dimensionar el mercado de insumos y asegurar el suministro permanente de los mismos en términos de precios, calidad y cantidad, sabiendo que todos los insumos no son suministrados por proveedores de la región, la compañía debe estar en contacto directo con los proveedores que se encuentran fuera del departamento para así lograr un suministro de insumos constante y permanente.
- **Capacidad Administrativa:** Este aspecto lo manejarían los gestores del proyecto (Ana Hernández) que como Contadoras Públicas tenemos todo el conocimiento no solo en el área administrativa sino en el área de producción, finanzas, tributaria por nombrar algunas áreas.
- **Capacidad Financiera:** Para establecer cuál fue la capacidad financiera fue necesario realizar todo un completo análisis del flujo de inversión necesario para la puesta en marcha de la empresa, los costos de producción que así lo constituya durante su vida útil, de tal manera que obtengamos el flujo de caja neto y así identificar si la empresa, Boroquip genera utilidades o no.

- **Condicionamientos Técnicos:** Se contrata personal calificado, de la región preferiblemente, ya que además de buscar un beneficio personal como

#### 5.4. Requerimiento técnico, tecnológico y científico.

##### Listado de Equipos.

##### Acidímetro o instrumento para titulación



Este dispositivo permite efectuar una medición de la acidez de la leche expresada en grados Dornic. El acidímetro es un instrumento de sencilla fabricación por lo que se puede encontrar en cualquier negocio de venta de materiales para medición de laboratorios e, inclusive, en algunas farmacias. De igual manera la solución de Hidróxido de Sodio N/9.

##### Refrigerador

Si vamos a producir en pequeña escala, 60 litros por ejemplo, el refrigerador podría ser una simple heladera con la capacidad de almacenar esta cantidad de leche.

En caso de que el nivel de producción sea importante, será necesario proveerse de un tanque con sistema de enfriamiento, de almacenamiento de leche, de acero inoxidable, con agitación mecánica preferentemente. Los hay de distintas capacidades. Lo importante aquí es que la leche deberá permanecer, hasta el momento de su utilización, almacenada a una temperatura entre los 2 – 8 °C.

##### Filtro de malla fina

Los filtros de malla fina pueden ser parte de un embudo, el cual en su fondo tiene pequeñas aberturas. De ser de este tipo, el filtro debería ser de acero inoxidable o de algún material

sanitario. Existen también otro tipo de filtros de alta porosidad similares a aquellos de café que son filtros renovables, por ejemplo de papel descartable (lo más recomendable) o también se utilizan telas o lienzos especiales que se adquieren en casas del ramo\*.

### **Recipientes de acero inoxidable**



Para pequeña escala, hasta 50 litros. Se podrán utilizar ollas de acero inoxidable. Para escala mayores, se deberá pensar en Pailas dulceras, cuyas capacidades van desde los 300 litros en adelante. Las hay eléctricas o con utilización de vapor entre otros combustibles.

### **Filtro de producto**

Podrá ser de una malla de acero inoxidable material sanitario. A través del mismo pasará el Dulce quedando retenidas pequeñas partículas causadas por defectos en la materia prima o que se ocasionan durante la elaboración.

### **Refractómetro**

(Optativo)



El refractómetro es un pequeño instrumento que permite estimar la cantidad de sólidos presentes en un fluido, y que determina el punto final del proceso de calentamiento. Se lo usa también con el mismo fin para la elaboración de miel y mermeladas. En general la unidad de

medición son los grados Brix. Un dulce de leche ya terminado y listo para consumir debería tener una concentración de sólidos correspondientes a 70° Brix.

No es necesario su utilización cuando uno da los primeros pasos para elaborar dulce de leche, pero cuando se quiere estandarizar la producción resulta un instrumento de mucha utilidad ya que permite saber, con bastante precisión, en qué punto se debe parar la cocción del dulce (etapa que suele ser de difícil percepción para quienes se inician en este rubro).

### **Quemador a gas**



Para pequeña escala será suficiente disponer de un quemador a gas. El mismo es un quemador similar a los utilizados en una cocina familiar. En caso de mayores escalas, ya se debe pensar en tener una fuente de calor más grande, desde un simple calderín hasta calderas de gran tamaño.

### **Utensilios varios**



Se debe partir de la base de que todo utensilio, como revolvedor por ejemplo, que entre en contacto con los alimentos debe ser de material sanitario, que no transfiera propiedades

indeseables a los alimentos, que no sean atacados por los productos de limpieza ni se degraden por altas temperaturas. Uno de los materiales que reúnen todas estas características es el acero inoxidable.

También se puede pensar en materiales de plástico de grado alimenticio y que sean resistentes al calor. No se debería trabajar con utensilios de madera ni de vidrio.

También se puede pensar en materiales de plástico de grado alimenticio y que sean resistentes al calor. No se debería trabajar con utensilios de madera ni de vidrio.

## **5.5. Plan General.**

Para la descripción del proceso de producción del arequipe de borjón se va a tener en cuenta que todo arequipe es consistente, cremoso obtenido por cocción y concentración de las materias primas utilizadas. La fruta deberá estar dispersa de manera uniforme en todo el producto. La elaboración del arequipe de borjón sigue siendo uno de los procesos más fáciles y populares.

Para empezar con el proceso se debe adquirir la materia prima y los demás insumos necesarios para el proceso. Luego de eso se debe establecer y adecuar las condiciones fundamentales de la fabricación.

### **5.5.1. Condiciones fundamentales de fabricación**

Están relacionadas con la formulación, necesaria para que se logre obtener un producto que cumpla con las exigencias de calidad propias de las mermeladas.

Para empezar con el proceso se debe adquirir la materia prima y los demás insumos necesarios para el proceso. Luego de eso se debe establecer y adecuar las condiciones fundamentales de la fabricación.

- Sólidos solubles del producto terminado. Las legislaciones de casi todos los países establecen para el arequipe un contenido mínimo de sólidos solubles que varía desde 60 a 68,5%. El rendimiento teórico de una formulación está calculado sobre el total de la materia sólida de los componentes, cuyos valores no sufren variaciones con la cocción. Los valores aproximados de los sólidos solubles de las principales materias primas son: sacarosa 100, ácido seco 100%, pectina seca 100% y frutas 5 al 30%. Los primeros tres valores son constantes, mientras el cuarto depende de la variedad y del grado de maduración y de conservación de la fruta, que para el caso del borjón alcanza el 33% en fruta.

- Acidez total y el PH del producto. La normal gelificación se obtiene ajustando el PH de la fruta (pulpa) entre los límites. La acidez total del arequipe debe ser mantenida lo más constante posible; esta puede variar entre un máximo de 8% y un mínimo de 3% con un óptimo de 5% que es el caso del arequipe de borjón.
- Prueba del alcohol 70: Permite determinar la estabilidad de la leche (mas estrictamente de sus proteínas). Es una prueba que debe ir acompañada de la evaluación de la acidez. Éstas son dos herramientas que se complementan y que me permiten presumir acerca de la calidad de la leche cruda. Se precisa: alcohol de farmacia. Pero cuidado, el alcohol de farmacia presenta una concentración de 96° (ver su etiqueta). El alcohol que se debe usar en estos casos es de 70°. Por lo que al alcohol original se debe diluir en agua hasta lograr la concentración deseada.
- Evaluación de la acidez: Una leche de buena calidad debería presentar los siguientes valores: 14 a 18 ° Dornic

### **5.5.2. Etapas del proceso de elaboración del arequipe de borjón**

Se expondrán a continuación las pautas mínimas necesarias para la elaboración del arequipe de borjón. Para ello se partirá de leche entera (3% de Mat. Grasa).

Para fabricar 25 kilogramos por día se necesitará:

- 50 litros de leche
- 10 kilos de azúcar
- 25 gramos de bicarbonato de sodio
- 4 kilos de glucosa
- 30 centímetros cúbicos (o ml) de aromatizante de vainilla

#### **Etapa 1: Recepción de leche**

(Para el caso de recibir leche cruda, recién ordeñada)

La leche se recibe y controla para conocer su calidad, luego se conserva refrigerada (2-8°C) hasta el momento de procesarla.

Algunos de los controles a realizar pueden ser:

- Es aconsejable que la leche no tenga más de 24hs posterior al ordeño.
- Control visual: Observar si presenta impurezas o color anormal
- Control aroma: Verificar si emana olores extraños
- Controlar la temperatura de entrega, ( $T < 8^{\circ}\text{C}$ )

- Realizar la prueba del alcohol 70°\*
- Evaluar la acidez Dornic, pH \*\*

En el caso de contar con leche adquirida en algún negocio, no es necesario realizar todos los controles antes descritos, pero deberá controlarse la fecha de vencimiento. Se podrá hacer también una evaluación visual y de aroma.

## **Etapa 2: Higienización**

(Para el caso de recibir leche cruda, recién ordeñada)

Antes de comenzar la elaboración es necesario eliminar la suciedad que se incorpora durante el ordeño. Con ese objetivo, se la filtra a través de filtros de malla fina.

## **Etapa 3: Tratamiento de fruta**

- Selección

Las frutas de borojo destinadas para la elaboración del arequipe deben estar sanas en términos generales, por lo cual se deben seleccionar la que sirven de las que no sirven; se consideran como frutas defectuosas aquellas que presentan pasadas de maduración y las que presentan altos contenidos de pesticida para eliminar plagas.

Las frutas seleccionadas deben tener un grado de maduración de 5 (maduras firmes), con sus propiedades organolépticas buenas; sirven también aquellas con pequeños golpes o magulladuras.

- Pesado.

Esta etapa consiste en pesar todos los ingredientes para la elaboración del arequipe, con el fin de mantener las propiedades del producto conservando sus características organolépticas. Además para conocer las cantidades totales y rendimiento.

- Lavado y desinfección.

Esta etapa permite la eliminación de microorganismos, suciedades y materias orgánicas adheridas a los frutos, y que pueden continuar haciendo daño a la fruta.

La fruta de borojo debe ser lavada muy bien en agua corriente; este lavado se debe hacer con un trapo o cepillo fino que permita por la fricción retirar de su cascara todas aquella impurezas, sucios y materiales que al ser recogida y transportadas se le han adherido. Después del lavado, el producto se debe mantener en lugares sombreados y con buena ventilación, mientras se lleva a la siguiente etapa de pelado.

Si se requiere hacer desinfección durante el lavado se aplicara hipoclorito de sodio en un tanque grande (100litros de capacidad) de agua, en una proporción de 100ppm durante un tiempo de 3 a 5 minutos.

- Pelado.

Se realiza esta actividad por medio de un cedazo en el cual se va raspando la fruta y poco a poco se separa la pulpa de la cascara y las pepas.

- **Despulpado.**

En esta etapa se eliminan partes de la fruta deteriorada, al igual que la corteza que ha podido quedar de la etapa anterior, se realiza manualmente.

Antes de dar inicio a la siguiente etapa es conveniente almacenar la pulpa, para su conservación, esta puede hacerse en refrigeración dentro de 5 °C y 10 °C; si se requiere almacenar por periodos cortos este se puede hacer al medio ambiente.

- **Pre cocción.**

Se indica pasando nuevamente la pulpa para determinar la cantidad real de pulpa y saber qué porcentaje se pierde al retirarle la semilla y la corteza, lo cual se ha estimado en un 10%. A continuación se vierte la fruta en la olla industrial de acero y se produce al calentar sobre la estufa industrial.

#### **Etapa 4: Elaboración**

(Propiamente dicha)

Esta etapa es muy importante. En ella se evapora el agua (por calentamiento), se eliminan las bacterias patógenas presentes en la materia prima por efecto de la temperatura y ocurren todos los cambios para la obtención del dulce de leche.

Para elaborar el dulce de leche tipo familiar, se deben colocar en el recipiente sólo 25 litros de leche junto con todo el bicarbonato de sodio y el azúcar. Luego se la debe calentar hasta que comience a hervir. Cuando comienza a hervir, se deben ir agregando de a poco los 25 litros de leche restantes calentados previamente mientras continúa la cocción. Hay que tener especial cuidado en el primer hervor, procurando que la leche no rebalse de la olla o recipiente.

**NO DETENER LA AGITACIÓN** mientras la mezcla se encuentra en la olla o recipiente. Esto evitará problemas tales como que el dulce se queme, se corte o que se formen grumos. Cuando se está próximo a terminar la elaboración se agrega la glucosa y la esencia de vainilla (aproximadamente a los 62° brix, escala utilizada por el refractómetro). Se debe tener en cuenta que el agregado muy temprano de la glucosa aumenta mucho el color del dulce y alarga la elaboración.

Es de fundamental importancia determinar el momento en que debe darse por terminado la evaporación (cocción). Si se pasa del punto, se reducen los rendimientos y se perjudican las características del dulce. Por lo contrario, la falta de concentración o una cocción escasa produce un dulce fluido, sin la consistencia esperada.

Normalmente es la pericia del dulcero la que determina el punto exacto, empleando a veces pruebas empíricas. Una de ellas consiste en dejar caer una gota de dulce en un vaso con agua para ver si llega al fondo sin disolverse.

Otra, separando entre los dedos índice y pulgar una pequeña cantidad de producto y observando cómo y cuánto se estira. Con mucha práctica, la simple evaluación del flujo vertido desde un cucharón de dulce informa sobre el punto deseado.

No obstante, es necesario complementar la experiencia con la exactitud. Estas observaciones empíricas se hacen a modo de orientación y ya en las cercanías del punto final se debería controlar el dulce con un instrumento llamado refractómetro, que se adquiere en casas especializadas del ramo.

Según las diferentes fabricaciones, el mechero se apaga cuando el dulce tiene un 67-68% de sólidos, (67 - 68° Brix, escala utilizada por el refractómetro), estimando que con la evaporación producida mientras el dulce se descarga y enfría, se reducirá la humedad hasta el valor final deseado (30 %).

NOTA: Durante todo el tiempo de la elaboración tiene que mezclar con el removedor.

### **Etapa 5: Enfriamiento a 60°C**

Inmediatamente finalizada la elaboración, el dulce de leche obtenido se enfría a 60°C para realizar el envasado. El enfriado se puede realizar en un recipiente destinado a tal efecto. Consiste simplemente en una bacha de acero inoxidable o material sanitario donde deberá haber agua bien fría y en cantidad.

En dicho recipiente colocaremos la olla con el dulce manteniendo siempre una buena agitación. La velocidad del enfriamiento es muy importante ya que es una manera de prevenir y retardar la aparición de un defecto en el dulce: la formación de cristales, que le otorga una textura arenosa: el “dulce arenoso”.

### **Etapa 6: Envasado**

El envasado se realiza generalmente con el dulce todavía a unos 50-55°C para permitir un fácil flujo y deslizamiento. Envasar a mayor temperatura tendría el inconveniente de que continuarían produciéndose vapores dentro del envase que, condensando en la tapa, podrían facilitar la aparición de hongos.

Como es sabido, los envases a utilizar deberán estar en perfectas condiciones de limpieza. Se recomienda usar envases de vidrio con tapa a rosca.

NOTA: Inmediatamente después del llenado y tapado del envase, el mismo debe darse vuelta. Así, en la parte superior del envase queda una burbuja de aire. De esta manera se puede retardar el posible desarrollo de hongos.

### **Etapa 7: Tratamiento térmico**

(Optativo)

Después de ser elaborado y envasado, y para evitar riesgos de contaminación, al dulce se le puede realizar un tratamiento térmico. De esta manera se prolonga la vida útil del producto y se facilita el almacenaje. Generalmente este tipo de tratamiento vale más para una producción del tipo semi-industrial en la que la producción cuenta con un apoyo tecnológico importante ya que el rango de temperaturas a utilizar se encuentra entre los 110 -121°C. Los envases deberán presentar resistencia térmica y no podrán utilizarse aquellos de cartón o plástico.

Para una producción del tipo artesanal la vida útil del producto se podría incrementar mediante el agregado de un conservante, el sorbato de potasio. Este conservante es de uso difundido, se lo puede encontrar en cualquier casa del ramo y se lo debería considerar en el caso de querer comercializar el dulce de leche.

Una forma de aplicarlo puede ser: una vez el dulce está en el envase, rociarlo superficialmente con el sorbato al igual que la tapa o también se le puede agregar al producto durante el enfriamiento. La cantidad a utilizar dependerá de los distintos proveedores, así que antes de su utilización se debe tomar contacto con los mismos para asesorarse acerca de la manera y las cantidades a utilizar. Tanto los fabricantes como el producto deberían presentar la habilitación correspondiente.

De todas maneras es importante saber que el producto en sí, debido a sus características, es poco susceptible al ataque de Microorganismos. Por lo que si se quiere un producto para consumo familiar, con una vida útil media, bastará con producir y envasar de forma higiénicamente correcta. No hará falta el agregado de conservante alguno.

### **Etapas 7: Almacenaje**

Si el dulce fue elaborado y envasado en condiciones adecuadas pero no tiene conservantes ni tuvo tratamiento térmico posterior es aconsejable almacenarlo a temperatura de refrigeración.

Por otro lado, si el dulce fue elaborado y envasado en condiciones adecuadas y, además, se utilizaron conservantes o se realiza el tratamiento térmico, el mismo se puede mantener a temperatura ambiente en lugares frescos y secos.

### **Etapas 8: Etiquetado**

Cuando los productos van a venderse a terceros (otros comercios), el envase debe poseer rótulos, los cuales son una fuente muy importante de información que está al alcance de todos y a la cual todos tenemos derecho a acceder.

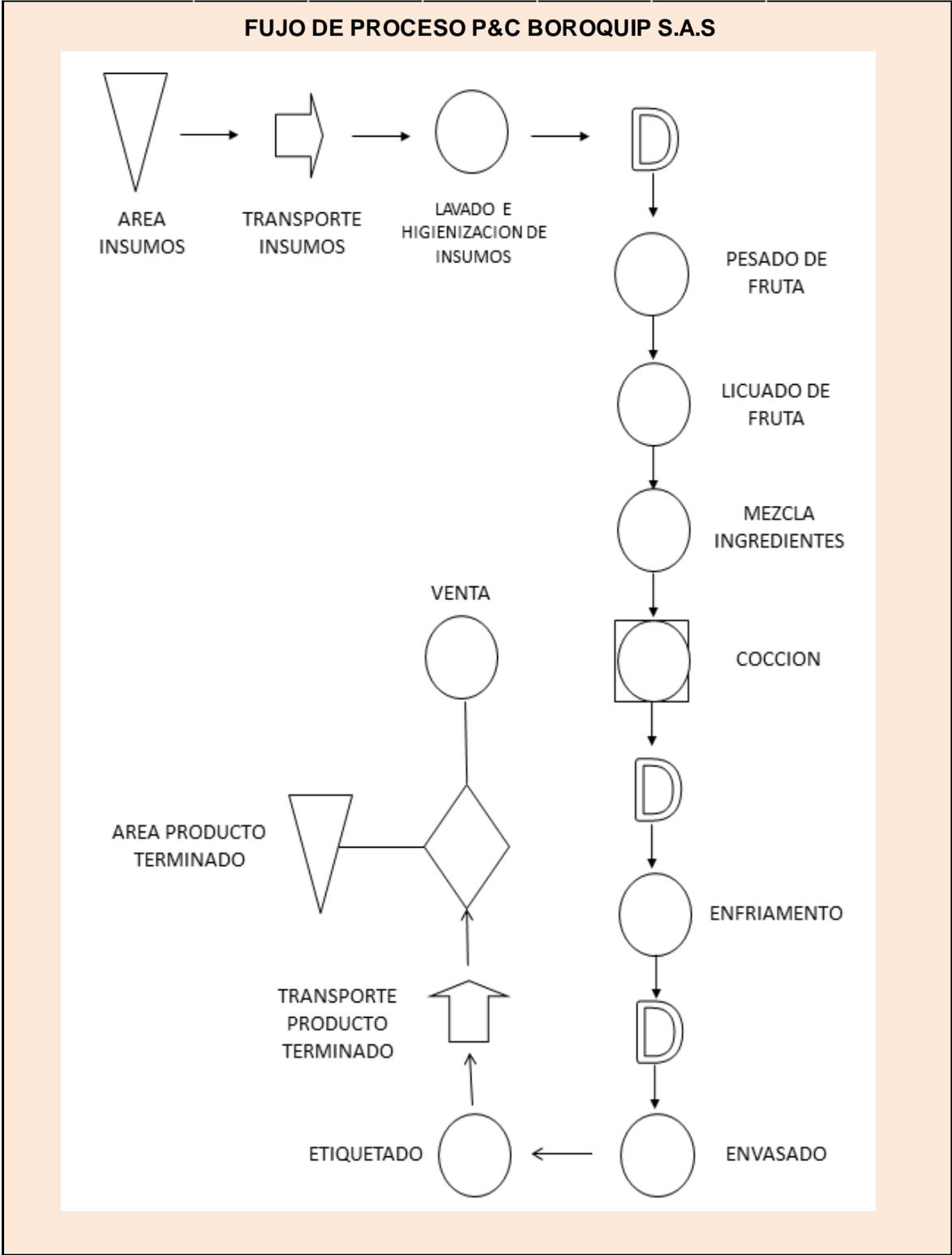
### **5.5.3. Control de Calidad**

**La industria de alimentos tienen la** responsabilidad en lo que tiene que ver con la calidad de los productos especialmente, para aquellos percederos es indispensable resaltar el valor

nutricional. Atributos sensoriales, variedad de productos, como la atención y servicio oportuno que se da a los mismos, además que se le ofrece el producto en sanas condiciones, sin que estos perjudiquen la salud del consumidor. La empresa BOROQUIP, desde su inicio implementara los principios de calidad de la norma ISO 9001:2008 para que hacia el futuro se tenga los procedimientos necesarios que permitan obtener fácilmente la certificación.

- La leche entera cruda debe presentar un aspecto normal, debe estar limpia y libre de calostro, conservantes, (tales como formaldehido, agua oxigenada, hipocloritos cloraminas, diclomato de potasio), adulterantes, colorantes, antibióticos, drogas materias extrañas y sabores u olores objetables o extraños.
- La leche entera debe estar libre de microorganismos patógenos, que puedan producir enfermedades. Mediante resolución 013 de abril de 1995 de mini desarrollo en la norma (tercera revisión).
- Prueba de densidad: Generalmente, la densidad de la leche oscila entre 1.028g/cc y 1.034g/cc, si los datos tomados y ajustados no están entre estos límites nos indica que la leche esta adulterada con agua por debajo de 1.02g/cc o con almidones por encima de 1.034g/cc.
- Análisis microbiológico. El control de la flora microbiana es la base principal para la conservación, manipulación y comercialización de cualquier producto alimenticio. Sin control microbiano se puede presentar dos grandes inconvenientes: la trasmisión de enfermedades y la alteración del producto terminado. Ambos pueden llegar a afectar (la salud del consumidor y ocasionan perdidas económicas en el fabricante).

5.5.4. Diagrama de Flujo.



## **5.6. Precisión de inversiones y gastos iniciales.**

Los estudios de mercado y técnico, especialmente este último, permitieron identificar los recursos necesarios para la operación del proyecto, establecer las prestaciones del servicio y definir las condiciones y demás requerimientos para el funcionamiento. El estudio administrativo ha permitido determinar la construcción de la empresa y la asignación laboral correspondiente. Ahora en el estudio financiero se deben convertir estos elementos a valores monetarios para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y operación; además de confrontar los ingresos esperados con los egresos, para pronosticar los resultados de la operación que se va a emprender.

### **5.6.1. Inversiones**

Las inversiones en la empresa P&C BOROQUIP S.A.S están constituidas por el conjunto de erogaciones o de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir los bienes y servicios necesarios para su implementación y así dotarla de su capacidad operativa.

### **5.6.2. Inversión Fija.**

Es el activo fijo, también denominado capital fijo, y está constituido de diversos bienes que sirven para alojar la unidad operativa y que permitan la prestación de servicios en la empresa.

**Tabla N° 15. Maquinaria y Equipo.**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Acidímetro para control de la leche	1	\$ 72.200	\$ 72.200
Recipiente de acero inoxidable con tapa	2	\$ 85.000	\$ 170.000
Refrigerador	2	\$ 5.000.000	\$ 10.000.000
Filtro de malla fina	1	\$ 42.000	\$ 42.000
Recipiente de acero inoxidable, capacidad: 60 litros	1	\$ 78.000	\$ 78.000
Recipiente de acero inoxidable, capacidad: 10 litros	1	\$ 56.000	\$ 56.000
Filtro para producto elaborado	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Refractómetro (optativo)	1	\$ 382.000	\$ 382.000
Quemador a gas instalado	3	\$ 309.000	\$ 927.000
Balanza (0-50kgs)	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Balanza (0-2kgs)	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Licadora industrial	1	\$ 461.000	\$ 461.000
Phmetro	1	\$ 186.000	\$ 186.000
Termometro	1	\$ 122.000	\$ 122.000
Equipo de desinfección	1	\$ 90.000	\$ 90.000
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>\$ 7.053.200</b>	<b>\$ 12.771.200</b>

**Tabla N° 15. Muebles y Enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Estanteria metálica	2	\$ 100,000	\$ 200,000
Mesa industrial en acero inoxidable 2X4mts	2	\$ 350,000	\$ 700,000
Canecas plásticas capacidad 200 lts	2	\$ 73,000	\$ 146,000
Archivador 3 gabatas L-800	1	\$ 220,000	\$ 220,000
Escritorios	2	\$ 240,000	\$ 480,000
Sillas giratorias	2	\$ 110,000	\$ 220,000
Cafetera automática	1	\$ 40,000	\$ 40,000
Sillas plásticas rimax	4	\$ 16,000	\$ 64,000
Colador industrial	2	\$ 14,500	\$ 29,000
Cuchillos en acero inoxidable	3	\$ 4,500	\$ 13,500
Jarras plásticas	2	\$ 3,800	\$ 7,600
Manguera de 15 mts	1	\$ 25,000	\$ 25,000
Computador pentium	2	\$ 1,100,000	\$ 2,200,000
Calculadora CASIO	1	\$ 30,000	\$ 30,000
Telefax Panasonic KXFT-77	1	\$ 386,000	\$ 386,000
Impresora	1	\$ 560,000	\$ 560,000
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>\$ 3,272,800</b>	<b>\$ 5,321,100</b>

## 6. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS

### 6.1. Definición Forma Jurídica de la Empresa

La empresa aquí planteada, será una sociedad comercial de acciones simplificadas, en este caso **P&C BOROQUIP S.A.S.** Esta decisión se ha tomado teniendo en cuenta el número de integrantes que conforman la sociedad y las intenciones que se tienen en cuanto a la responsabilidad en el monte de los aportes

Se han establecido las siguientes pautas y especificaciones generales para tener en cuenta a la hora de realizar la minuta y acta de constitución para la conformación de la empresa **P&C BOROQUIP S.A.S.**

PAUTAS	DESCRIPCIÓN
ACTO	Constitución de una sociedad por acciones simplificadas
RAZON SOCIAL	P &C BROQUIP S.A.S.
CAPITAL	\$140.329.223
SOCIOS	Ana Idaly Hernández Martínez
RESPONSABILIDAD SOBRE LOS APORTES	Aportes de igual valor para cada uno de los socios.
DOMICILIO	Sogamoso, Boyacá (Colombia).
REPRESENTANTE LEGAL	Ana Idaly Hernández Martínez
OBJETO SOCIAL	Producción y Comercialización de Arequipe de Borojó
DURACIÓN	100 años a partir de la fecha de la firma en que se constituye la empresa.

### 6.1.1. Definición de S.A.S.

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

**La sociedad por acciones simplificadas** es una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial, sin importar las actividades que se prevean en su objeto social. Cuenta con un carácter innovador para el derecho societario colombiano, y busca estimular el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que ofrece tanto a nivel de su constitución como de su funcionamiento. Este tipo de sociedad para efectos tributarios se rige por las reglas que aplican a la sociedad anónima.

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

### 6.1.2. Minuta de Constitución.

## ACTA DE CONSTITUCIÓN

### CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

En Bogotá D.C. el día primero (01) del mes de enero de 2020, la suscrita **Ana Idaly Hernández Martínez**, mayor de edad, identificada con C.C. 1.087.646.357 expedida en *El Tablón de Gómez (Nariño)*, domiciliada en la Carrera 73B N° 146F-50 Bogotá D.C, con el fin de constituir la empresa **PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP. S.A.S.** De conformidad con la ley 1258 del 5 de diciembre de 2.008. Sociedad que cuenta con un órgano de administración y representación que será el Representante Legal designado mediante este documento.

## ESTATUTOS

### CAPITULO I

#### NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO. Y DURACION DE LA SOCIEDAD.

**ARTÍCULO 1: NATURALEZA:** La sociedad tendrá el carácter de comercial Simplificada, será de capital, de nacionalidad Colombiana y girará bajo la razón social **PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP. S.A.S.**

**ARTICULO 2: DENOMINACION:** su sigla **P&C BOROQUIP S.A.S** y con esta desarrollará todos los actos propios del objeto social.

**ARTÍCULO 3: DOMICILIO:** El domicilio principal de la sociedad es en la calle 11 a N° 14-2 Sogamoso (Boyacá), pero podrá establecer sucursales, agencias, dependencias u oficinas en cualquier lugar del país o del exterior.

**ARTÍCULO 4: OBJETO:** La sociedad se dedicará a la producción y comercialización de Arequipe de Borojo. La sociedad podrá llevar a cabo en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, así como cualquier actividad similar, conexas o complementaria que permita facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

**PARAGRAFO:** La empresa ejercerá su objeto de manera directa, o a través de terceros o en convenios con ellos.

**ARTÍCULO 5: DURACION:** La duración de la sociedad se extenderá hasta por el término de cien (100) años, y si al vencerse dicho término no ha sido válidamente prorrogado quedará disuelta por ministerio de la ley.

### CAPITULO II: CAPITAL, ACCIONES, TITULOS.

**ARTÍCULO 6: Capital autorizado.** El capital autorizado de la sociedad es de Ciento cuarenta millones trecientos veintinueve mil doscientos veintitrés pesos (\$140.329.223) moneda colombiana, representados en Diez mil (10.000) acciones de valor nominal de Cinco mil pesos (\$5.000) moneda colombiana cada una.

**ARTÍCULO 7. Capital suscrito:** A la fecha de la constitución de la sociedad, la accionista fundadora han suscrito Diez mil (10.000) acciones de valor nominal de (\$5.000) moneda colombiana cada una, de manera que el capital suscrito es Ciento cuarenta millones trecientos veintinueve mil doscientos veintitrés pesos (\$140.329.223

Colombiana. Las acciones suscritas por los socios al momento de la constitución de la sociedad son las siguientes:

<i>Accionista</i>	<i>Acciones Suscritas</i>	<i>Valor Acción</i>	<i>%</i>	<i>Valor Suscrito</i>
<i>Ana Idaly Hernández Martínez</i>	<i>5000</i>	<i>140.329.223</i>	<i>100%</i>	<i>140.329.223</i>
<b>T O T A L E S.-</b>	<i>5000</i>		<i>100%</i>	<i>140.329.223</i>

**ARTÍCULO 8. Capital pagado:** El capital pagado es de Cinco mil (5000) acciones de valor nominal de Diez mil (10.000) moneda colombiana cada una. Las acciones pagadas por los accionistas al momento de la constitución de la sociedad son las siguientes:

<i>Accionista</i>	<i>Acciones Pagadas</i>	<i>Valor Acción</i>	<i>%</i>	<i>Valor Pagado</i>
<i>Ana Idaly Hernández Martínez</i>	<i>10.000</i>	<i>10.000</i>	<i>100%</i>	<i>10.000</i>
<b>T O T A L E S.-</b>	<i>10.000</i>		<i>100%</i>	<i>10.000</i>

**ARTICULO 9. ACCIONES:** El accionista de la sociedad serán ordinarias y confieren a sus titular los siguientes derechos: 1. Participar en las deliberaciones de la Asamblea General de Accionistas con voz y voto. 2. Recibir una parte proporcional de los beneficios sociales de acuerdo a los balances al fin del ejercicio y con sujeción a la ley y a estos estatutos. 3. Negociar las acciones con sujeción al derecho de preferencia pactado en estos estatutos. 4. Inspeccionar libremente los libros y papeles sociales dentro de los quince (15) días hábiles anteriores a las reuniones de la Asamblea General en que se examinen los balances. 5. Recibir una parte proporcional de los activos Sociales al tiempo de la liquidación una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

**ARTÍCULO 10. SUSCRIPCION DE ACCIONES:** Los accionistas tendrán derecho a suscribir preferencialmente en toda nueva emisión de acciones, una cantidad proporcional a las que posean a la fecha en que el órgano social apruebe el reglamento de suscripción. Se destina de la reserva accionaria el 30% de las acciones que componen el capital social al momento de constituirse la sociedad, para que estas sean suscritas preferencialmente por sociedades comerciales que desarrollen actividades relacionadas con el objeto de la empresa. Estas acciones que deberán ser suscritas dentro de los tres años siguientes a la fecha de constitución.

**ARTÍCULO 11** la sociedad no podrá adquirir sus propias acciones, sino por decisión de la asamblea con el voto favorable de la mayoría de los votos presentes.

**ARTICULO 12. TITULOS:** A todo suscriptor de acciones se le hará entrega de los títulos que demuestren su calidad de accionista. Los títulos serán nominativos y se expedirán en series continuas con las firmas del gerente y el secretario y en ellos se indicará: 1. El nombre de la persona en cuyo favor se expiden. 2. La denominación de la sociedad, su domicilio principal. 3. La cantidad de acciones que representa cada título, el valor nominal de las mismas e indicando si son ordinarias o privilegiadas. 4. Las condiciones para el ejercicio del derecho de preferencia en la negociación.

**ARTICULO 13. NEGOCIACION DE ACCIONES:** Las acciones son transferibles conforme a las leyes y a estos estatutos; la enajenación se perfeccionará única y exclusivamente cumpliendo el procedimiento establecido En estos estatutos. Para hacer la nueva inscripción y expedir el título al adquirente, previo el agotamiento del procedimiento establecido, será necesaria la cancelación de los títulos del tradente.

**ARTICULO 14. DERECHO DE PREFERENCIA:** El accionista que pretenda enajenar todas sus acciones o parte de ellas, hará conocer su intención por medio de oferta dirigida al Gerente, para que este la comunique a la Asamblea General de Socios, con el objeto de decidir si se readquieren las acciones ofrecidas, en caso de que haya discrepancia respecto del precio se tomará el valor intrínseco de las acciones certificado por el Contador público de la sociedad. En caso que la sociedad decida no comprar las acciones, Los accionistas interesados tendrán un plazo de quince (15) días comunes para enviarle al vendedor por escrito la oferta de compra respectiva.

**ARTICULO 15. EMBARGO DE ACCIONES:** Las acciones podrán ser objeto de embargo. Este se inscribirá en el libro de registro de acciones, mediante orden escrita del funcionario competente.

**ARTICULO 16. ENAJENACION DE ACCIONES EMBARGADAS O EN LITIGIO:** Para enajenar las Acciones cuya propiedad se encuentra en litigio, se necesitará permiso del juez respectivo

**ARTÍCULO 17. VIOLACIÓN DE LAS RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN:** Toda negociación o transferencia de acciones efectuada en contravención a lo previsto en los estatutos será ineficaz de pleno derecho.

**ARTÍCULO 18. COMUNICACIONES OFICIALES:** Todo accionista deberá registrar su dirección o la de sus Representantes Legales o apoderados con el fin de poderle hacer llegar toda la comunicación generada desde la empresa.

**ARTICULO 19. EXTRAVIO DE TITULOS:** En los casos de hurto o robo de un título , la sociedad lo sustituirá entregándole un duplicado al propietario que aparezca inscrito en el registro de acciones, comprobando el hecho ante los administradores, y en todo caso, presentando la copia auténtica del denuncia penal correspondiente. Cuando el accionista solicite un duplicado por pérdida del título, dará la garantía que le exija la sociedad, En caso de deterioro, la expedición del duplicado requerirá la entrega por parte del accionista de los títulos originales para que la sociedad los anule.

### **CAPITULO III. ORGANOS DE LA SOCIEDAD.**

**ARTICULO 20. ORGANOS:** La sociedad tendrá los siguientes órganos de dirección y administración:

1. Gerente

**ARTICULO 21. REPRESENTACION LEGAL, GERENTE.** La sociedad tendrá un Gerente quien será su representante legal, tendrá a su cargo la administración y gestión de los negocios sociales con sujeción a la Ley, a estos Estatutos, a los reglamentos y decisiones de la Asamblea de Accionistas, éste a su vez tendrá un subgerente quien tendrá sus mismas facultades y lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales.

**ARTICULO 22. NOMBRAMIENTO Y PERIODO.** El Gerente y subgerente serán designados por la Asamblea de Accionistas, El periodo será de un (1) año contado a partir de su elección, pero podrán ser reelegidos indefinidamente o removidos libremente antes del vencimiento del mismo.

**ARTICULO 23. REGISTRO.** El nombramiento del Gerente y subgerente deberá inscribirse en el registro mercantil, el cual se hará en la Cámara de Comercio con base en la copia auténtica del acta o actas en que conste la designación.

**ARTICULO 24. FACULTADES DEL GERENTE.** El representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad, Salvo las limitaciones por cuantía que requieran expresa autorización de la asamblea

### **CAPITULO IV:**

#### **DERECHOS Y DEBERES DEL ACCIONISTA**

**ARTICULO 25. DERECHOS:** Son derechos del accionista:

- 1) Disfrutar sin discriminación alguna de todos los servicios y beneficios que preste la compañía.
- 2) Elegir y ser elegido directivo y en cargos de representación de la sociedad, siempre que reúna los requisitos de estos estatutos.
- 3) Concurrir por sí o por medio de representante a todo tipo de reunión que celebre o patrocine la sociedad y cuando haya lugar, participar en las deliberaciones con derecho a voz y voto, siempre guardando compostura y respeto.
- 4) Representar a algún accionista mediante poder debidamente presentado, caso en el cual tendrá derecho a votar en nombre del ausente.
- 5) Presentar iniciativas, proyectos o quejas que pretendan mejorar el cumplimiento de los objetivos sociales y a obtener la respuesta oportuna y los trámites adecuados.
- 6) Presentar quejas contra los presuntos infractores de las normas sociales, que se adelanten las investigaciones correspondientes, pudiendo nombrar apoderado para que lo represente.
- 7) Las demás que le otorgue la ley

**ARTICULO 26. DEBERES Y OBLIGACIONES DEL ACCIONISTA:** Son deberes del accionista:

- 1) Velar por el fiel cumplimiento de los estatutos, pactos, convenios y normas en general que determinen la defensa de los objetivos empresariales.
- 2) Guardar lealtad con sus consocios.
- 3) Comportarse como dictan las normas de buena conducta.
- 4) Asistir puntualmente a las reuniones cuando sean convocados.
- 5) Colaborar eficazmente con el fiel cumplimiento de los objetivos.
- 6) Asistir o hacerse representar en las reuniones extraordinarias y ordinarias que se determinen.

- 7) Participar con voz y voto en las reuniones siempre y cuando se encuentre a paz y salvo por todo concepto con la sociedad.
- 8) Cancelar oportunamente las obligaciones adquiridas para con la sociedad.
- 9) Acogerse a las decisiones que por mayoría sean adoptadas, aun cuando disienta de ellas.

Gestionar constantemente proyectos y contratos que permitan generar recursos a la empresa y contribuir así al cumplimiento de su objeto.

#### **CAPITULO V: SIGILO:**

**ARTICULO 27. SIGILO OBLIGATORIO:** Queda prohibido al gerente, a los miembros de la Asamblea de Socios individualmente considerados, apoderados y asesores de la Sociedad revelar a extraños los negocios, secretos y planes de la empresa y/o su situación económica, salvo especial permiso de la Asamblea General de Socios, a cuyo juicio queda autorizar solamente las informaciones que no sean de carácter reservado. Lo anterior se entiende sin perjuicio del deber de publicar los balances y del derecho de inspección de los accionistas.

#### **CAPITULO VI. BALANCES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.**

**ARTICULO 28. BALANCE GENERAL:** La Sociedad tendrá ejercicios anuales que se cerrarán el 31 de diciembre de cada año, para hacer el inventario, el balance general y el estado de resultados del respectivo ejercicio y someterlos a la aprobación de la Asamblea. El balance, los libros y demás documentos, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince días hábiles para el señalado para la Asamblea General de Accionistas con el fin de que puedan ser examinados por el accionista

**PARAGRAFO:** No obstante lo dispuesto en este artículo, mensualmente se hará un balance de prueba pormenorizado de las cuentas de la compañía: La Junta Directiva podrá ordenar, además que se hagan balances extraordinarios cuando lo juzgue necesario o conveniente, pero ninguno de estos balances podrá servir de base para decretar dividendos.

**ARTICULO 29. APROBACION DEL BALANCE:** El balance debe ser presentado para la aprobación de la Asamblea de Accionistas por EL representante legal e la

Sociedad, con los documentos a que se refiere el artículo 446 del código de comercio.

**ARTICULO 30. RESERVA LEGAL:** De las utilidades líquidas de cada ejercicio, se tomará el diez por ciento (10%) para conformar o incrementar la reserva legal hasta alcanzar un monto igual al 50% del capital suscrito.

**ARTICULO 31. RESERVAS OCASIONALES.** La Asamblea de Accionistas podrá crear o incrementar reservas ocasionales siempre y cuando tengan un destino específico con sujeción a las disposiciones legales.

**ARTICULO 32. DIVIDENDOS:** La distribución de utilidades sociales se hará previa aprobación de la Asamblea de Accionistas, justificada con balances fidedignos y después de hechas las reservas legal, estatutaria y las ocasionales, así como las apropiaciones para el pago de impuestos, en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones suscritas. Salvo determinación en contrario aprobada por el **setenta y cinco por ciento (75%)** de las acciones representadas en la Asamblea, la sociedad repartirá a título de dividendo o participación, no menos del cincuenta por ciento de las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio o del saldo de las mismas, si tuviere que enjugar pérdidas de ejercicios anteriores. Si la suma de la reserva legal, estatutaria y ocasionales excediere del ciento por ciento del capital suscrito, el porcentaje obligatorio de utilidades líquidas que deberá repartir la sociedad será el setenta por ciento, no obstante la Asamblea General de Accionistas, con el voto del setenta por ciento de las acciones, podrá disponer que la distribución de utilidades se efectúe en un porcentaje inferior o no se lleve a cabo. El pago del dividendo se hará en proporción al número de acciones suscritas y se cancelará en dinero en efectivo en las épocas en que acuerde la Asamblea de Accionistas, salvo que con el voto del ochenta por ciento de las acciones representadas, se decida cubrirlo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad.

**ARTICULO 33. DIVIDENDOS NO RECLAMADOS OPORTUNAMENTE:** La Sociedad no reconocerá

Intereses por los dividendos que no sean reclamados oportunamente, los cuales quedarán en la caja social en depósito, disponibles a la orden de sus dueños.

## **CAPITULO VII: DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN:**

**ARTÍCULO 34: DISOLUCION:** La Sociedad se disolverá:

- 1) Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
- 2) Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;
- 3) Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;
- 4) Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;
- 5) Por las causales previstas en los estatutos;
- 6) Por orden de autoridad competente, y
- 7) Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis (6) meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho (18) meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 7° De este artículo.

**ARTÍCULO 35. Liquidación.-** La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

## **CAPÍTULO VII DISPOSICIONES FINALES**

**ARTÍCULO 36. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIETARIOS.-** Las diferencias que ocurran al accionista entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea con fundamento en cualquiera de las causas legales, podrán someterse a decisión arbitral o de amigables componedores.

## **CAPITULO VIII. DISPOSICIONES VARIAS.**

**ARTICULO 37. PROHIBICIONES:** El accionista o empleado podrá revelar a extraños las operaciones de la sociedad, salvo que lo exijan las entidades o funcionarios que de acuerdo con los estatutos o la ley puedan conocerlos. La sociedad sólo podrá ser garante de sus propias obligaciones.

**ARTICULO 38 REPRESENTACION LEGAL:** Se designa en forma extraordinaria a la señora *Ana Idaly Hernández Martínez* como representante legal identificado con cedula de ciudadanía *1.087.646.357* expedida en El Tablón de Gómez., quien está presente acepto el nombramiento designado.

**OTORGANTE.**

**ANA IDALY HERNANDEZ MARTINEZ**  
**CC. 1.087.646.357 expedida en El Tablón de Gómez (Nariño)**





# FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES



HOJA 2

Diligencia a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 185 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio  
Código Cámara y Fecha Radicación:  
38 -

INFORMACIÓN FINANCIERA						
En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos colombianos. Datos sin decimales.						
5	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			ESTADO DE RESULTADOS		
	Activo Corriente	\$	140.329.223	Pasivo Corriente	\$	_____
	Activo No Corriente	\$	_____	Pasivo No Corriente	\$	_____
	Activo Total	\$	140.329.223	Patrimonio Neto	\$	_____
				Patrimonio + Pasivos	\$	_____
			Balance Social (*)	\$	_____	
			(*) Glosamente si es Entidad sin ánimo de lucro			
(Revisar las instrucciones del formulario RUES)						
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS						
		1. NACIONAL		1.1. PÚBLICO _____ %		
		2. EXTRANJERO		2.1. PÚBLICO _____ %		
				2.2. PRIVADO _____ %		
INDIQUE EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL CAPITAL SOCIAL <b>100</b> %						
SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO						
6		APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES
		\$ _____ %	\$ _____ %	\$ _____ %	\$ _____ %	\$ _____ %
REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO						
7			REFERENCIAS - COMERCIALES			
1. NOMBRE		Banco Bogota		TELEFONO 970.7013		
2. NOMBRE				TELEFONO _____		
1. NOMBRE		Carol Rodriguez S		TELEFONO 318.925.384		
2. NOMBRE		Leidy Bernaldy		TELEFONO 322.274.3519		
ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA						
CÓDIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES)						
8			OTRO CUAL?			
NÚMERO TOTAL DE MUJERES QUE OCUPAN CARGOS DIRECTIVOS			NÚMERO DE EMPLEADOS			
TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES:			TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN			
EMPRESA FAMILIAR (informar solo para fines estadísticos)			PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%)			
DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA						
(En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)						
9		MATRÍCULA INMOBILIARIA		MATRÍCULA INMOBILIARIA		
DIRECCIÓN		DIRECCIÓN		DIRECCIÓN		
BARRIO		BARRIO		BARRIO		
MUNICIPIO		MUNICIPIO		MUNICIPIO		
DEPARTAMENTO		DEPARTAMENTO		DEPARTAMENTO		
PAIS		PAIS		PAIS		
LEY 1780 DE 2016						
10			SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIENDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA.			
DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3.			MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 2.2.2.41.52 DEL DECRETO REGULAMENTARIO DE LA LEY			
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			CUMPLO <input type="checkbox"/> NO CUMPLO <input type="checkbox"/>			
PROTECCIÓN SOCIAL						
11 ¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>						
TIPO DE APORTANTE:		APORTANTE CON 203 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/>		APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>		
		CUENTA CON MENOS 203 DE COTIZANTES <input checked="" type="checkbox"/>		APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>		

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.

Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica: Ana Lidya Hernandez Portinero FIRMA: Ana Lidya Hernandez

Documento de Identificación N°: 1.087.646.357 CC  CE  TI  PASAPORTE  PAIS

Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)

Espacio para uso exclusivo de la  
Cámara de Comercio  
Firma y Sello de la Cámara de Comercio



### 6.2.3. Registro Único Empresarial RUT.

El Registro Único Tributario (RUT) es la herramienta utilizada en las áreas tributarias, supervisado y entregado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Este sirve para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades catalogadas como contribuyentes.

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		<b>001</b>	
2. Concepto <input type="checkbox"/> Espacio reservado para la DIAN			4. Número de formulario		
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 930.050.480		6. DV 3	12. Dirección seccional Impuestos de Boyacá		14. Buzón electrónico
<b>IDENTIFICACIÓN</b>					
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica		25. Tipo de documento		26. Número de Identificación	
27. Fecha expedición		28. País		29. Departamento	
30. Ciudad/Municipio		31. Primer apellido		32. Segundo apellido	
33. Primer nombre		34. Otros nombres		35. Razón social Productora y Comercializadora de Boroquip S.A.S.	
36. Nombre comercial		37. Sigla		38. País Colombia	
39. Departamento Boyacá		40. Ciudad/Municipio Sogamoso		41. Dirección principal Cl. 11 A N° 14 - 2	
42. Correo electrónico ana.hm1994@gmail.com		43. Código postal		44. Teléfono 1 3219800781	
45. Teléfono 2		<b>CLASIFICACIÓN</b>			
Actividad económica		Ocupación		52. Número establecimientos	
46. Código 1040		47. Fecha inicio actividad 2020-01-01		48. Código 1089	
49. Fecha inicio actividad 2020-01-01		50. Código 1 2		51. Código	
<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>					
53. Código: 5   7   8   9   10   14   42					
Obligados aduaneros			Exportadores		
54. Código: 23			55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3 57. Modo 58. CPC		
<b>IMPORTANTE:</b> Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.					
<b>Para uso exclusivo de la DIAN</b>					
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios: 0		61. Fecha: 2020-01-01	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso.			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.		
Firma del solicitante:			Firma autorizada:		
Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016			984. Nombre: ANA IDALY HERNANDEZ MARTINEZ 985. Cargo: Representante Legal Certificado		

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)

930.056.486

6. DV

3

12. Dirección seccional

Impuestos Bogotá

14. Buzón electrónico

Características y formas de las organizaciones

62. Nacionalidad

2

63. Formas asociativas

64. Entidades o institutos de derecho público de orden nacional, departamental, municipal y descentralizados

65. Fondos

66. Cooperativas

67. Societarios y organismos extranjeros

68. Sin personería jurídica

69. Otras organizaciones no clasificadas

70. Beneficio

Constitución, Registro y Última Reforma

Composición del Capital

Documento	1. Constitución	2. Reforma	Composición del Capital	
71. Clase	05		82. Nacional	100 %
72. Número	5466		83. Nacional público	0 %
73. Fecha	2020-01-01		84. Nacional privado	100 %
74. Número de notaría	81		85. Extranjero	0 %
75. Entidad de registro	03		86. Extranjero público	0 %
76. Fecha de registro	2020-01-01		87. Extranjero privado	0 %
77. No. Matrícula mercantil	839672			
78. Departamento	15			
79. Ciudad/Municipio	1522			
Vigencia				
80. Desde	20-20-01-01			
81. Hasta	2030-01-01			

Entidad de vigilancia y control

88. Entidad de vigilancia y control

Estado y Beneficio

Item	89. Estado actual	90. Fecha cambio de estado	91. Número de Identificación Tributaria (NIT)	92. DV
1	02	2020-01-01		
2				
3				
4				
5				

Vinculación económica

93. Vinculación económica	94. Nombre del grupo económico y/o empresarial	95. Número de Identificación Tributaria (NIT) de la Matriz o Controlante	96. DV
97. Nombre o razón social de la matriz o controlante			
170. Número de identificación tributaria otorgado en el exterior	171. País	172. Número de identificación tributaria sociedad o natural del exterior con EP	
173. Nombre o razón social de la sociedad o natural del exterior con EP			

		<b>Formulario del Registro Único Tributario Representación</b>		<b>001</b>	
Espacio reservado para la DIAN			Página de <b>Hoja 3</b>		
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) <b>930.650480</b>		6. DV <b>3</b>	12. Dirección seccional <b>Impuestos Bayuca'</b>		14. Buzón electrónico
<b>Representación</b>					
98. Representación <b>Representante legal Principal</b>			99. Fecha inicio ejercicio representación <b>2020-01-01</b>		
100. Tipo de documento <b>CC. 13</b>		101. Número de identificación <b>7.087.646.357</b>		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
104. Primer apellido <b>Hernandez</b>		105. Segundo apellido <b>Martinez</b>		106. Primer nombre <b>Ana</b>	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)		109. DV		110. Razón social representante legal <b>Hernandez</b>	
<hr/>					
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
100. Tipo de documento		101. Número de identificación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)		109. DV		110. Razón social representante legal	
<hr/>					
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
100. Tipo de documento		101. Número de identificación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)		109. DV		110. Razón social representante legal	
<hr/>					
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
100. Tipo de documento		101. Número de identificación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)		109. DV		110. Razón social representante legal	
<hr/>					
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
100. Tipo de documento		101. Número de identificación		102. DV	103. Número de tarjeta profesional
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre	
108. Número de Identificación Tributaria (NIT)		109. DV		110. Razón social representante legal	



Formulario del Registro Único Tributario  
Socios y/o Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones Temporales

001

Espacio reservado para la DIAN		Página de Hoja 4	
4. Número de formulario			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 930.056 480	6. DV 3	12. Dirección seccional Impuestos Boyaca	14. Buzón electrónico
Socios y/o Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones Temporales			
111. Tipo de documento C.C. 13	112. Número de identificación 7087646357	113. DV	114. Nacionalidad
115. Primer apellido Hernández	116. Segundo apellido Martínez	117. Primer nombre Ana	118. Otros nombres Hernández
1. Razón social			
120. Valor capital del socio \$ 140.329.223.	121. % Participación 700%	122. Fecha de ingreso 2020-01-01	123. Fecha de retiro
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres
2. Razón social			
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres
3. Razón social			
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres
4. Razón social			
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres
5. Razón social			
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro

#### 6.2.4. Certificado de Homonimia.

La empresa será una sociedad anónima y el nombre escogido en el momento será **P&C BOROQUIP S.A.S.** el cual tendrá que ser llevado a la cámara de comercio para revisar si ya está registrado, y si está registrado bajo las mismas condiciones de la empresa que se plantea

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase: Nit

No. 930050480 - 3

Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Buscar

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
					1

#### 6.2.5. Actividad Económica CIIU

Codigo: 1040 Elaboracion producto Lacteo

## 6.2.6. Certificado de Bomberos.

Si se cuenta con un establecimiento de comercio, debes solicitar la visita técnica de inspección ocular de seguridad por parte del cuerpo de bomberos. En ella se buscan identificar los posibles riesgos conexos a incendios y seguridad humana que dicho establecimiento puedan inducir al entorno o la comunidad en general.



**CUERPO DE BOMBEROS  
SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE  
UNIDAD DE BOMBEROS TUNJA**

### **CERTIFICA QUE:**

En inspección ocular N°.1 Realiza el 05 de Enero de 2020

A la empresa: **Productora y Comercializadora de Boroquip S.A.S.**

De propiedad: Ana Idaly Hernández Martínez

Ubicada en Sogamoso. Boyacá.

La unidad de bomberos de Tunja queda atenta exenta de toda responsabilidad civil y penal, en el momento en el que los propietarios alteren las condiciones mínimas de seguridad, generando riesgo para la vida humana.

Se pudo constar que cumple con los requisitos mínimos de seguridad según el acuerdo 38 de 1990. Decreto 1521 de 2000, resolución 80505 de 1997 del ministro de minas y energía, ley 322 de 1996 y ley 9 de 1979.

Se concede este visto bueno por el término de dos (2) años, a partir de la fecha, mientras conserve las condiciones mínimas de seguridad exigidas.

Atentamente,

**CRISTIAN CAMILO RUAREZ RIJAS**  
Coordinador Administrador (E).

**ROMAN PUERTA YEPES**  
Bombero de Prevención.

Fecha de Expedición: 01 Febrero de 2020.

## 6.2.7. Certificado de sanidad / invima.

Para cumplir con la licencia sanitaria se procederá a cumplir con los requisitos establecidos por la ley novena de 1979 y la licencia de seguridad será expedida por los bomberos que realizaran una visita a la empresa y revisaran los aspectos correspondientes.

Se deberá cumplir a partir de aquí en adelante con los impuestos correspondientes a industria y comercio, IVA, CREE. Las otras disposiciones legales importantes y que se deben tomar en cuenta es el cumplimiento de unas normas muy importantes: la NTC-ISO 9001 relacionada con los sistemas de gestión calidad, NTC-ISO 14001 relacionadas a la normatividad ambiental, NTC-ISO 18000 con la normatividad de seguridad industrial.

ASEGURAMIENTO SANITARIO		AUDITORIAS Y CERTIFICACIONES	
<b>FORMATO SOLICITUD DE TRÁMITES</b> (visitas, certificaciones y certificados)			
Código: ASS-AYC-FM033		Versión: 07	
Fecha de Emisión: 21/08/2018			
<small>Importante: Para la radicación de cualquier solicitud de un trámite que se enmarque dentro de lo dispuesto en el presente formato, deberá diligenciar con obligatoriedad todos los numerales que apliquen al tipo de solicitud que realiza.</small>			
Fecha de Solicitud: <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="2020"/>			
<small>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</small>			
<input checked="" type="checkbox"/> Correo electrónico de notificación: <a href="mailto:anaidm1994@gmail.com">anaidm1994@gmail.com</a> <span style="float: right;"><a href="#">Ver condiciones</a></span>			
<b>1. DATOS GENERALES</b>			
Nombre del Establecimiento, Motonave o Buque:			
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S			
Tipo de Documento:	Numero de Documento:	Teléfono:	Fax:
NT	93050480-3	321900781	
Dirección del establecimiento:		País:	Ciudad:
CLL 11 A N° 14-2		COLOMBIA	BOGOTÁ
Correo Electrónico:		Página Web:	
<a href="mailto:anaidm1994@gmail.com">anaidm1994@gmail.com</a>			
<b>2. DATOS PERSONALES</b>			
Representante Legal:			
ANA IDALY HERNANDEZ MARTINEZ			
C.C. No. / C.E. No.:	Dirección de Notificación:		
1.087.646.357	<a href="mailto:anaidm1994@gmail.com">anaidm1994@gmail.com</a>		
Ciudad:	Teléfono:	Correo Electrónico:	
Bogotá	3219800781	<a href="mailto:anaidm1994@gmail.com">anaidm1994@gmail.com</a>	
<b>3. DATOS DE LA VISITA. (Hace referencia al lugar en donde se efectuará la visita)</b>			
Nombre y/o Razón Social donde realiza la actividad:			
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S			
Dirección donde se realizará la visita:		Teléfono:	Fax:
CLL 11 A N° 14-2		3219800781	
Ciudad:	País:	Correo Electrónico:	
Sogamoso	Colombia	<a href="mailto:anaidm1994@gmail.com">anaidm1994@gmail.com</a>	
<b>4. TIPO DE SOLICITUD A REALIZAR</b>			
Dirección Responsable:		Producto:	
Dirección de Dispositivos Médicos y Otras Tecnologías		Dispositivos Médicos	
Tipo de Solicitud:	Tipo de Trámite:		
	Visita y certificado sanitario de apertura y funcionamiento de establecimientos que fabrican, ensamblan y reparan dispositivos médicos sobre medida de ayuda auditiva		
<b>FIRMA: APODERADO, REPRESENTANTE LEGAL Ó PERSONA NATURAL</b>			
Nombre Apoderado-Representante Legal ó Persona Natural	ANA IDALY HERNANDEZ MARTINEZ		
CC:	1.087.646.357		
Firma-Apoderado, Representante Legal ó Persona Natural	<i>Ana Idaly Hernández Martínez</i>		
<small>NOTA: Para verificar los documentos que deben ser anexados para cada trámite, ingrese al siguiente a: <a href="http://www.invima.gov.co">http://www.invima.gov.co</a> Trámites y Servicios</small>			

### 6.2.8. Certificado Uso de Suelos.

El concepto de uso del suelo es un dictamen escrito por medio del cual el curador urbano o la Secretaría Distrital de Planeación (SDP), informa al interesado sobre el uso o usos permitidos en un predio o edificación, teniendo en cuenta las normas urbanísticas adoptadas para orientar y administrar el desarrollo físico espacial del territorio y la utilización del suelo, definida como el Plan de Ordenamiento Territorial (POT).

	<b>M-FO-110 - SOLICITUD DE INFORMACIÓN SOBRE NORMA URBANÍSTICA Y/O USO DEL SUELO</b> Versión 8 Acta de mejoramiento 19 de enero 21 de 2020 Proceso M-CA-003 DIRECCIÓN DE SERVICIO AL CIUDADANO	Espacio para radicación

**1. DATOS DEL SOLICITANTE:**

NOMBRES Y APELLIDOS del solicitante.	<b>Productora y Comercializadora de Boroquip S.A.S</b>		
Documento de Identidad	CC. <input type="checkbox"/>	NIT. X <input checked="" type="checkbox"/>	Otro ¿cuál? <input type="checkbox"/>
Número: <b>930.050.480-3</b>			
Indique en la casilla, dónde desea recibir la respuesta a su solicitud (una sola opción):			
Dirección de correspondencia	<input type="checkbox"/>	CLL 11 N°14-2	Código Postal: 1522
Correo Electrónico	<input checked="" type="checkbox"/>	anaihm1994@gmail.com	Reclama en Ventanilla SDP <input type="checkbox"/>
Número de teléfono(s) de contacto(s): (preferiblemente teléfono fijo)	3219800781		

**2. TIPO DE SOLICITUD:**

Diligencie el tipo de información que necesita:

2.1 Uso del Suelo Actividad Económica que va a desarrollar en el predio. (Ejemplo: Bar, Cigarrería, Peluquería, Discoteca, etc.)	<b>Fabrica de producto lácteo</b>
2.2 Norma Urbanística (Ejemplo: altura permitida, antejardín, pisos que están permitidos construir en el predio-Edificabilidad, etc.)	<b>Altura Permitida</b>

**3. IDENTIFICACIÓN DEL PREDIO A CONSULTAR:**

DIRECCIÓN ACTUAL (campo obligatorio)	CLL 11 N°14-2		
CÓDIGO CHIP (campo obligatorio)	0	0	10
	Números		Letras
Barrio/ Urbanización/ Desarrollo	Sogamoso, Boyaca		En caso de anexas documento(s) soporte, relaciónelos en el campo de observaciones.

Observaciones que puedan orientar su solicitud.	
---	--

Dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012, en mi calidad de titular de la información, autorizo a la Secretaría Distrital de Planeación de manera expresa, voluntaria, previa, explícita e irrevocable para que recolecte, compile, confirme, notifique, emplee, analice, estudie, conserve, reciba, y disponga de mis datos personales, los cuales serán utilizados para dar una respuesta oportuna y efectiva a mi solicitud. Manifiesto que los datos aportados en esta solicitud son ciertos y que cumplen con los requisitos para acceder a la pretensión realizada. De manera expresa informo que he sido informado(a) del tratamiento al que serán expuestos mis datos y su finalidad, conforme a la "Política de protección de datos personales", la cual se encuentra disponible en el portal WEB ([www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co)).

SI

NO

Firma Solicitante *Ana Dely Hernández Hoyt'ner*

**EVITE ENGAÑOS:** Todo trámite ante esta entidad es gratuito, excepto los costos de reproducción de documentos. Verifique su respuesta en la página [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co) link "Estado Trámite". Denuncie en la línea 195 opción 1 Cualquier irregularidad.

### 6.2.9. Certificación Manipulación de alimentos.

El carnet de manipulador de alimentos es un certificado que demuestra que se ha aprovechado un curso en manipulación higiénica de alimentos. Este certificado o diploma ha de ser emitido por una entidad formadora especializada en Seguridad Alimentaria. Por ejemplo, academias, consultoras alimentarias, laboratorios u otras entidades constituidas legalmente para poder emitir este documento.



## OFICINA DE SALUD AMBIENTAL

Programa de Control de Alimentos

### CERTIFICA:

Que: ANA IDALY HERNANDEZ MARTINEZ, Identificado(a) con la  
Cedula de Ciudadanía N°: 1.087.646.357, asistió al curso sobre

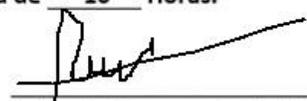
### “MANIPULACION DE ALIMENTOS”

Realizado en la ciudad de Barranquilla

Durante los días 7 y 8, del mes de ENERO, del año 2020

Con una intensidad de 10 Horas.

  
\_\_\_\_\_  
Jefe Oficina de Salud Ambiental

  
\_\_\_\_\_  
Referente Programa Control de Alimentos



**Nota:** En el Anexo n° 2 relaciono documentacion de formalizacion de la empresa

## 7. FORMALIZACION LABORAL

### 7.1. Obligaciones laborales en Colombia

De acuerdo con las normas laborales vigentes, cuando se firma un contrato de trabajo el empleador no solo queda obligado a realizar el pago de salarios, sino que además debe cumplir, entre otros aspectos, con el pago de las prestaciones sociales, la seguridad social y demás beneficios que se originan de este tipo de relaciones contractuales y así evitar la imposición de sanciones.

### 7.2. Contrato Laboral.

#### CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO

<b>NOMBRE DEL EMPLEADOR:</b> PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S	<b>DIRECCIÓN DEL EMPLEADOR:</b> CLL 11 A N° 14-2
<b>NOMBRE DEL TRABAJADOR:</b> ANA IDALY HERNANDEZ MAERTINEZ	<b>DIRECCIÓN DEL TRABAJADOR:</b> CARRERA 73B N° 146 B -50
<b>FECHA Y LUGAR DE NACIMIENTO:</b> 19/04/1994 PASTO, NARIÑO	<b>CARGO U OFICIO:</b> REPRESENTANTE LEGAR
<b>SALARIO:</b> \$2.000.000	<b>CEDULA:</b> 1.087.646.357
<b>LUGAR DONDE SE DESEMPEÑARÁ:</b> SOGAMOSO, BOYACA	<b>FECHA DE INGRESO:</b> 01/01/2020

Entre el EMPLEADOR y EL TRABAJADOR, de las condiciones civiles y naturales ya indicadas, identificados como aparece al pie de nuestras firmas por el presente documento se ha celebrado contrato de trabajo, que se rige por las siguientes cláusulas:

PRIMERA: EL EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR y éste se obliga :  
a) A poner al servicio del EMPLEADOR toda su capacidad normal de trabajo, en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias del **REPRESENTANTE LEGAL** y en las labores que le sean inherentes y complementarias al mismo, de conformidad con las órdenes e instrucciones que le sean impartidas por el EMPLEADOR o sus representantes; y b) A no prestar directa ni indirectamente servicios laborales a otros EMPLEADORES, ni a trabajar por cuenta propia en el mismo oficio o labor, durante la vigencia de este contrato.

SEGUNDA: Las partes declaran que en el presente contrato se entienden incorporadas, en lo pertinente las disposiciones legales que regulan las relaciones laborales entre la empresa y sus trabajadores, en especial, las del contrato de trabajo para el oficio que se suscribe, fuera de las

obligaciones consignadas en los reglamentos de trabajo, de higiene y seguridad industrial de la empresa.

TERCERA: En relación con la actividad propia del trabajador, éste la ejecutará dentro de las siguientes modalidades que implican claras obligaciones para el mismo trabajador así:

- Observar rigurosamente las normas que rige la empresa para la realización de la labor a que se refiere el presente contrato.
- Guardar absoluta reserva, salvo autorización expresa de la empresa, de todas aquellas informaciones que lleguen a su conocimiento, en razón de su trabajo y que sean por su naturaleza privadas.
- Ejecutar por sí mismo las funciones asignadas y cumplir estrictamente las instrucciones que le sean dadas por la empresa, o por quienes la representen, respecto del desarrollo de sus actividades.
- Cuidar permanentemente los intereses de la empresa.
- Dedicar la totalidad de su jornada de trabajo a cumplir a cabalidad con sus funciones.
- Programar diariamente su trabajo y asistir puntualmente a las reuniones que programe la empresa a las cuales haya sido citado.
- Observar completa armonía y comprensión con los clientes, con sus superiores y compañeros de trabajo, en sus relaciones personales y en ejecución de su labor.
- Cumplir permanentemente con espíritu de lealtad, colaboración y disciplina con la empresa.
- Avisar oportunamente y por escrito a la empresa el cambio en su dirección, teléfono o ciudad de residencia.

CUARTA: El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR, por la prestación de sus servicios el salario ya indicado, pagadero dentro de las oportunidades también indicadas con anterioridad. Dentro de este pago se encuentran incluidos la remuneración mensual, los descansos dominicales y festivos y las horas extras de que tratan los capítulos I y II del Título VII del Código Sustantivo del Trabajo. Se aclara y conviene que en caso de que el TRABAJADOR llegare a devengar comisiones o cualquier otra modalidad de salario variable, el 82.5% de dichos ingresos constituye remuneración ordinaria, y el 17.5% restante está destinado a remunerar el descanso en los días dominicales y festivos de que tratan las disposiciones indicadas.

PARÁGRAFO: Las partes en forma expresa acuerdan que lo que reciba el trabajador o llegue a recibir en el futuro, adicional a su salario ordinario, ya sean beneficios o auxilios habituales u ocasionales, tales como alimentación, habitación o vestuario, bonificaciones ocasionales o cualquiera otra que reciba, durante la vigencia del contrato de trabajo en dinero o en especie, no constituyen salario.

QUINTA: Todo trabajo suplementario o en horas extras y todo trabajo en día domingo o festivo en los que legalmente debe concederse descanso, se remunerará conforme a la ley, así como los correspondientes recargos nocturnos. Para el reconocimiento y pago del trabajo suplementario dominical o festivo el EMPLEADOR o sus representantes deben autorizarlo previamente por escrito. Cuando la necesidad de este trabajo se presente de manera imprevista o inaplazable, deberá ejecutarse y darse cuenta de él por escrito, a la mayor brevedad al EMPLEADOR o sus

representantes. El EMPLEADOR, en consecuencia, no reconocerá ningún trabajo suplementario en días de descanso legalmente obligatorio que no haya sido autorizado previamente o avisado inmediatamente, como queda dicho.

SEXTA: EL TRABAJADOR, se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señaladas por EL EMPLEADOR, pudiendo este hacer ajustes o cambios de horarios cuando lo estime conveniente.

SEPTIMA: Las partes acuerdan quince (15) días como periodo de prueba, tiempo que no es superior a la quinta parte del término inicial acordado. En caso de prórroga o nuevo contrato entre las partes, se entenderá, que no hay nuevo período de prueba. Durante este período tanto el EMPLEADOR como EL TRABAJADOR, podrán terminar el contrato en cualquier momento, en forma unilateral, de conformidad con el artículo 80 del Código sustantivo del Trabajo.

OCTAVA: La duración del presente contrato corresponde al tiempo establecido en este documento. no obstante, si antes de la fecha de vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una antelación no inferior a treinta (30) días, éste se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado. Para todos los efectos, este contrato podrá prorrogarse hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores al inicialmente pactado, al cabo de los cuales el término de renovación no puede ser inferior a un año.

NOVENA: Son justas causas para la terminación unilateral de este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas y señaladas en los artículos 61, subrogado por la Ley 50 de 1990, artículo 5º y artículo 62 del Código Sustantivo del Trabajo, subrogado por el Decreto 2351 de 1965, Art. 7º.; y, además por el EMPLEADOR, las faltas que para el efecto se califiquen como graves en el espacio reservado para cláusulas adicionales en el presente contrato.

DECIMA: Las partes pueden convenir que el trabajo se preste en lugar distinto al inicialmente contratado, siempre y cuando que tales traslados no desmejoren las condiciones laborales y de remuneración del trabajador, o impliquen perjuicios para él. El TRABAJADOR se obliga a aceptar los cambios de oficio que decida EL EMPLEADOR dentro de su poder de subordinación, siempre que respeten las condiciones laborales del TRABAJADOR.

UNDECIMA: Este contrato se redacta estrictamente de acuerdo con la ley y la jurisprudencia y será interpretado de buena fe y en consonancia con el Código Sustantivo del Trabajo cuyo objeto, está definido en el artículo 1º., que no es otro que lograr la justicia en las relaciones laborales entre EMPLEADOR Y TRABAJADOR, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

DUODECIMA: El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto alguno o cualquier otro contrato verbal o escrito celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden el presente contrato se anotarán a continuación de este texto.

Para constancia se firma en la ciudad de Bogotá, el día (01) del mes de Enero de 2020.

---

El Empleador  
C.C

---

El Empleado  
C.C

### **7.3. Reglamento Interno de Trabajo P&C BOROQUIP S.A.S**

De acuerdo con los art.104 y siguientes del [Código sustantivo del trabajo](#), están obligados a tener un reglamento interno de trabajo todos los empleadores (personas naturales o jurídicas) que ocupen a más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente, si la empresa es comercial; o las que ocupen a más de diez (10), si la empresa es industrial; o las que ocupen a más de 20, si la empresa está dedicada a actividades agrícolas, ganaderas o forestales.

Así mismo, si la empresa es de economía mixta (es decir, aquellas cuyo patrimonio lo componen aportes de capital privado y aportes de empresas del Estado), la obligación de tener un reglamento de trabajo existirá si tal empresa (sin importar su actividad) ocupa a más de diez (10) trabajadores

Por consiguiente, a continuación se muestra un modelo de “Reglamento interno de Trabajo” en el que se incluyen las cláusulas más comunes con las cuales se cumplan los requisitos mínimos exigidos para dichos reglamentos según la norma del art.108 del Código Sustantivo del Trabajo

## **REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO**

### **CAPÍTULO I**

ART. 1º—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S. domiciliada Calle 11 A N° 14-2 en Sogamos de la ciudad de Boyacá y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

## **CAPÍTULO II**

### **Condiciones de admisión**

ART. 2º—Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S, debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

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

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

#### **Período de prueba**

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

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

ART. 5º—El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el período de

prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

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

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

### **CAPÍTULO III**

#### **Trabajadores accidentales o transitorios**

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

### **CAPÍTULO IV**

#### **Horario de trabajo**

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

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

Ejemplos

Personal administrativo

Lunes a viernes

Mañana:

8:00 a.m. a 12:00 m.

Hora de almuerzo:

12:00 m. a 1:00 p.m.  
Tarde:  
1:00 p.m. a 5:00 p.m.  
Personal operativo: por turnos rotativos  
Primer turno:  
6:00 a.m. a 2:00 p.m.  
Segundo turno:  
2:00 p.m. a 10:00 p.m.  
Terser turno:  
10:00 p.m. a 6:00 a.m.  
Con períodos de descanso de diez minutos.

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

PAR. 1º—Cuando la empresa tenga más de cincuenta (50) trabajadores que laboren cuarenta y ocho (48) horas a la semana, estos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada, por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente a actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación (L. 50/90, art. 21).

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

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

d) El empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m. (L. 789/2002, art. 51).

## **CAPÍTULO V**

### **Las horas extras y trabajo nocturno**

ART. 9º—Trabajo ordinario y nocturno. Artículo 25 Ley 789 de 2002 que modificó el artículo 160 del Código Sustantivo del Trabajo quedará así:

1. Trabajo ordinario es el que se realiza entre las seis horas (6:00 a.m.) y las veintidós horas (10:00 p.m.).
2. Trabajo nocturno es el comprendido entre las veintidós horas (10:00 p.m.) y las seis horas (6:00 a.m.).

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

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

ART. 12. —Tasas y liquidación de recargos.

1. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.
2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con alguno otro (L. 50/90, art. 24).

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

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

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

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

## **CAPÍTULO VI**

### **Días de descanso legalmente obligatorios**

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

1. Todo trabajador, tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1º de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1º de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1º de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre, además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.

2. Pero el descanso remunerado del seis de enero, diecinueve de marzo, veintinueve de junio, quince de agosto, doce de octubre, primero de noviembre, once de noviembre, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús, cuando no caigan en día lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día. Cuando las mencionadas festividades caigan en domingo, el descanso remunerado, igualmente se trasladará al lunes.

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

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

PAR. 2º—Labores agropecuarias. Los trabajadores de empresas agrícolas, forestales y ganaderas que ejecuten actividades no susceptibles de interrupción, deben trabajar los domingos y días de fiesta remunerándose su trabajo en la forma

prevista en el artículo 25 de la Ley 789 de 2002 y con derecho al descanso compensatorio (L. 50/90, art. 28).

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

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

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

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

PAR. 3.1. —El trabajador podrá convenir con el empleador su día de descanso obligatorio el día sábado o domingo, que será reconocido en todos sus aspectos como descanso dominical obligatorio institucionalizado.

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

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

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

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

ART. 16. —Cuando por motivo de fiesta no determinada en la Ley 51 del 22 de diciembre de 1983, la empresa suspendiere el trabajo, está obligada a pagarlo como si se hubiere realizado. No está obligada a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión o compensación o estuviere prevista en el reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunerará sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras (CST, art. 178).

## Vacaciones remuneradas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Permisos**

ART. 24.—La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

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

## CAPÍTULO VII

### **Salario mínimo, convencional, lugar, días, horas de pagos y períodos que lo regulan**

ART. 25. —Formas y libertad de estipulación:

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

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

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

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

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

ART. 26. —Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores (CST, art. 133).

ART. 27. —Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese (CST, art. 138, num. 1º).

Períodos de pago:

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

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

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayores de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.
2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (CST, art. 134).

## **CAPÍTULO VIII**

### **Servicio médico, medidas de seguridad, riesgos profesionales, primeros auxilios en caso de accidentes de trabajo, normas sobre labores en orden a la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo**

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

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

ART. 31. —Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si este no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

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

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

PAR.—El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro del programa de salud ocupacional de la respectiva empresa, que la hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (D. 1295/94, art. 91).

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

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

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

Todo accidente de trabajo o enfermedad profesional que ocurra en una empresa o actividad económica, deberá ser informado por el empleador a la entidad

administradora de riesgos profesionales y a la entidad promotora de salud, en forma simultánea, dentro de los dos días hábiles siguientes de ocurrido el accidente o diagnosticada la enfermedad.

ART. 37.—En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo del Trabajo, a la Resolución 1016 de 1989 expedida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y las demás que con tal fin se establezcan. De la misma manera ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto-Ley 1295 de 1994, y la Ley 776 del 17 de diciembre de 2002, del sistema general de riesgos profesionales, de conformidad con los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas.

## **CAPÍTULO IX**

### **Prescripciones de orden**

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

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

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

## **CAPÍTULO X**

### **Orden jerárquico**

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

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

## **CAPÍTULO XI**

### **Labores prohibidas para mujeres y menores**

ART. 40.—Queda prohibido emplear a los menores de dieciocho (18) años y a las mujeres en trabajo de pintura industrial, que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos pigmentos. Las mujeres sin distinción de edad y los menores de dieciocho (18) años no pueden ser empleados en trabajos subterráneos de las minas ni en general trabajar en labores peligrosas, insalubres o que requieran grandes esfuerzos (CST, art. 242, ords. 2º y 3º).

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

1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.
2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.
3. Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyen agentes nocivos, tales como contaminantes, desequilibrios térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación.

4. Trabajos donde el menor de edad está expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.
5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radiactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radiofrecuencia.
6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
7. Trabajos submarinos.
8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.
9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.
10. Trabajos en pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
11. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos.
12. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
13. Trabajos en altos hornos, horno de fundición de metales, fábrica de acero, talleres de laminación, trabajos de forja, y en prensa pesada de metales.
14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
15. Trabajos relacionados con cambios de correas de transmisión, aceite, engrasado y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad.
16. Trabajos en cizalladoras, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troqueladoras, otras máquinas particularmente peligrosas.
17. Trabajos de vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima, trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidriado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
19. Trabajos en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.

20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.

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

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

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

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

Queda prohibido el trabajo nocturno para los trabajadores menores, no obstante los mayores de dieciséis (16) años y menores de dieciocho (18) años podrán ser autorizados para trabajar hasta las ocho (8) de la noche siempre que no se afecte su asistencia regular en un centro docente, ni implique perjuicio para su salud física o moral (D. 2737/89, art. 243).

## CAPÍTULO XII

### Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ART. 42. —Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este reglamento.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos 5 días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.
8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.

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

9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.
10. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.
11. Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.
12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.
13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.
14. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también obligación de su parte, afiliarlo al Sistema de Seguridad Social Integral, suministrarles cada 4 meses en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa (CST, art. 57).

ART. 43. —Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.
4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.

6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.

7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.

8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra (CST, art. 58).

ART. 44. —Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos, para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.

b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley los autorice.

c) El Banco Popular, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 24 de 1952, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza, y

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

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

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

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

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

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

7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.
8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7º del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.
9. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones, o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de estos, será imputable a aquél y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.
10. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.
11. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad (CST, art. 59).

ART. 45. —Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.
5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.
6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.

7. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.

8. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado (CST, art. 60).

## **CAPÍTULO XIII**

### **Escala de faltas y sanciones disciplinarias**

ART. 46. —La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en el contrato de trabajo (CST, art. 114).

ART. 47—Se establecen las siguientes clases de faltas leves, y sus sanciones disciplinarias, así:

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

b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.

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

d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por 2 meses.

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

ART. 48. —Constituyen faltas graves:

- a) El retardo hasta de 15 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta vez.
- b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.
- c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.
- d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

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

ART. 49. —Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculcado directamente y si este es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva (CST, art. 115).

ART. 50. —No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo (CST, art. 115).

## **CAPÍTULO XIV**

### **Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación**

ART. 51. —Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de: Ejemplo: gerente, subgerente, quien los oír y resolverá en justicia y equidad (diferente del que aplica las sanciones).

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

PAR. —En la empresa PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

## **CAPÍTULO XV**

### **Publicaciones**

ART. 53. —Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria (CST, art. 120).

## **CAPÍTULO XVI**

### **Vigencia**

ART. 54. —El presente reglamento entrará a regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento (CST, art. 121).

## **CAPÍTULO XVII**

### **Disposiciones finales**

ART. 55. —Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha haya tenido la empresa.

## **CAPÍTULO XVIII**

### **Cláusulas ineficaces**

ART. 56.—No producirán ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (CST, art. 109).

## **CAPÍTULO XIX**

### **Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimiento interno de solución**

ART. 57. —Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previstos por la empresa constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva conviviente, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

ART. 58. —En desarrollo del propósito a que se refiere el artículo anterior, la empresa ha previsto los siguientes mecanismos (a título de ejemplo):

1. Información a los trabajadores sobre la Ley 1010 de 2006, que incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley, particularmente en relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas atenuantes y el tratamiento sancionatorio.
2. Espacios para el diálogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa.
3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de:
  - a) Establecer, mediante la construcción conjunta, valores y hábitos que promuevan vida laboral conviviente;
  - b) Formular las recomendaciones constructivas a que hubiere lugar en relación con situaciones empresariales que pudieren afectar el cumplimiento de tales valores y hábitos y
  - c) Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las personas, señalando las recomendaciones correspondientes.
4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

ART. 59.—Para los efectos relacionados con la búsqueda de solución de las conductas de acoso laboral, se establece el siguiente procedimiento interno con el cual se pretende desarrollar las características de confidencialidad, efectividad y naturaleza conciliatoria señaladas por la ley para este procedimiento (a título de ejemplo):

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

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

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

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

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

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

e) Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.

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

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

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

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

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

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

Fecha: 01 Enero de 2020

Dirección: CLL 11A N° 14-2

Ciudad: Sogamoso

Departamento: Boyacá

Representante legal: Ana Idaly Hernández Martínez.

## 7.4. Nomina.

La nómina es el documento que certifica que la compañía ha cumplido con abonar la remuneración a sus empleados.



PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S  
NIT: 930.050.48-3

Diligencie los siguientes valores de referencia:	
Salario mínimo	877,803
Auxilio de transporte	102,854
¿Está exonerado del pago de aportes?	SI

Periodo de pago
Fecha de liquidación

Nombres	Devengado						Deducciones						TOTAL DEDUCIDO	Neto pagado	Firma del empleado		
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Comisiones	Recargos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud 4%	Pensión 4%	Fondo de solidaridad pensional	Cooperativa 5% Salario Básico				Retención en la fuente UVT	libranza
Ana Idaly Hernández Martínez	2,500,000	30	2,500,000	-	-	-	2,500,000	100,000	100,000	-	-	-	-	-	200,000	2,300,000	
Departamento Texto Humano	1,600,000	30	1,600,000	-	-	-	1,702,854	64,000	64,000	-	-	-	-	-	128,000	1,574,854	
Departamento Contabilidad	1,600,000	30	1,600,000	-	-	-	1,702,854	64,000	64,000	-	-	-	-	-	128,000	1,574,854	
Departamento Produccion	1,900,000	30	1,900,000	-	-	-	1,900,000	76,000	76,000	-	-	-	-	-	152,000	1,748,000	
Departamento Mercadeo	1,600,000	30	1,600,000	-	-	-	1,702,854	64,000	64,000	-	-	-	-	-	128,000	1,574,854	
Totales			9,200,000	-	-	-	9,908,562	368,000	368,000	-	-	-	-	-	736,000	8,772,562	

Neto pagado: \$8,772,562

Comprobante de Pago N°:	
Fecha de:	sábado, 0 de enero de 1900
Observaciones:	
Elaborador Por:	Revisado Por:
	Aprobado Por:

Provisiones de nómina a cargo del empleador.	
Aportes a pensión	1,104,000
Aportes a salud	-
Aportes a riesgos laborales	48,024
Sena	-
Icdif	-
Cajas de compensación	368,000
Prima de servicios	792,063
Cesantía	-
Intereses sobre cesantías	95,086
Provisión de vacaciones	396,507
<b>Total provisiones</b>	<b>3,595,743</b>

12,368,305

**Nota:** En el Anexo n° 3 relaciono formalización laboral en excel

## 8. PLAN OPERATIVO

El plan de empresa tiene una doble utilidad:

- Internamente, obliga a los creadores o promotores del proyecto a comenzar una aventura empresarial viable, con eficacia, coherencia y con posibilidades de éxito. También es de utilidad para coordinar y ordenar los cargos y responsabilidades de cada uno del equipo acorde con la estrategia y los objetivos a seguir.
- A nivel externo, el plan de empresa se convierte en la carta de presentación del proyecto a terceros, bien para solicitar financiación, contactar con proveedores, socios, etc.



PLAN PREOPERATIVO  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S  
NIT: 930.050.48-3

TAREAS	SUB TAREAS	INDICADORES	ENERO												FEBRERO												MARZO												ABRIL												MAYO												JUNIO												JULIO												AGOSTO												SEPTIEMBRE												OCTUBRE												NOVIEMBRE												DICIEMBRE																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

## 9. PLAN FINANCIERO

### 9.1. Identificación Financiera.

#### 9.1.1. Comprobante de Apertura.

El capital de trabajo está constituido por la inversión necesaria para cubrir costos y gastos generados por la operación o funcionamiento normal de la empresa.

Para la operación normal de la empresa P&C **BOROQUIP S.A.S**, se contará con un capital de trabajo para un periodo de un mes, debido a que el plazo máximo para cancelar pedidos es de 30 días.



PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE BOROQUIP S.A.S  
NIT: 930.050.480-3

COMPROBANTE DE  
APERTURA

001

FECHA DIA MES

AGOSTO 01 DE 2020

CODIGO	CUENTA	DEBITO	CREDITO
11050501	CAJA GENERAL	\$ 140,329,223	
31150501	APORTES SOCIALES		\$ 140,329,223

PREPARADO POR	REVISADO POR:	APROVADO	CONTABILIZADO
P&C BROQUIP S.A.S			

### 9.1.2. Comprobante de Contabilidad.

 <p><b>COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S NIT: 930.050.480-3</b></p>		<b>EFFECTIVO</b>	\$ 140,042,223	
		<b>BANCO</b>	\$ 52,111,014	
<b>COMPROBANTE DE CONTABILIDAD</b>				
		<b>N°</b>	<b>002</b>	
		<b>FECHA</b>	<b>AGOSTO 01 DE 2020</b>	
	<b>CODIGO</b>	<b>CUENTA</b>	<b>DEBITO</b>	<b>CREDITO</b>
1	5140	GASTOS LEGALES	\$ 287,000	
	1105	CAJA		\$ 287,000
2	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA	\$ 140,042,223	
	1105	CAJA		\$ 140,042,223
3	5120	GASTOS DE ARRENDAMIENT	\$ 36,000,000	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 36,000,000
4	5150	REPARACIONES Y	\$ 15,000,000	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 15,000,000
5	1524	MUEBLES Y ENCERES	\$ 3,121,100	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 3,121,100
6	1528	EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 5,000,000	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 5,000,000
7	1520	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 13,771,200	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 13,771,200
8	1405	MATERIA PRIMA	\$ 8,455,576	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 8,455,576
9	519540	ETIQUETA Y EMPAQUES	\$ 2,183,333	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 2,183,333
10	519530	PAPELERIA	\$ 1,000,000	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 1,000,000
11	523560	PUBLICIDAD	\$ 3,400,000	
	11100501	BANCO DAVIVI3ENDA		\$ 3,400,000
			<b>\$ 228,260,432</b>	<b>\$ 228,260,432</b>

**Nota:** En el **Anexo n° 5** relaciono Identificacion Finnciera (Comprobantes) de P&C BOROQUIP S.A.S en excel

## 9.2. Identificación de Costos.

Se determina valorando la materia prima, mano de obra directa e indirecta y costos indirectos del producto, para la producción de la capacidad máxima instalada que son 5.000 unidades de arequipe.

### 9.2.1. Mano de Obra.

MANO DE OBRA P&C BOROQUIP SAS												
NOMBRES DE TRABAJADORES	DIAS LABORADOS	SUELDO BASICO	DEVENGADO			TOTAL DEVENGADO	DEDUCIDO			TOTAL DEDUCIDO	NETO PAGADO	CENTRO DE COSTOS
			comisiones	otros	AUX. TRANS		SALUD	PENSION	retfuente			
Gerente General	30	\$ 2,500,000			\$ 74000	\$ 2,500,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 200,000	\$ 2,300,000	Administrativo	
Departamento Tonto Humano	30	\$ 1,600,000				\$ 1,600,000	\$ 64,000	\$ 64,000	\$ 128,000	\$ 1,472,000	Operativo	
Departamento Contabilidad	30	\$ 1,600,000				\$ 1,600,000	\$ 64,000	\$ 64,000	\$ 128,000	\$ 1,472,000	Operativo	
Departamento Produccion	30	\$ 1,900,000				\$ 1,900,000	\$ 76,000	\$ 76,000	\$ 152,000	\$ 1,748,000	Operativo	
Departamento Mercadeo	30	\$ 1,600,000				\$ 1,600,000	\$ 64,000	\$ 64,000	\$ 128,000	\$ 1,472,000	ventas	
		\$ 9,200,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9,200,000	\$ 368,000	\$ 368,000	\$ -	\$ 736,000	\$ 8,464,000	

	TOTAL DEVENGADO	NETO A PAGAR
ADMINISTRATIVO	\$ 5,700,000	\$ 5,244,000
OPERATIVO	\$ 1,900,000	\$ 1,748,000
VENTAS	\$ 1,600,000	\$ 1,472,000

APORTES PARAFISCALES	MONTO	Total Administrativo	Total operativo	Total Ventas
SALUD	4.0%	\$ 228,000	\$ 76,000	\$ 64,000
PENSION	1.2%	\$ 684,000	\$ 228,000	\$ 152,000
ARL	0.522%	\$ 29,754	\$ 9,918	\$ 8,352
CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR COMFABOY	4%	\$ 228,000	\$ 76,000	\$ 64,000
		\$ 1,169,754	\$ 389,918	\$ 328,352
				<b>TOTAL 1,888,024</b>

PRESTACIONES SOCIALES							
NOMBRE	TOTAL DEVENGADO	CESANTIAS 8.33%	INT. CESANT 1%	PRIM. SERVIC 8.33%	VACACIONES 4.17%	Total Centro de costos	
Gerente General	\$ 2,500,000	\$ 208,250	\$ 25,000	\$ 208,250	\$ 104,250	\$ 545,750	Administrativos
Departamento Tonto Humano	\$ 1,600,000	\$ 133,280	\$ 16,000	\$ 133,280	\$ 66,720	\$ 349,280	Operativos
Departamento Contabilidad	\$ 1,600,000	\$ 133,280	\$ 16,000	\$ 133,280	\$ 66,720	\$ 349,280	Operativos
Departamento Produccion	\$ 1,900,000	\$ 158,270	\$ 19,000	\$ 158,270	\$ 79,230	\$ 414,770	Operativos
Departamento Mercadeo	\$ 1,600,000	\$ 133,280	\$ 16,000	\$ 133,280	\$ 66,720	\$ 349,280	Ventas
<b>TOTAL</b>	\$ 9,200,000	\$ 766,360	\$ 92,000	\$ 766,360	\$ 383,640	\$ 2,008,360	

TOTAL NOMINA MENSUAL \$ 12,368,305

### 9.2.2. Materia Prima.

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
500 GRs				
INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
BOROJO	200	LIBRA	\$ 2,000	\$ 400,000
LECHE	1,000	LITROS	\$ 1,000	\$ 1,000,000
EDULCORANTES	200	LIBRAS	\$ 1,000	\$ 200,000
CANELA	100	LIBRAS	\$ 800	\$ 80,000
SAL	100	KILOS	\$ 2,000	\$ 200,000
BICARBONATO	100	LIBRAS	\$ 1,000	\$ 100,000
Etiqueta	5,000		\$ 200	\$ 1,000,000
Empaque	5,000		\$ 200	\$ 1,000,000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3,980,000</b>

### 9.3. Costos Indirectos.

COSTOS INDIRECTOS		
SERVICIO	MEDIDA	VALOR UNITARIO
LUZ	KW	\$ 100,000
AGUA	M3	\$ 200,000
GAS	M3	\$ 300,000
PAPELERIA	Paquete	\$ 600,000
INTERNET/TELEFONIA	Paquete	\$ 120,000
ARRIENDO		\$ 8,000,000
GASTOS DE MARKETING		\$ 1,000,000
<b>COSTOS TOTALES</b>		<b>\$ 10,320,000</b>

#### 9.3.1. Costos fijos y Variables

COSTOS PARA PRESENTACION DE 500 Gr		
COSTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
Mano de Obra	\$ 0	\$ 2,552,688
Borojo	\$ 0	\$ 400,000
Leche	\$ 0	\$ 1,000,000
Edulcorantes	\$ 0	\$ 200,000
Canela	\$ 0	\$ 80,000
Sal	\$ 0	\$ 200,000
Bicarbonato	\$ 0	\$ 100,000
Etiqueta	\$ 0	\$ 1,000,000
Empaque	\$ 0	\$ 1,000,000
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$ 6,532,688</b>
<b>COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		
Arriendo	\$ 8,000,000	\$ 0
Sueldo	\$ 7,658,064	\$ 0
Papelería	\$ 0	\$ 600,000
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 15,658,064</b>	<b>\$ 600,000</b>

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
Luz	\$ 100,000	\$ 0
Agua	\$ 200,000	\$ 0
Gas	\$ 0	\$ 300,000
INTERNET/TELEFONIA	\$ 120,000	\$ 0
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 420,000</b>	<b>\$ 300,000</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>		
Sueldo	\$ 2,149,632	\$ 0
Gastos Marketing	\$ 1,000,000	\$ 0
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 3,149,632</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19,227,696</b>	<b>\$ 7,432,688</b>

<b>COSTOS TOTALES</b>	\$ 26,660,384
<b>CANTIDAD PRODUCIDA EN EL MES</b>	5000
<b>PRECIO DE PRODUCCION</b>	\$ 5,332
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 7,465

### 9.3.2. Precio de Venta.

El precio de venta de la presentación del arequipe de 500 gr de borojo, se determina identificando los costos fijos y variables que cuesta producir 5000 unidades, por el margen de utilidad esperada; este margen se determina buscando una rentabilidad adecuada para la empresa y teniendo en cuenta que el producto es natural y exclusivo. Según lo anterior se espera obtener una utilidad del 40%

**Nota:** En el **Anexo n° 6** relaciono Identificación de Costos (mano de obra, materia prima, costos indirectos ,costos fijos y variables) de P&C BOROQUIP S.A.S en excel

## 9.4. Flujo de Caja.

Para realizar el flujo de caja se debe partir del flujo de producción con recursos propios es el fin último al que se desea llegar, donde se mide la rentabilidad de la empresa **P&C BOROQUIP S.A.S.**

### Flujo de Caja Mensual P&C BOROQUIP S.A.S



INVERSION DEL PROYECTO	\$ 140,042,223.00
------------------------	-------------------

INGRESOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Arequipe de Borojo	\$ 37,324,537.60	\$ 44,789,445.12	\$ 52,254,352.64	\$ 59,719,260.16	\$ 67,184,167.68	\$ 74,649,075.20	\$ 82,113,982.72	\$ 89,578,890.24	\$ 97,043,797.76	\$ 104,508,705.28	\$ 111,973,612.80	\$ 119,438,520.32	
	\$ 37,324,537.60	\$ 44,789,445.12	\$ 52,254,352.64	\$ 59,719,260.16	\$ 67,184,167.68	\$ 74,649,075.20	\$ 82,113,982.72	\$ 89,578,890.24	\$ 97,043,797.76	\$ 104,508,705.28	\$ 111,973,612.80	\$ 119,438,520.32	
<b>COSTOS</b>	<b>\$ 26,660,384.00</b>	<b>\$ 31,992,460.80</b>	<b>\$ 37,324,537.60</b>	<b>\$ 42,656,614.40</b>	<b>\$ 47,988,691.20</b>	<b>\$ 53,320,768.00</b>	<b>\$ 58,652,844.80</b>	<b>\$ 63,984,921.60</b>	<b>\$ 69,316,998.40</b>	<b>\$ 74,649,075.20</b>	<b>\$ 79,981,152.00</b>	<b>\$ 85,313,228.80</b>	<b>\$ 671,841,676.80</b>
Arequipe de Borojo	\$ 26,660,384.00	\$ 31,992,460.80	\$ 37,324,537.60	\$ 42,656,614.40	\$ 47,988,691.20	\$ 53,320,768.00	\$ 58,652,844.80	\$ 63,984,921.60	\$ 69,316,998.40	\$ 74,649,075.20	\$ 79,981,152.00	\$ 85,313,228.80	\$ 671,841,676.80
													\$ 0.00
													\$ 0.00
													\$ 0.00
<b>GASTOS</b>	<b>\$ 2,320,000.00</b>	<b>\$ 27,840,000.00</b>											
SERVICIOS PUBLICOS	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0	720,000.0
PAPLERIA	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0	600,000.0
GASTOS DE MARKETING	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0	1,000,000.0
<b>TOTAL COSTOS-GASTOS</b>	<b>\$ 28,980,384.00</b>	<b>\$ 34,312,460.80</b>	<b>\$ 39,644,537.60</b>	<b>\$ 44,976,614.40</b>	<b>\$ 50,308,691.20</b>	<b>\$ 55,640,768.00</b>	<b>\$ 60,972,844.80</b>	<b>\$ 66,304,921.60</b>	<b>\$ 71,636,998.40</b>	<b>\$ 76,969,075.20</b>	<b>\$ 82,301,152.00</b>	<b>\$ 87,633,228.80</b>	<b>\$ 699,681,676.80</b>
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 8,344,153.60</b>	<b>\$ 10,476,984.32</b>	<b>\$ 12,609,815.04</b>	<b>\$ 14,742,645.76</b>	<b>\$ 16,875,476.48</b>	<b>\$ 19,008,307.20</b>	<b>\$ 21,141,137.92</b>	<b>\$ 23,273,968.64</b>	<b>\$ 25,406,799.36</b>	<b>\$ 27,539,630.08</b>	<b>\$ 29,672,460.80</b>	<b>\$ 31,805,291.52</b>	<b>\$ 240,896,670.72</b>

### 9.4.1. Valor presente Neto

El valor presente neto se determina al calcular los costos (flujos de efectivo negativos) y los beneficios (flujos de efectivo positivos) para cada período de una inversión. El período suele ser de un año

		<b>VALOR PRESENTENETO</b> <b>PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S</b> <b>NIT: 930.050.48-3</b>											
VPN	- \$ 140,042,223	+ \$ 8,344,154	+ \$ 10,476,984	+ \$ 12,609,815	+ \$ 14,742,646	+ \$ 16,875,476	+ \$ 19,008,307	+ \$ 21,141,138	+ \$ 23,273,969	+ \$ 25,406,799	+ \$ 27,539,630	+ \$ 29,672,461	+ \$ 31,805,292
		$(1+0.0234)^1$	$(1+0.0234)^2$	$(1+0.0234)^3$	$(1+0.0234)^4$	$(1+0.0234)^5$	$(1+0.0234)^6$	$(1+0.0234)^7$	$(1+0.0234)^8$	$(1+0.0234)^9$	$(1+0.0234)^{10}$	$(1+0.0234)^{11}$	$(1+0.0234)^{12}$
VPN	- \$ 140,042,223	+ \$ 8,153,365	+ \$ 10,476,895	+ \$ 11,764,473	+ \$ 13,439,830	+ \$ 15,032,422	+ \$ 16,545,159.00	+ \$ 17,980,860	+ \$ 19,342,257	+ \$ 20,631,995	+ \$ 21,852,643	+ \$ 23,006,684	+ \$ 24,096,526
VPN	- \$ 140,042,223	+ \$ 202,323,109											
VPN	= \$ 62,280,886												

TIEMPO	\$ 131,888,858	\$ 121,411,963	\$ 109,647,490	\$ 96,207,660	\$ 81,175,238	\$ 64,630,079	\$ 46,649,219	\$ 27,306,962	\$ 6,674,967				
RECUPERACION DE CAPITAL	9 Meses y 9,2 días												

**Nota:** En el **Anexo n° 7** relaciono Flujo de Caja y valor Presente Neto de P&C BOROQUIP S.A.S en excel.

## 9.5. Punto de Equilibrio.

Por teoría se conoce que el punto de equilibrio es el número de ingresos por ventas necesarios para suplir los costos totales de fabricación sin ganar ni perder, de esta manera y sin entrar en detalles, se procede a calcular el punto de equilibrio en ventas.

Se procede a calcular de la siguiente manera.

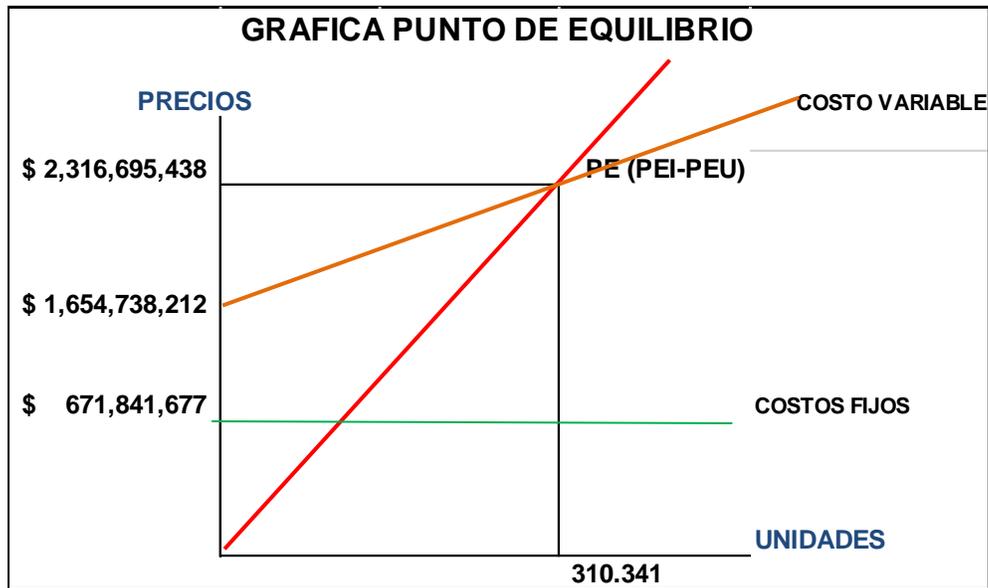
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>			
<b>MC</b>	\$	7,465	- \$ 5,332
<b>MC</b>	\$	2,133	
<b>MC%</b>	\$	2,133	/ \$ 7,465
<b>MC%</b>	\$	0.29	
<b>MC%</b>		<b>29</b>	%

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO INGRESO</b>			
<b>PEI</b>	\$	671,841,677	/ \$ 0.29
<b>PEI</b>	\$	<b>2,316,695,438</b>	

<b>PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES</b>			
<b>PEU</b>	\$	2,316,695,438	/ \$ 7,465
<b>PEU</b>		<b>310.341</b>	

<b>COSTO VARIABLE</b>			
<b>CV</b>		310.341	* \$ 5,332
<b>CV</b>	\$	<b>1,654,738,212</b>	

Con la siguiente grafica se puede visualizar el punto de equilibrio.



En este nivel de ventas no existe perdida ni ganancia, y teniendo en cuenta que para todos los arequipes se incurre en los mismos gastos el nivel de ventas para todos los productos debe ser el mismo, es decir en su conjunto deben crear un nivel de ingresos igual a \$ 2.316.695.438 y unidades de 310.341

## 9.6. Estado de Resultados.

El estado de resultado es uno de los llamados estados financieros básicos, en el cual se presenta la forma en que la empresa ha logrado sus resultados financieros o contables, que puede ser una utilidad o una pérdida

Es el informe que presenta los resultados financieros de la empresa en un periodo determinado.

Al final del ejercicio la empresa hace un corte para determinar si ha ganado o perdido, cuánto ha ganado o cuánto ha perdido.

### ESTADO DE RESULTADOS Enero-Diciembre

#### PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOROQUIP S.A.S NIT: 930.050.48-3

<b>Ventas</b>	\$	940,578,347
<b>Costo de ventas</b>	\$	671,841,676
<b>Utilidad Bruta</b>	\$	<b>268,736,671</b>
<b>Gastos de Administración/venta</b>	\$	27,840,000
<b>Utilidad Operativa</b>	\$	<b>240,896,671</b>
<b>Ingresos no Operacionales</b>	\$	-
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	\$	<b>240,896,671</b>
<b>Provisión de Impuestos 33%</b>	\$	79,495,901.43
<b>Reserva Legal 10%</b>	\$	24,089,667.10
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$	<b>137,311,102</b>

## 9.7. Fuentes de Financiación

La empresa **P&C BOROQUIP S.A.S** cuenta con la siguiente función financieras.

**Recursos Propios.** Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por valor de: **\$140.329.223** este corresponden al **100%** del total de la inversión.

## **10. CONCLUSIONES.**

El proyecto empresarial que realice ha contribuido de manera muy importante para identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a cabo una constitución exitosa de empresa. Nos deja muchas cosas importantes que reflexionar y muchas otras las ha reforzado como puntos angulares para llevar a cabo una buena constitución.

En cuanto al estudio de mercado, puedo concluir que para la factibilidad de su implementación se requiere de la realización de encuestas a un dicho de mercado. De esta forma se puede proceder a su elaboración y expendio, garantizando el cubrimiento a este y otros sectores, dependiendo la capacidad de producción y la aceptación del consumidor.

En la parte legal puedo concluir que para la constitución de una empresa debemos cumplir con ciertos requisitos que los normatividad exigen para los empresarios en el momento que deciden formar legalmente una empresa.

En el aspecto financiero de acuerdo a los estudios realizados se observó la rentabilidad y viabilidad que tiene el proyecto para su ejecución.

## 11. BIBLIOGRAFIAS

### Fuentes:

- Domínguez, J. C. Sector lechero: con el TLC gana la industria y pierden los pequeños. El Tiempo. Recuperado de 2011.
- Cabrera Erika. Descubre los poderosos beneficios de la mermelada, Diciembre 2017.
- Cuadernillo para Unidades de Producción Productos lácteos: elaboración de dulce de leche / coordinado por José Kurlat. - 2a ed. - Buenos Aires: Inst. Nacional de Tecnología Industrial - INTI, 2010. 24 p.
- Ilse Rodríguez Salamanca, Juan Pablo Botero Escobar. Maestría En Dirección De Marketing. El Arequipe Alpina, La Esencia De La Felicidad. Bogotá D.C., Noviembre 27 de 2012
- Cámara de Comercio Tunja, Matricula mercantil, formulario: <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2018/08/RUES.pdf>.
- Secretaría Distrital de Hacienda: formulario final RIT abril 13 V6: [https://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/FORMATO%20RIT%20CONTRIBUYENTE%2086-F\\_02%20V\\_6.pdf](https://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/FORMATO%20RIT%20CONTRIBUYENTE%2086-F_02%20V_6.pdf).
- Secretaría Distrital de Hacienda: Concepto de Suelos: <https://guiatramitesyservicios.bogota.gov.co/tramite-servicio/concepto-de-uso-del-suelo/>
- Formulario Registro Único Tributario: [https://www.dian.gov.co/Documents/RUT\\_1\\_4\\_0.pdf](https://www.dian.gov.co/Documents/RUT_1_4_0.pdf).