

INTRODUCCIÓN

La necesidad de crear y satisfacer expectativas de nuevos productos, ha despertado el interés en los empresarios a buscarles nuevos mercados y hallarles clientes potenciales. Actualmente la actividad comercial, es un medio que nos induce para reforzar productos, e incluso para crear e innovar.

Hablar de consumo y comercialización de productos y en especial del café en Colombia, por su clara vocación agroindustrial, nacida en procesos agrícolas de producción lleva a realizar una serie de consideraciones teóricas y practicas que permitan captar la dinámica en el espacio y el tiempo de las diferentes formas de consumo. El presente escrito es un intento de dar elementos de análisis que permitan dimensionar en esta primera aproximación el consumo y mercado del café, ya sea en algún grado de procesamiento agroindustrial en sus diferentes niveles, para finalmente presentar una nueva opción de sabor e innovación en derivados de café en especial bocadillos.

El café por su importancia en la economía colombiana genera empleo y un extraordinario volumen de divisas que aporta al país. Lo más importante de nuestra gestión es iniciar la realización de una investigación de mercados a una población específica de tal forma que al realizar un mecanismo de elaboración de bienes y servicios sea acorde con sus motivaciones básicas y expectativas generales; para lograr un buen posicionamiento de nuestra empresa en el mercado.

JUSTIFICACIÓN

El proyecto surge como respuesta a una idea que busca aprovechar la oportunidad de negocio y aumentar el consumo de café en nuestra región mediante la fabricación y comercialización de un bocadillo a base de café, con elementos tanto técnicos como administrativos en el montaje de nuestra empresa y en el control de calidad de todos sus procesos industriales. Este producto es habitual ya que requiere de un mínimo esfuerzo para su compra; es popular, ya que este está dado para todos los estratos; de alta rotación ya que es un gusto preferencial; de elección por su sabor, además porque es innovador y de especialidad por ser el único bocadillo a base de café que se encuentra en el mercado.

Ya que el café es uno de los productos naturales de mayor complejidad, su historia, comercio e impacto en nuestra sociedad, su riqueza química y los diversos procesos de transformación para llegar a la bebida que disfrutan miles de consumidores cotidianamente, han convertido al café en un producto “ Único “ lleno de mística e inspiración que traspasa fronteras y generaciones.

RESEÑA HISTORICA

“INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFE LTDA”

El proyecto surge como respuesta a una idea que busca aprovechar la oportunidad de negocio y busca además motivar al consumo del café, principal producto de la región promoviendo un derivado como el bocadillo.

Nació con la idea de formar una Sociedad Anónima, ofreciendo productos mejorados en el Mercado como el bocadillo de café. Esta Empresa está integrada por una Junta Directiva con tres personas, regida por unos estatutos amparados por la Ley.

Las propietarias de **INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTDA**, son residentes del Barrio Santa Teresita y los Molinos del Municipio de Dosquebradas y de Santa Rosa de Cabal.

Inicialmente contara con 7 empleados, contando con sus socias desde la parte administrativa hasta la parte operativa,

Planteamos desarrollar todos los conocimientos adquiridos durante el ciclo tecnológico, manifestados en la creación de empresa y su viabilidad, de acuerdo a las necesidades o el aprovechamiento de los recursos del entorno que nos rodea. Se visualiza el proyecto de grado como una independencia empresarial.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colombia a nivel internacional se destaca por la excelente calidad en el café, y es nuestra región quien posee y sobresale en este cultivo, desencadenando una gran cantidad de productos a base de café que van dirigidos hacia clientes de todo el mundo quienes disfrutan de degustar un delicioso sabor a café en todas sus formas.

Manifestamos el interés por albergar en nuestro mercado bienes y servicios innovadores y competitivos como el bocadillo de café.

Aprovechando la situación de excesos en la producción de café existentes en la región teniendo una incidencia positiva en la economía nacional, pretendemos innovar en el consumo de un producto nuevo y diferente, Satisfaciendo gustos de otras personas; utilizando los recursos naturales locales manifestados en la elaboración de un bocadillo de café.

OBJETIVOS

1. Establecer la factibilidad para el montaje y operación de una empresa que se dedicará a la fabricación, comercialización y distribución de un bocadillo de consumo a base de café.
2. Aprobar el requisito final exigido por la Universidad para optar al título de Tecnólogo en Gestión Comercial y de Negocios y Tecnólogo en Gestión Industrial.

MARCO TEORICO

A través del tiempo, el café ha sido y es aun hoy la materia prima, entre los productos que más divisas maneja en el mundo.

El café es utilizado en diferentes campos como el de las industrias de cosméticos, y especialmente la industria de los alimentos siendo preparado y tomado de diferentes formas de acuerdo al país, a las costumbres, a la moda y al gusto de las personas.

En la actualidad existe una gran cantidad de sustancias que se adicionan al café con el fin de obtener sabores exóticos y especiales y finalmente gran variedad de licores, siendo también un ingrediente excepcional para la preparación de postres, bebidas y algunos platos fuertes. Además las posibilidades que el café nos ofrece para mezclarle diferentes productos son innumerables, formando parte clave importante en el desarrollo de innovadores y nuevos productos.

1. REFERENTES TEÓRICOS Y PRACTICOS

1.1 ANALISIS DE ENTORNO

Al realizar el estudio del entorno, se analiza que nuestro mercado presenta gran variedad de marcas de bocadillo tradicional, elaborados por otras regiones como son: Cundinamarca, Santander y Valle del Cauca y en Risaralda solo existe un fabrica productora de bocadillo registrada legalmente ante cámara de comercio, como es bocadillos de Risaralda; además visualizamos pequeños productores de bocadillo de manera muy empírica y sin tecnología, abarcando solamente las tiendas de barrios.

Mediante el método de la observación, en las diferentes tiendas y almacenes de cadena, se visualiza un alto consumo del bocadillo, siendo contemplado para muchas familias dentro de su canasta, abarcando todos los estratos.

En el mercado regional no se encuentran bocadillos a base de café; por lo tanto se plantea el aprovechamiento del principal recurso de la región cafetera que es el CAFÉ, producto de exportación con una balanza comercial favorable para el país.

Considerando que el entorno esta estrictamente relacionado e influenciado con el medio social, cultural, demográfico, económico, tecnológico, político-legal y ecológico. Se analizan los diferentes niveles socioeconómicos favorecidos por todo el entorno en su alto grado de industrialización de la región.

1.1.1 Entorno gubernamental, político y jurídico, sociocultural y tecnológico

1.1.2 Entorno gubernamental, político y jurídico: El marco Legal y Político lo ejerce La Gobernación del Departamento, La Alcaldía, Notarias, Las Fuerzas al margen de la ley (Batallón San Mateo y Estación Central de la Policía), Cámara de Comercio entre otras

1.1.3 Entorno industrial y tecnológico: Dosquebradas es una zona que maneja una desarrollante economía en el sector industrial y de servicios, produciendo bienes y servicios reconocidos a nivel nacional e internacional como es el caso de algunas empresas como Nicole, Bon Marche, La Rosa, Frisby, Flexco S.A. y Repuestos entre otras, favoreciendo el desarrollo productivo de la economía en la región.

1.1.4 Entorno sociocultural: Pereira es La Perla del Otún, el punto geográfico equidistante entre las ciudades del Eje Cafetero y el Norte del Valle. Ciudad tranquila, pujante, de fácil acceso terrestre que ofrece varios atractivos turísticos (Parque Nacional Natural de los Nevados, Aguas Termales en Santa Rosa de Cabal, La Cristalina, Parque Ucumari, Laguna del Otún, La Pastora, La Suiza, Parque Jardín zoológico de matecaña, entre otras).

Posee un importante patrimonio arquitectónico y una vida cultural activa, con numerosos Institutos de Cultura, Salas de Exposición, Murales y Esculturas.

Encontramos Parques recreacionales Metroparque del Café, y el Zoológico, el Planetario, Jardín Botánico, Parque recreacional Comfamiliar.

Entidades culturales : Instituto de Cultura de Pereira, Área Cultural Banco de la Republica, AC Cámara de Comercio, Comfamiliar, Biblioteca publica Ramón Correa, B. Luis Carlos González, Teatro Santiago Londoño, Facultad de Bellas Artes y Humanidades Univ. Tecnológica, entre otras, establecimientos de educación superior muy importantes como la Universidad Tecnológica de Pereira, La Univ. Cooperativa de Colombia, Univ. Nariño, La UNAD, Santo Tomas, Andina, etc dedicadas a la capacitación y formación del recurso humano. Entidades de Fomento para la microempresa Infider, WWB Colombia (BANCO MUNDIAL DE LA MUJER), Fundación Desarrollo para Risaralda, la Cámara de Comercio no como entidad de crédito sino de comercialización entre otras y entidades ambientales como la Corporación Autónoma Regional de Risaralda “CARDER”.

2. PROCEDIMIENTO METODOLOGICO

2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El proyecto es de inversión con una propuesta desarrollada a través de estudios de mercado, técnicos y financieros. Es un proyecto Comercial de carácter económico, orientado a la producción de un bien primario

La investigación esta realizada para un proyecto Industrial y Comercial, aplicándose todas las técnicas y herramientas Administrativas, operativas y financieras

2.1.1 Fuentes de información: Como fuentes secundarias fueron empleadas y proporcionadas por la Cámara de Comercio de Dosquebradas- Pereira, El Sena, Federación Nacional de Cafeteros.

Para la recopilación de la información proveniente de fuentes primarias se utilizaron visitas a empresas competidoras localizadas en el entorno Bocadillos del Risaralda en Pereira y pequeños productores Barrio Santa Teresita (Don José Castro) y Barrio frailes en Dosquebradas

3. ANALISIS SECTOR ECONOMICO

La producción de bocadillo se estima en 35.000 t/año para una valoración de 21.000 millones de pesos. En el país existen al rededor de 300 fábricas que vinculan aproximadamente 8.500 personas y generan 4.000 empleos permanentes. La mano de obra ocupada en la recolección y empaque de la guayaba es de 1'140.000 jornales / año de los cuales el 80% de la mano de obra es familiar en su mayoría femenina. La mayor parte de la producción de bocadillo se realiza en la Hoya del Río Suárez donde funcionan cerca de 180 fábricas de pequeña y mediana escala (Corpoica,1995).

3.1 VARIABLES E INSTRUMENTOS

Dentro del estudio del entorno para la creación del proyecto se ha analizado como variable principal el cliente, ya que maneja diversidad de gustos y preferencias hacia ciertos productos y servicios. Además de que serán quienes compraran nuestro producto y los posibles competidores que hay en la región.

Las variables que vamos a estudiar en el estudio de mercado son: Ingresos de la población, sexo, edad, nivel de escolaridad, consumo de determinado producto, características generales de los consumidores o usuarios potenciales, producción regional, local o nacional.

En cuanto a los competidores vamos a estudiar: los precios, mercado que abarca, fábrica productoras dentro de la región, posicionamiento de marca.

4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La mayor parte de la información recolectada es de tipo cualitativo, de fuentes secundarias

Los instrumentos que se utilizaran para el mejor desarrollo y conocimiento en el estudio del consumidor es la muestra piloto mediante los medios del telemarketing y directa entrevista personal; solicitando a las personas información por medio de una encuesta.

Como fuente primaria, planteamos la necesidad de realizar una encuesta, que visualice las expectativas y gustos de los futuros clientes, acomodándose el producto a dichos deseos.

5. ALCANCES DEL PROYECTO

PROYECCIONES

La proyección que se plantea es hacer una realidad de empresa, siendo las autoras del proyecto directamente beneficiadas, ya que se visualiza como una independencia empresarial, no siendo supeditadas a otras empresas ya creadas.

- Compatibilidad de la idea del proyecto con la carrera actualmente cursada
- Las posibilidades de permanecer en nuestra región contribuyendo al crecimiento empresarial
- Las posibilidades de ampliar o mejorar la empresa
- Las expectativas de retribución económica
- Para el inversionista futuros se le plantea la alternativa de una estructura de proyecto viable y rentable en todos sus sentidos.

FASE I

1. EL PRODUCTO

1.1 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACION DEL PRODUCTO

El producto que nuestro proyecto va a realizar es un bien de consumo perecedero, popular, habitual, de alta rotación y es un **BOCADILLO DE CAFÉ**.

El producto ofrecido es un bocadillo con sabor y aroma de café. es un producto que no es nuevo en el mercado, pero si diferente por su sabor.

El producto es un pasta que se adecua según su empaque; ya sea cuadrada, rectangular, trocitos, etc. de suave textura con el color y aroma correspondiente al café. El envase es un papel plástico, para proteger el producto de la exposición a agentes contaminantes y los cambios ambientales.

En presentaciones individuales, con y sin empaque en unidades de 12 y 24 bocadillos, con pesos de 250, 500 y 1000 grs. Además se encontraran presentaciones en barra de igual peso.

Con el desarrollo de este producto se busca ofrecer un producto alimenticio para consumo humano, de alto valor nutritivo, natural, agradable, de fácil manejo y adquisición, que puede consumirse en forma directa o como acompañante.

En Colombia no existen normas técnicas (ICONTEC) que permitan determinar la calidad del bocadillo ateniéndose a características físico químicas, organolépticas y microbiológicas, o que determine la cantidad permitida de aditivos. Así, cada

propietario de fábrica tiene su propia fórmula y medidas en cuanto a la adición y calidad de los componentes requeridos para la elaboración del ate.

Para cuantificar el volumen de la demanda, se definen características:

-FISICAS: Es un producto perecedero con un volumen alto en compras.

-PERIODICIDAD: Con alta frecuencia de consumo.

-TEMPORALIDAD: Consumo constante

-DESTINO: Bien final, satisfaciendo un gusto de consumo.

1.1.1 Durabilidad: El bocadillo por sus componentes y el proceso al que está sometido presenta una durabilidad aproximada de 3 meses. Cabe anotar que éste producto no requiere preservativos; el cual siendo incluido en el proceso puede alargar su duración hasta por un año.

1.1.2 Funcionabilidad: Producto terminado para ser consumido inmediatamente, y como complemento para acompañar otros alimentos como: leche, queso, mazamorra o para un fin específico según necesidad o gusto del consumidor.

1.2 CLASIFICACION:

1.2.1 Producto básico: El producto que esta obteniendo el consumidor es un pasaboca para ser acompañado por otros como es la Leche, mazamorra, queso; como complemento de otros o solamente para ser consumido solo según la preferencia del consumidor.

1.2.2. Producto real: El producto real que esta obteniendo el consumidor es un delicioso y suave Bocadillo con aroma y sabor a café, con excelentes características técnicas, en su presentación y empaque.

1.2.3 Producto ampliado: El Bocadillo “DELICAFE”, será puesto en el mercado y recordado por su sabor innovador, identificándose por su empaque, color y slogan.

1.3 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:

1.3.1 Internas: El producto es de sabor y aroma de café, tiempo de perecibilidad 3 meses

1.3.2 Externas: El producto es un pasta que se adecua según su empaque; ya sea cuadrada, rectangular, trocitos, etc. de suave textura con el color y aroma correspondiente al café. El envase es un papel plástico, para proteger el producto de la exposición a agentes contaminantes y los cambios ambientales. En presentaciones individuales, con y sin empaque en unidades de 12 y 24 bocadoillos, con pesos de 250, 500 y 1000 grs. Además se encontraran presentaciones en barra de igual peso.

1.3.3 Ficha técnica

NOMBRE: **BOCAFE**

DESCRIPCIÓN: Es un bocadillo a base de café y harina de arroz

COMPOSICIÓN

HARINA DE ARROZ	45% de 1 kilo
SACAROSA	43% de 1 kilo
JARABE DE AZÚCAR INVERTIDO	5% de 1 litro
CAFÉ	5% de 1 libra
PECTINA	2% de 100 gramos

Características físico químicas: Ph : 3.5 Acidez: 4.6 Brix: 60°	Ph metro Método volumétrico (NaOH 0.1 N) Refractómetro
Características microbiológicas Hongos y Levaduras Mesofilo	Equipo
Características sensoriales Color : Café oscuro Olor: característico de café Sabor: característico de café	Visual Olfato Gusto

Forma de Uso: sirve como acompañante de otras comidas.

Presentación: 1.000, 500, 250 gramos en caja presentación individual y lonja

Vida Útil: el producto permanece con sus condiciones iniciales por seis (6) meses almacenado a temperatura ambiente (18° centígrados – 22° centígrados) en su respectivo embalaje.

1.4 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

1.4.1 Calidad: El bocadillo es elaborado con insumos provenientes de Industrias reconocidas en la región, las cuales manejan normas de calidad y procesos altamente tecnificados. Por lo tanto garantizan que la elaboración de nuestro producto sea de mayor rendimiento y duración; garantizando con ello la disposición constante de insumos. De acuerdo a lo anterior en el proceso de nuestro producto manejamos el tiempo del proceso, normas sanitarias y de seguridad, mantenimiento técnico, de acuerdo a los requisitos exigidos por el Ministerio de Salud. Esto conlleva a que el consumidor final obtenga un producto que satisfaga sus necesidades.

1.4.2 Versatilidad: El bocadillo es un producto que se puede acomodar a diferentes usos, según cada necesidad.

1.4.3 Materiales empleados: Los materiales a emplear son : Azúcar, Café, Harina de arroz, pectina, jarabe de azúcar invertido.

1.5 VIDA UTIL DEL PRODUCTO:

Es un producto básico como acompañamiento de otros alimentos, posee un nivel bajo perecedero, por lo cual su ciclo de vida esta expuesto a las condiciones del uso que se le dé, su duración es de tres meses sin preservativo y con preservativo su duración es de 1 año aproximadamente.

Su ciclo de vida es el siguiente:

1.5.1 Introducción: El producto se comercializara inicialmente en el municipio de Dosquebradas y la ciudad de Pereira, en mini mercados y supermercados del área establecida.

Se plantea para esta etapa la alta publicidad hacia el segmento laboralmente activo como cliente potencial, por un periodo de 24 meses.

CARACTERÍSTICAS:

- Ventas: lentas por su incorporación al mercado
- Producción y Mercadeo: Costos altos por la inversión
- Precios: iguales a los de la competencia
- Utilidades: Bajas por ventas lentas.
- Distribución: Grandes esfuerzos para ganar mercado.
- Publicidad: Constante para dar a conocer las características del producto.

1.5.2 Crecimiento: Se desea que la aceptación del producto a través de su etapa de iniciación y de su publicidad constante, satisfaga y genere una necesidad y aceptación en el cliente, que proporcione un crecimiento mejor de las ventas en el mercado. Periodo planeado para 24 meses.

CARACTERÍSTICAS:

- Ventas: Rápido crecimiento
- Costos: Disminución por incremento de ventas y producción en escala
- Utilidades: Se perciben con mejoría.
- Precios: disminución por ventas y producción alta.
- Competidores: Incrementándose
- Publicidad y promoción con énfasis en la marca.

1.5.3 Madurez: Participación importante en el mercado se pretende que el producto se establezca y mantenga en esta etapa por largo tiempo, ya que ha logrado unas ventas constantes, sosteniéndolas a través de publicidad y degustaciones, haciendo énfasis en su nuevo sabor.

CARACTERÍSTICAS:

- Las ventas aumentan y disminuyen según las condiciones económicas generales.
- Cambios en el producto de mejoramiento.
- Difícilmente ingresan competidores y los débiles comienzan a retirarse.
- Mercado altamente segmentado.
- Lealtad hacia la marca.
- Intensificación de promoción, publicidad y distribución.

1.5.4 Declinación: La rotación y participación en el mercado puede verse afectada por competidores superiores mediante productos sustitutos o directos a menor costo, por lo cual se plantea la renovación del producto mediante una línea de empaque diferente, publicidad constante, un menor valor para el cliente a través de ofertas.

CARACTERÍSTICAS:

- Disminuyen notablemente las ventas por la competencia.
- Esfuerzos de promoción y publicidad vuelven hacer énfasis en el producto.
- Los precios fluctúan.
- Disminuye número de puntos de ventas.

1.6 FORMULA QUÍMICA:

La fórmula para elaborar un kilo de Bocadillo de Café es la siguiente:

HARINA DE ARROZ	45% de 1 kilo
SACAROSA	43% de 1 kilo
JARABE DE AZÚCAR INVERTIDO	5% de 1 litro
CAFÉ	5% de 1 libra
PECTINA	2% de 100 gramos

1.7 CARACTERÍSTICAS INTANGIBLES:

Resaltan sus propiedades nutricionales, los costos en comparación con los beneficio y conservación de una tradición en el consumo de café.

1.8 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

Es habitual o de conveniencia ya que éste requiere de un mínimo esfuerzo para su compra; es popular, ya que este esta dado para todos los estratos; de alta rotación ya que es un gusto preferencial; de elección por su sabor, además porque es innovador y de especialidad por ser el único bocadillo a base de café que se encuentra en el mercado.

Además los bocadillos ya son conocidos en el mercado.

1.9 USOS DEL PRODUCTO:

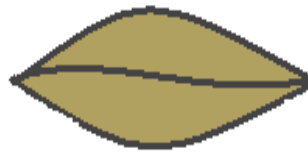
Este bocadillo de café es un producto de consumo inmediato el cual podrá ser utilizado como acompañante, para refrigerios o pasabocas; consumido por personas individualmente, familias, grupos, empresas, etc.

1.10 OTROS ELEMENTOS DEL PRODUCTO

1.10.1 Etiqueta

La etiqueta constará de 2 partes.

La parte delantera, se identificará el nombre del producto, contenido y slogan.



BOCAFE

500 gramos

“todo el sabor de un buen
café en su paladar”

En la parte trasera, se describirá, sus ingredientes, fecha de elaboración y vencimiento, contenido vitamínico y nombre de la Empresa y dirección.

Al igual que su correspondiente registro sanitario.

INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ

INGREDIENTES

AZÚCAR, CAFÉ, HARINA DE ARROZ Y PECTINA

REGISTRO No 152842 invima

L.S.F. III L 170-11-007-96

VENCE 30/11/2003

1.10.2 Envase: empaque de cartón y plástico de celofán impermeabilizado, producido principalmente para protegerlo de agentes contaminantes, ya que el corriente permite el envejecimiento y la absorción de agua, acortando la vida útil del producto

Propiedades: Acabado brillante.

Alta resistencia al impacto.

Resistencia al freón. (Apto para refrigeración.)

Buena capacidad de termo formado.

1.10.3 Marca BOCADILLO DE CAFÉ **“BOCAFÉ”**

1.10.4 Slogan **“TODO EL SABOR DE UN BUEN CAFÉ EN SU PALADAR”**

1.11 NORMAS TÉCNICAS Y CALIDAD

Para el presente proyecto se contemplan las siguientes normas, las cuales están en ejecución:

1. Permiso de Secretaría de Gobierno sobre uso del suelo conforme, lo cual está dado en la adecuada ubicación de la planta productora, analizando sus alrededores; ya que no pueden haber depósitos de basuras, cañerías, estanques, entre otros.
2. Certificado de Cámara de Comercio
3. Revisión de Secretaría de Gobierno de toda la planta productora, para emitir un concepto sanitario de vigilancia y control. Para ello adecuamos toda la infraestructura de la planta acorde a las exigencias de sanidad.
4. Licencia del producto con el invima, para ello el producto debe estar debidamente etiquetado con: marca, dirección de la planta productora, fecha de elaboración y vencimiento, ingredientes, contenido y valor nutricional.
5. Capacitación ante el Ministerio de Salud, sobre manipulación de alimentos.

1.12 EXIGENCIAS DE TIPO LEGAL: El producto que se va a elaborar está soportado por una Empresa legalmente constituida, Sociedad de hecho

denominada “Industria Comercial del Café S.A.” la cual posee toda la documentación que exige la Cámara de Comercio y el RUT registrado por la DIAN.

1.13 PRODUCTOS SUSTITUTOS O COMPLEMENTARIOS:

Nuestros productos tienen su competencia directa a través del bocadillo de guayaba o de arroz, encontrando en el mercado productos sustitutos y/o complementarios como: panelitas, mermeladas, arequipes, entre otros. Estos son distribuidos por Organizaciones de renombre como son: Alpina, bocadillos de Risaralda, Dulces del Valle, California, Nestlé, entre otras.

En el mercado actual podemos encontrar variedad de bocadillo; entre ellos están los de guayaba y de arroz. El bocadillo a elaborar innovará en su sabor a café, el cual no se encuentra en el mercado,

2. EL USUARIO O CONSUMIDOR

2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN Y PERFIL DEL CONSUMIDOR

En el estudio de la factibilidad para la producción del bocadillo a base de café, se manejan aspectos culturales y socioeconómicos que identifiquen el perfil del consumidor de acuerdo a cada sector.

El proyecto a desarrollar y los datos contemplados del estudio de la demanda corresponden a l sector urbano de Pereira y Dosquebradas.

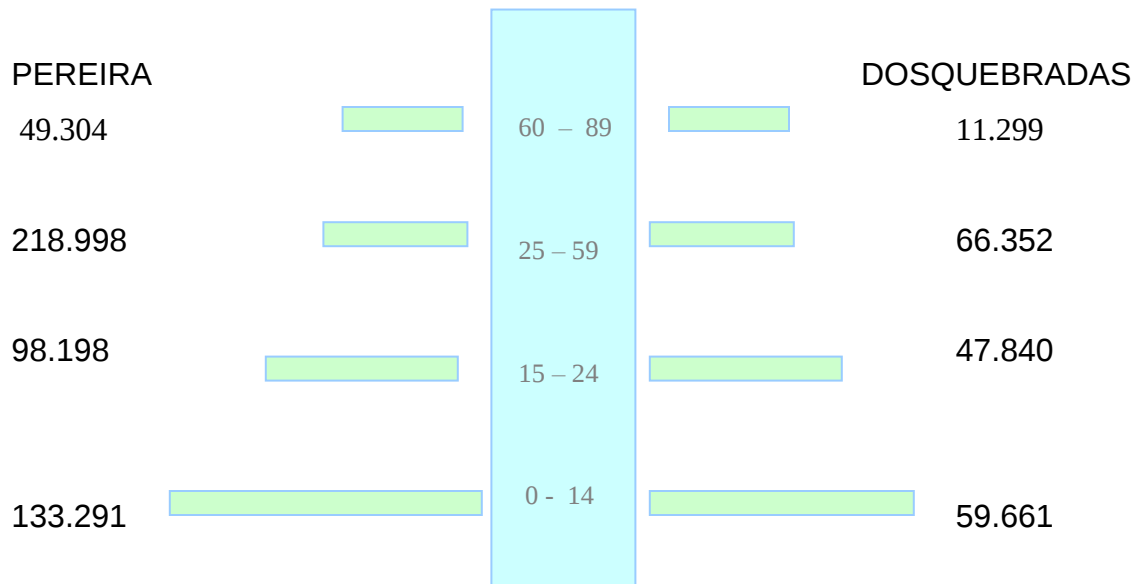
2.1.1. Características culturales y socioeconómicas del consumidor: El producto que se va a elaborar contempla dentro de sus clientes potenciales a todos los habitantes de la ciudad de Pereira y el municipio de Dosquebradas, ya que estos atienden necesidades alimenticias sin importar sexo, nivel educativo, profesión, ocupación, estado civil, ciclo de vida familiar, religión o educación. Con respecto a la edad se puede afirmar que su consumo es corriente en todas las personas a partir de los 3 años de vida.

El producto abarca todos los rangos de edad comprendidos entre 3 y 90 años.

El producto será consumido por toda la familia

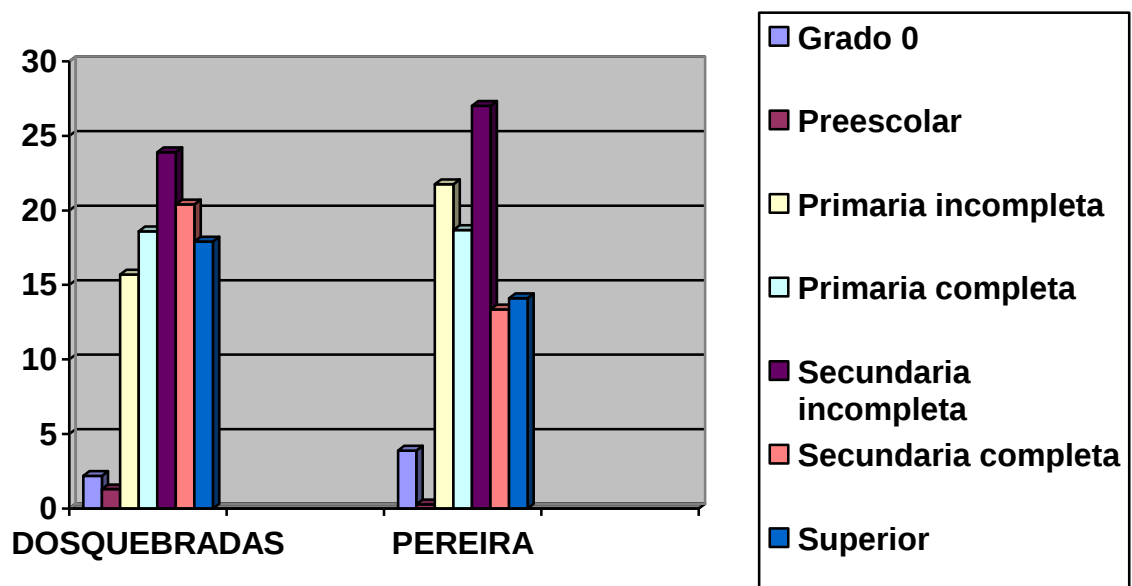
RANGO DE EDAD	DOSQUEBRADAS	PEREIRA
0 – 14	59.661	133.291
15 – 24	47.840	98.198
25 – 59	66.352	218.998
60 – 89	11.299	49.304

PIRÁMIDE DE EDADES



1.1.1 Nivel educativo: Considerando que la cultura esta estrictamente relacionada tanto con la educación como con el grado de desarrollo o subdesarrollo de la sociedad, se analizan niveles culturales diferentes:

NIVEL DE ESCOLARIDAD	% DOSQUEBRADAS	% PEREIRA
GRADO 0	2.2	3.88
PREESCOLAR	1.3	0.28
PRIMARIA INCOMPLETA	15.7	21.76
PRIMARIA COMPLETA	18.6	18.38
SECUNDARIA INCOMPLETA	23.9	27.01
SECUNDARIA COMPLETA	20.4	13.35
EDUCACIÓN SUPERIOR	17.9	14.10



2.1.3. Nivel de ingreso promedio por grupo: Sus ingresos provienen principalmente de salarios devengados. La población económicamente activa (PEA), se encuentra contemplada entre 18 y 60 años de edad:

Población económicamente activa (PEA):	32.52 %
Población Activa Rural (PAR):	5.35 %
Población Incapacitada para trabajar:	2.4 %
Jubilados, pensionados y rentistas:	3.52 %
Estudiantes	36.9 %
Oficios del hogar:	5 %
Otra situación:	6.68 %

La capacidad financiera para cubrir las diferentes necesidades es superior en los padres que en los hijos y estos últimos por lo regular cubren necesidades personales y académicas.

Tenencia de vivienda:

Propietarios 21 %

Arrendatarios 50 %

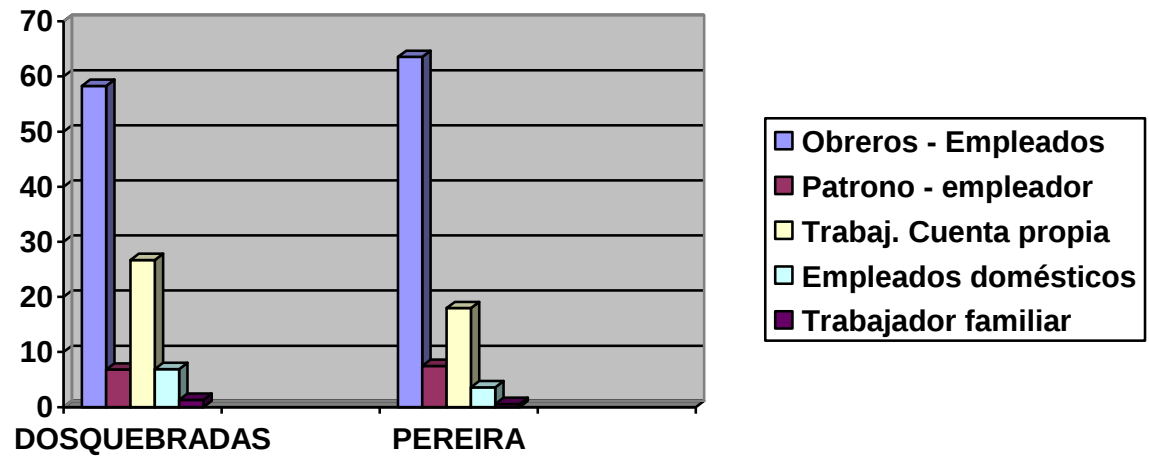
Otro 29 %

Para el estrato 2 y 3 maneja vivienda arrendada en mayor proporción, mientras que el estrato 4 y 5 poseen vivienda propia y manejando una mejor ubicación dentro del área urbana.

ESTRATO	DESDE	HASTA
2	150.000	342.000
3	342.000	580.000
4	580.000	1.600.000
5	1.600.000	2.700.000

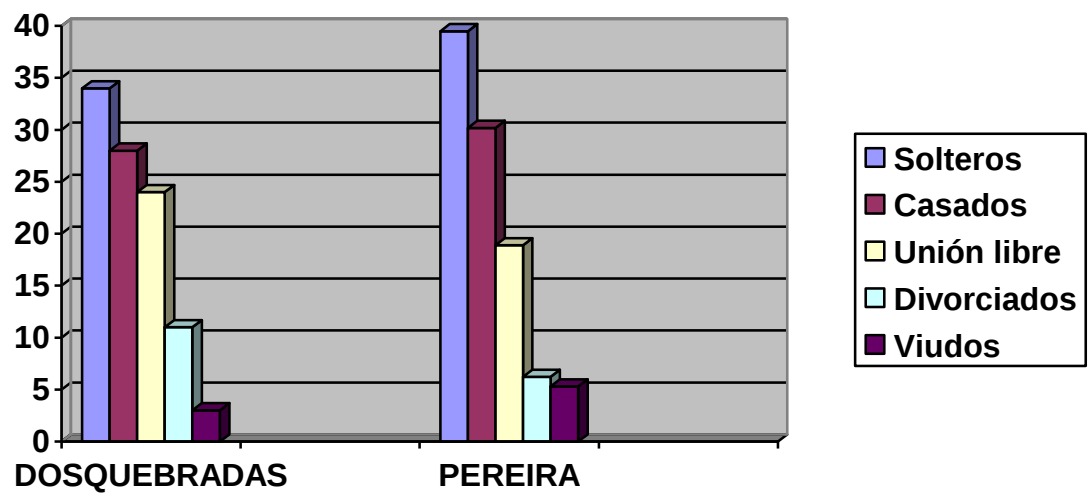
2.1.4. Ocupación

ACTIVIDAD	PEREIRA	DOSQUEBRADAS
OBREROS Y EMPLEADOS	63.55 %	58.3 %
PATRONO – EMPLEADOR	7.47 %	6.8 %
TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA	17.96 %	26.7 %
EMPLEADOS DOMESTICOS	3.60 %	6.9 %
TRABAJADOR FAMILIAR	0.56 %	1.3 %



2.1.5. Estado civil

ESTADO CIVIL	PEREIRA	DOSQUEBRADAS
SOLTEROS	39.50 %	34 %
CASADOS	30.19 %	28%
UNION LIBRE	18.9 %	24%
DIVORCIADOS	6.22 %	11 %
VIUDOS	5.30 %	3 %



2.2. ACTIVIDADES QUE DESARROLLA EL USUARIO O CONSUMIDOR

2.2.1. Pasatiempos y entretenimientos: La población del sector de Pereira y Dosquebradas, además de realizar diferentes ocupaciones, utilizan el tiempo libre en: ver televisión, lectura y deportes, entre los cuales en éste último enunciamos: Gimnasia, Ciclismo, Fútbol, Basketball, Natación; entre otros.

2.2.1.1. Eventos sociales: Realizados por diversas situaciones tanto privadas como públicas.

PRIVADAS: Reuniones familiares en acontecimientos como: bautizos, graduaciones, cumpleaños, primeras comuniones. Y en actividades empresariales como: paseos, conferencias, actividades deportivas, entre otras.

PUBLICAS: Fiestas regionales, que son “fiestas de la cosecha” en Pereira y “fiestas del progreso” en Dosquebradas, actividades deportivas, como son aeróbicos y ciclo vías, actividades políticas.

2.2.1.2. Actividades con la comunidad: Realizadas por diferentes entidades tanto políticas como religiosas.

2.3. INTERESES U OPINIONES

2.3.1. Decisión de compra Se hace por una motivación ante un estímulo publicitario. La compra se realiza al momento de hacer el mercado o en cualquier ocasión, básicamente hecha por los padres quienes poseen poder de compra y decisión como también quien posee unos ingresos fijos, su forma de compra es mediante efectivo, tarjetas débito y crédito.

El mayor impulso de compra es realizado bajo criterios de calidad y precio, por que se esta proporcionando un gusto, una satisfacción o un deseo de un producto diferente, se ha creado ya la necesidad de conocerlo, sus características físicas, ya en el caso de ser un producto con una marca muy conocida se da con mayor frecuencia.

Puede afirmar que su consumo es preferido por aquellas personas que tienen dentro de sus preferencias el café sin importar la edad y el sexo; este producto se orientará a atender la población perteneciente a las clases media baja, media alta, media y alta, con ingresos superiores a medio salario mínimo. Contemplando además a Empresas particulares y estatales en sus diferentes actividades.

El producto será consumido por personas que lo deseen complementar con otros en diferentes momentos del día.

Este producto se pretende posicionar en el mercado de la región, convirtiéndose en gusto preferido en bocadillos por todas las personas del eje cafetero. Se proyecta a largo plazo hacerse conocer en el ámbito nacional y posteriormente en el ámbito internacional.

2.4. POBLACIÓN TOTAL DEL MERCADO OBJETIVO:

DOSQUEBRADAS

El total de la población del municipio de Dosquebradas para el 2003 es de 185.150 habitantes en el área urbana y rural, según datos obtenidos en Planeación Municipal.

TASA DE CRECIMIENTO

POBLACIÓN PROYECTADA HASTA EL 2005

AÑO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
POBLACION TOTAL	168.240	171.630	174.960	178.334	181.738	185.150	188.147	191.909
URBANA	155.029	158.123	161.162	164.241	167.345	160.455	173.152	176.614
RURAL	13.211	13.507	13.798	14.093	14.393	14.695	14.995	15.295

PEREIRA

AÑO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
POBLACION TOTAL	446.231	456.816	467.313	478.001	488.839	499.771	510.739	521.684
URBANA	369.911	378.845	387.712	396.746	405.912	415.163	424.451	433.728

HOGARES POR MUNICIPIO PROYECCION 2000-2005

DOSQUEBRADAS:

Promedio familia por hogar según ICBF: 4.8 personas

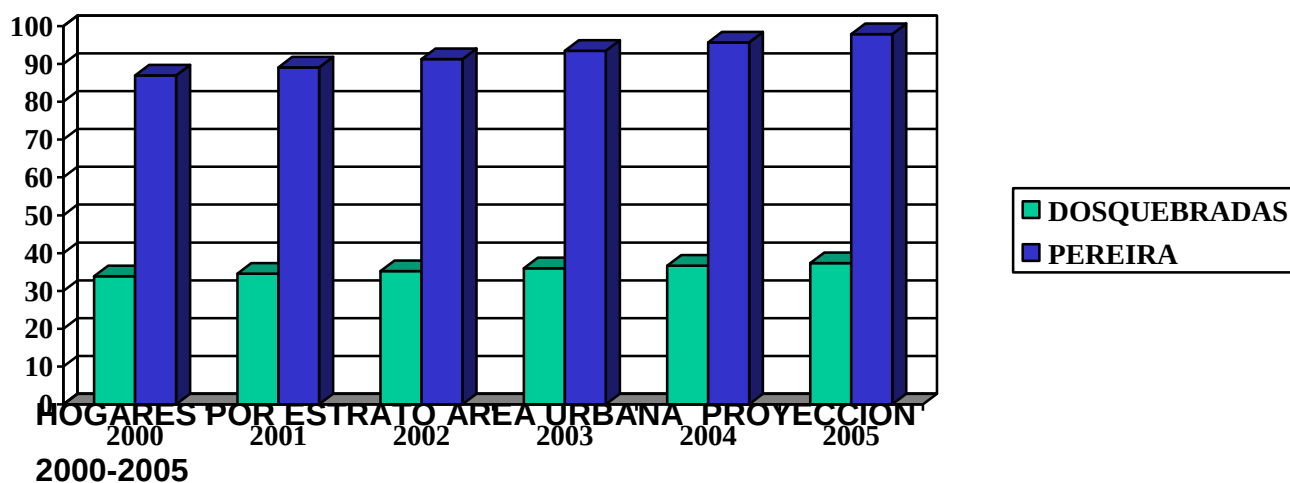
AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005
No FAMILIAS	33.883	34.575	35.274	35.976	36.677	37.372

PEREIRA

Promedio familia por hogar según ICBF: 4.5 Personas

AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005
No FAMILIAS	86.922	89.059	91.230	93.426	95.634	97.846

HOGARES POR MUNICIPIO ZONA URBANA 2000-2005 RISARALDA



DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR ESTRATO

CIUDAD	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	ESTRATO 5	TOTAL
PEREIRA	20.75 %	29.18%	18.37%	10.22%	78.52%
DOSQUEBRADAS	31.2 %	33.98%	7.40%	0.76%	73.34%

TOTAL POBLACIÓN POR ESTRATO

PEREIRA

ESTRATO	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	POBLACION
2	20.75 %	103.702
3	29.18 %	145.833
4	18.37 %	91.808

5	10.22 %	51.077
TOTAL	78.52 %	392.420

Numero de familias (Promedio 4.5 personas por familia)

TOTAL HOGARES 87.204

DOSQUEBRADAS

ESTRATO	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	POBLACION
2	31.2 %	57.767
3	33.98 %	62.914
4	7.40 %	13.701
5	0.76 %	1.296
TOTAL	73.34 %	135.678

Numero de Familias (Promedio 4.8 personas por familia)

TOTAL HOGARES 28.266

3. DELIMITACION Y DESCRIPCION DEL MERCADO

3.1 DELIMITACION DEL AREA GEOGRAFICA:

La delimitación del área geográfica de la región cafetera, son los Departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda, dándole importancia y viabilidad a esta ultima región para el desarrollo del posible proyecto; en especial en la ciudad de Pereira.

Risaralda es un territorio de una amplia oferta ambiental que surge de su biodiversidad andina y del pacifico, el 40% de la superficie tiene bosques primarios y secundarios, de ellos el 20% esta como un sistema departamental de Áreas protegidas, corazón verde de Colombia, con un valor agregado como lo es el cultivo de Café, generador de ingresos para un grupo importante de la población.

Esta región se caracteriza por su topografía montañosa, buena calidad de suelos para la producción de café, riqueza en recursos hídricos, por la industrialización de otros productos, ya que en éste territorio está localizadas importantes fábricas. La mayoría de la población se dedica a laborar en dichas fábricas, almacenes y en la actividad de construcción que ha sido muy intensa en los últimos años. Su clima es templado y presenta fuertes variaciones o cambios de temperatura aproximadamente entre 18 y 24 grados centígrados.

Los servicios de acueducto, alcantarillado, energía eléctrica y redes telefónicas cubre tanto la zona urbana como rural, dejando a ésta última en un 10% sin redes telefónicas.

Esta región presenta características socioculturales en gustos y preferencias homogéneas, determinadas por las variables del clima y topografía

3.1.1 Su clima: con precipitación de lluvias, estaciones meteorológicas existentes en el departamento, las isohelias o líneas brillo solar y los pisos térmicos.

El clima es templado y presenta fuertes variaciones o cambios de temperatura.

3.1.2 Su economía básicamente proviene de los principales productos agrícolas de la región como son el café, plátano, yuca y verduras.

Siendo la caficultura una de las actividades con mayor potencial de contribución al desarrollo regional y nacional con un aporte del 27.55% por su amplísima base social por la cantidad de empleo que genera, por las organizaciones que lo conforman y por las instituciones que la gobiernan.

El cultivo del café es factible entre 200 y 2000 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura entre 17 y 23 grados centígrados, los mejores suelos deben ser permeables, sueltos, ricos en cal, nitrógeno, fosfato y potasa.

Con dos variedades como el café de sombrero y la variedad caturro mas resistente al sol y se cosecha con mas rapidez.

Los departamentos de Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío, Valle y Tolima muestran las mayores transformaciones tecnológicas.

La producción cafetera en su mayoría se exporta a Estados Unidos, Alemania, Noruega, Dinamarca, Finlandia, Suecia y Holanda.

Análisis realizados por la Federación Nacional de Cafeteros demuestran que el consumo de café por parte de los colombianos es bajo.

Fuente: Encuesta de Cafeteros. Comité del Risaralda.

3.2 DESCRIPCION DE CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA

infraestructura vial: Pereira y Dosquebradas forman parte de la región Centro occidente del país, lo cual indica que su ubicación es estratégica en telecomunicaciones, autopistas y carreteras, tránsito masivo, aeropuerto, obras eléctricas, de gas, acueducto y alcantarillado; permitiendo una canalización del transporte de carga y público intermunicipal y nacional impidiendo su mezcla inadecuada con el sistema urbano – rural, excluyendo vehículos de alto tonelaje que solo entraran al perímetro urbano de acuerdo con la reglamentación que establezcan las dependencias de Planeación y Tránsito municipal. Cabe anotar que de acuerdo a lo anterior existe una alta intercomunicación con el nor occidente, centro y sur occidente del país.

Principales vías de Pereira y Dosquebradas:

Doble calzada Armenia, Pereira, Manizales (Autopista del Café); tiene como objetivo la descongestión de las vías, integración de Áreas metropolitanas, promoción turística de occidente colombiano, ahorro en costos de operación y en el tiempo de transporte.

Doble calzada Pereira, Cartago, La Paila, Armenia Calarcá: Su objetivo es mejorar y construir la vía mediante el sistema de concesión, generar el desarrollo económico mejorando la conexión entre el eje cafetero y el valle del cauca, optimizando la salida al puerto de Buenaventura.

Troncal de Occidente: Comprende Vía la Romelia el Pollo, vía La Romelia Boquerón con Conexión con santa Rosa de Cabal.

4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.1. PROCESO PARA EL ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1.1 Evolución histórica de la demanda

COMPORTAMIENTOS HISTORICO DE LA DEMANDA REGIONAL

Según datos obtenidos en el DANE en la actualidad no existe una estadística sobre el consumo del bocadillo de café, ya que estas no se realizan por censo sino por muestra y todos no están en la muestra, en Risaralda se analizan todo el sector de alimentos en general y no específicos, para conocer la representabilidad a nivel nacional y se eligen solo algunas empresas de alimentos para la muestra, por lo tanto se plantea una muestra piloto por telemercadeo para analizar su posible consumo sobre todo en el nuevo sabor a café, analizando el comportamiento del sector.

En el estudio de mercado correspondiente al proyecto de factibilidad para el montaje de Industria Comercial del Café, la cual se dedicará a la producción de derivados de café en el ámbito local. Se realizó la investigación sobre la existencia de industrias productoras de derivados de café y bocadillos en el municipio de Dosquebradas y Pereira, y se analizo a través de fuentes como la Cámara de comercio, que solo existen dos registradas así : en Dosquebradas solo una a nombre del Sr. Wilson Mario García denominada BOCADILLOS , comercia

al detal bocadillos y sus derivados, su licencia con apertura en el año 2000 y actualmente esta renovada el día 26 de octubre del presente año hasta el mes de marzo del año próximo y en Pereira : Bocadillos del Risaralda sin conocer sus datos concretos , pero a partir del 2000 se empiezas a presentar pequeños productores informales de arequipe de café, de igual manera otros productos como la mermelada, yogurt y gelatina se encuentran en este mercado, ubicándose sus plantas productoras en otra zona, Por lo tanto, nuestro producto que es el bocadillo es innovadora en sabor, pero en relación con la competencia directa que son todas los dulces encontramos que si existen empresas piratas que no están constituidas legalmente y producen bocadillos en la región, pero no de café.

4.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Consiste en realizar una encuesta entre las familias para los estratos 2,3, 4 y 5, donde se analizara la aceptación del bocadillo a base de café, gustos y preferencias de los consumidores dadas a través de la mezcla de mercados, cantidades consumidas por familia y su correspondiente ingreso.

4.2.1 Análisis de la elasticidad de la demanda: En la mayor parte de los productos la elasticidad de la demanda es positiva, lo cual indica que a medida que se presenta un desarrollo de la economía y se incrementan los ingresos nacionales, la demanda por los bienes y servicios también aumenta, en proporción al tamaño del coeficiente de elasticidad.

4.2.2. Análisis de la proyección de la demanda y la oferta: En nuestra empresa Industria comercial del Café, durante la proyección, se encontró los siguientes índices para algunas variables de dicho mercado:

Tasa de Crecimiento anual de la población:

Tasa de Crecimiento real del ingreso per cápita:

4.3. MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo para la Industria comercial del café, en la realización del bocadillo de café, abarca inicialmente el territorio de Pereira y Dosquebradas en el departamento de Risaralda, la cual forma parte de la región cafetera

4.3.1. Segmento objetivo: Nuestro mercado objetivo inicial es la población de Dosquebradas y Pereira, y siendo su segmento objetivo los estratos 2, 3, 4 y 5. El producto basado en café, contempla a todas las personas como posibles consumidoras, haciendo énfasis en la población que actualmente labora en los estratos 2, 3, 4 y 5, ya que ellos poseen ingresos mensuales fijos, teniendo la facilidad para adquirir nuestros productos, la otra población restante también se contempla, pero estas están sujetas a ingresos restringidos.

4.4. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO

4.4.1. Tipo de demanda: De acuerdo al análisis anterior y según datos arrojados en la muestra piloto de telemarketing se afirma que en el mercado del bocadillo se encuentra una demanda satisfecha no saturada, por lo cual se puede hacer crecer el mercado, ya que la publicidad actual del bocadillo es deficiente.

En la elaboración del proyecto se pretende mediante la innovación en el sabor de café, la producción de un bocadillo, además de una publicidad constante, ofertas y promociones que incrementen su consumo.

4.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

4.5.1 Fuentes primarias: Se plantea la realización de una encuesta para cuantificar y cualificar la aceptación del producto en el segmento escogido.

4.5.2. Fuentes secundarias: Siendo las empresa productoras quienes poseen un dato real sobre su consumo, y por no ser de fácil acceso por la competencia, se obtendrán estos datos en los supermercados y mini mercados.

4.5.3. Tabulación de fuentes primarias: A través de una encuesta para el segmento objetivo siendo el estrato 2, 3, 4 y 5 de toda la población de Dosquebradas y Pereira, se analizara la acogida y aceptación que tendrá el bocadillo de café en los posibles clientes potenciales.

4.5.4. Procesamiento y análisis de la información

Tabulación de la encuesta:

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR ESTRATO

CIUDAD	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	ESTRATO 5	TOTAL
PEREIRA	20.75 %	29.18%	18.37%	10.22%	78.52%
DOSQUEBRADAS	31.2 %	33.98%	7.40%	0.76%	73.34%

Total Población por Estrato

PEREIRA

ESTRATO	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	POBLACION
2	20.75 %	103.702
3	29.18 %	145.833
4	18.37 %	91.808
5	10.22 %	51.077
TOTAL	78.52 %	392.420

Numero de familias (Promedio 4.5 personas por familia)

TOTAL HOGARES 87.204

DOSQUEBRADAS

ESTRATO	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	POBLACION
2	31.2 %	57.767
3	33.98 %	62.914
4	7.40 %	13.701
5	0.76 %	1.296
TOTAL	73.34 %	135.678

Numero de Familias (Promedio 4.8 personas por familia)

TOTAL HOGARES 28.266

4.6. MUESTRA AMPLIADA:

Comportamiento de la población

ESTADÍSTICOS:

Desviación Estándar: Por defecto

P : Probabilidad en el rango

Q: Probabilidad que no esta en el rango

Pereira:

P : 0.5 %

Q : 0.5 %

Desviación Estándar = S = P X Q

S = 0.5 % x 0.5 % = 0.25 %

Nivel de Confianza : Z = 95 %

Z = 1.96

Error de estimación:

Error Muestral : 3 %

MUESTRA: FORMULA

$$N = \frac{S^*}{\frac{E^*}{Z^*} + \frac{S^*}{N^*}}$$

N = Tamaño Muestral

E = Error Muestral

S = Desviación Estándar

S*= Varianza

Z = Nivel de Confianza

N = Población

$$N = \frac{0.25^*}{\frac{0.03^*}{1.96^*} + \frac{0.25^*}{87204}}$$

$$N = \frac{0.0625}{\frac{0.0009}{3.8416} + \frac{0.0625}{87204}}$$

$$N = \frac{0.0625}{0.0002342 + 0.0000007167}$$

$$N = \frac{0.0625}{0.0002345}$$

N = 266 Numero de encuestas a realizar

DOSQUEBRADAS

Comportamiento de la población

ESTADISTICOS:

Desviación Estándar: Por defecto

P : Probabilidad en el rango

Q: Probabilidad que no esta en el rango

P : 0.5 %

Q : 0.5 %

Desviación Estándar = S = P X Q

S = 0.5 % x 0.5 % = 0.25 %

Nivel de Confianza : Z = 95 %

Z = 1.96

Error de estimación:

Error Muestral 3 %

MUESTRA

$$N = \frac{S^*}{E^*}$$

$$\frac{E^*}{Z^*} + \frac{S^*}{N^*}$$

N = Tamaño Muestral

E = Error Muestral

S = Desviación Estándar

S* = Varianza

Z = Nivel de Confianza

N = Población

$$N = \frac{0.25^*}{\frac{0.03^*}{1.96^*} + \frac{0.25^*}{28266}}$$

$$N = \frac{0.0625}{\frac{0.0009}{3.8416} + \frac{0.0625}{28266}}$$

$$N = \frac{0.0625}{0.0002342 + 0.000002211}$$

$$N = \frac{0.0625}{0.0002364}$$

N = 264 Numero de encuestas a realizar

4.7. Encuesta aplicada

La encuesta procura cuantificar y cualificar el comportamiento de la población con respecto a la aceptación del producto, para lo que se estructura la encuesta, como sigue:

- Evaluación del producto básico
- Evaluación del producto ampliado
- Frecuencia de consumo
- Lugar de compra
- Mezcla de mercadeo

La encuesta se efectuó acudiendo al sector residencial de los estratos 2,3 ,4 y 5 en las poblaciones mencionadas, entrevistando cuando fue posible al grupo familiar.

Se realizaron 283 encuestas así:

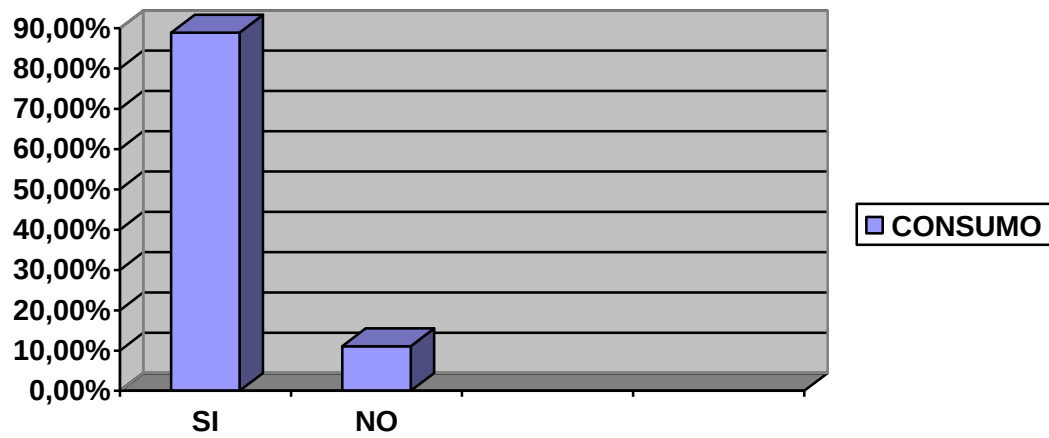
Ciudad	MUESTRA
PEREIRA	266
DOSQUEBRADAS	264
TOTAL	530

Resultados de la encuesta:

a) consume de productos a base de café :

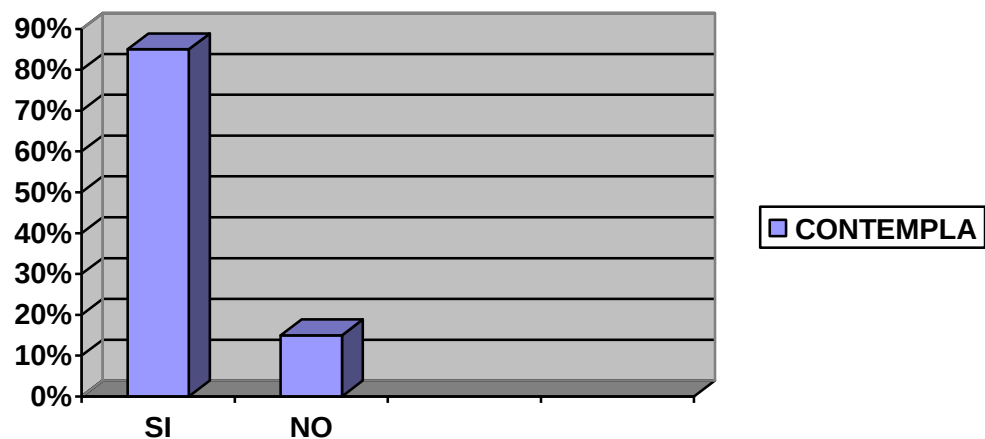
Del total de la encuesta el 88.9 % reconoció consumir el producto

SI	471	88.9 %
NO	59	11.1 %
TOTAL	530	100%



b) Contempla dentro de su canasta familiar el café :

SI	450	85 %
NO	80	15 %
TOTAL	530	100 %

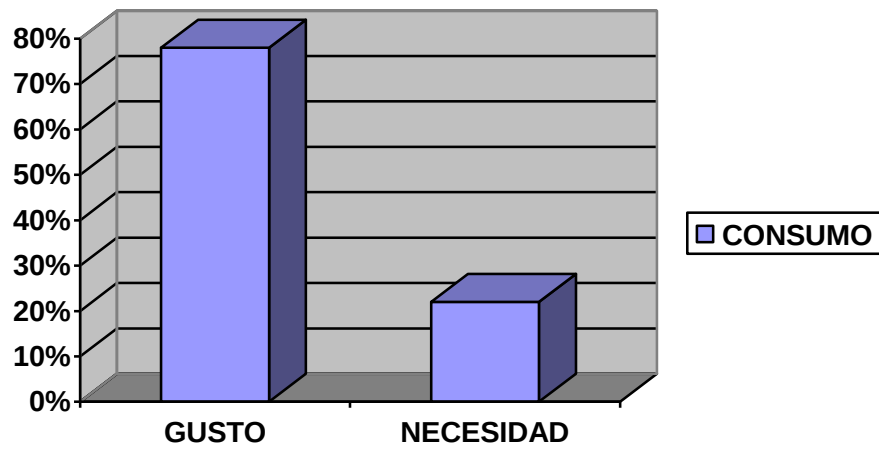


Motivos para su compra y uso: tradición, costumbre y deseo constituye el mayor motivo para la compra del producto, razón que debe estar exaltada en la campaña de mercadeo

c) Consume bocadillo en sus comidas :

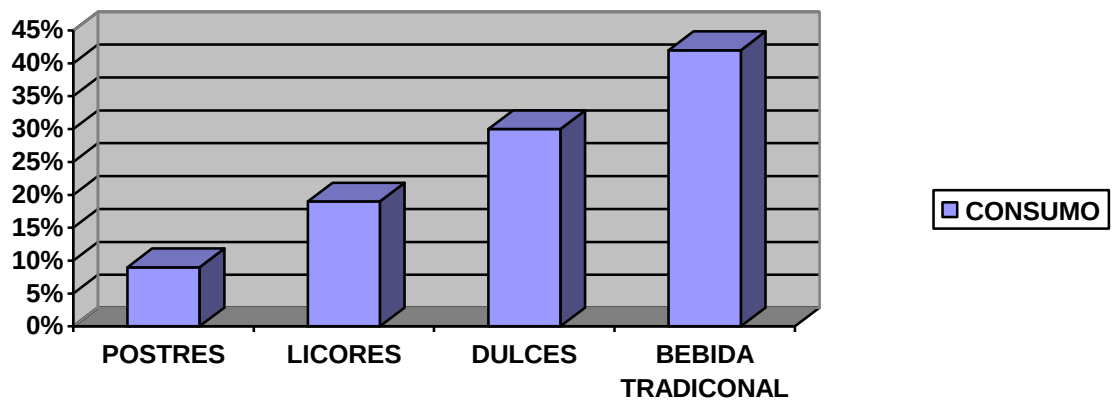
Se interpreta que el consumidor final, percibe como gusto consumir el bocadillo como acompañante para otros alimentos.

GUSTO	413	78 %
NECESIDAD	117	22 %
PRECIO	0	0
PUBLICIDAD	0	0
TOTAL	530	100 %



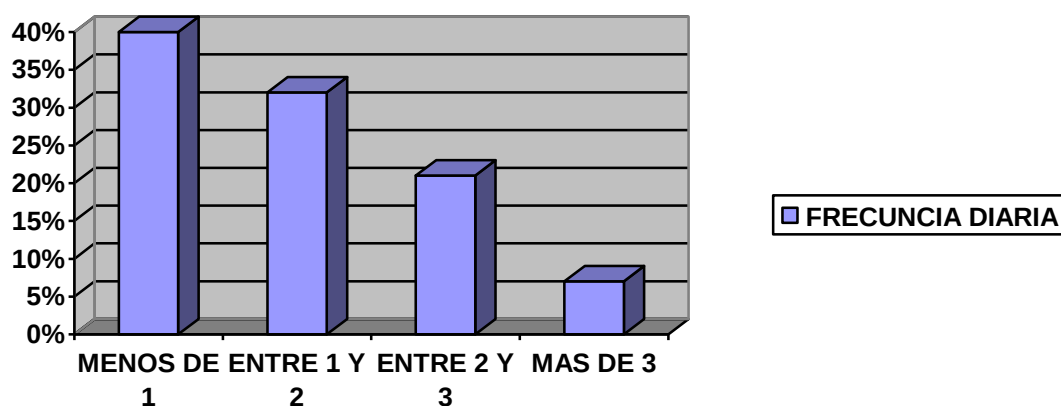
d) Como consume el café : El mayor consumo se emplea en la bebida tradicional

POSTRES	48	9 %
LICORES	101	19%
DULCES	159	30 %
BEBIDA TRADICIONAL	222	42 %
TOTAL	530	100 %



e) Consumo diario del bocadillo :

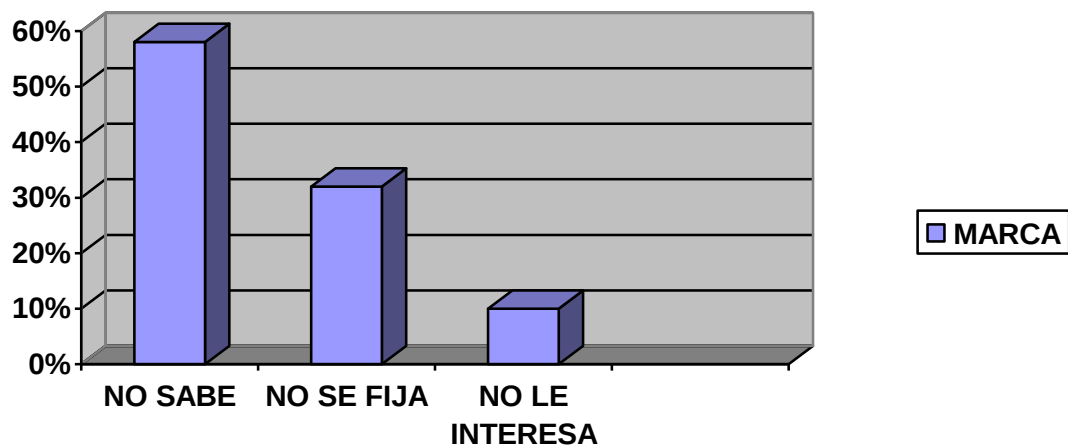
MENOS DE 1	212	40 %
ENTRE 1 y 2	170	32 %
ENTRE 2 y 3	111	21 %
MAS DE 3	37	7 %
TOTAL	530	100 %



Unidades consumidas en el hogar diariamente, en la presentación promedio de 5 grs por unidad

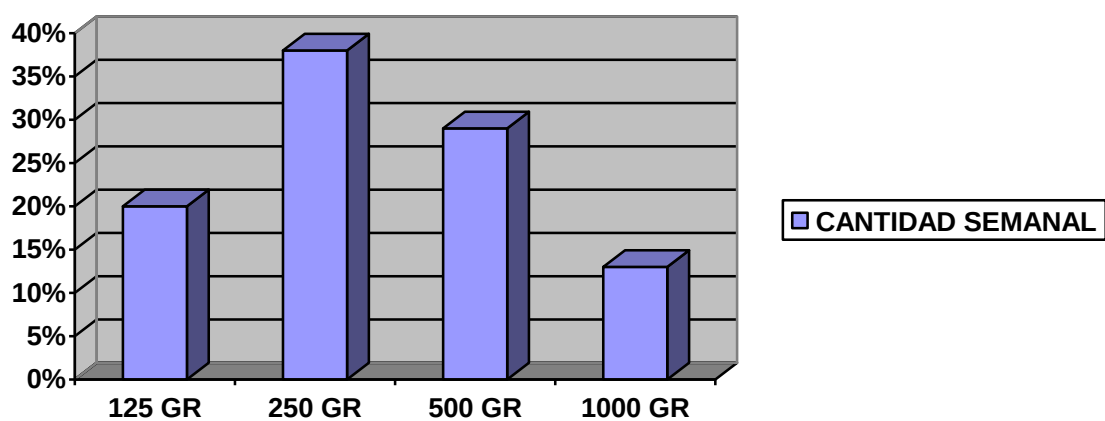
f) Que marca de bocadillo prefiere: el preferido es el veleño, sin conocer su marca comercial

NO SE FIJA	170	32 %
NO SABE	307	58 %
NO LE INTERESA	53	10 %
TOTAL	530	100 %



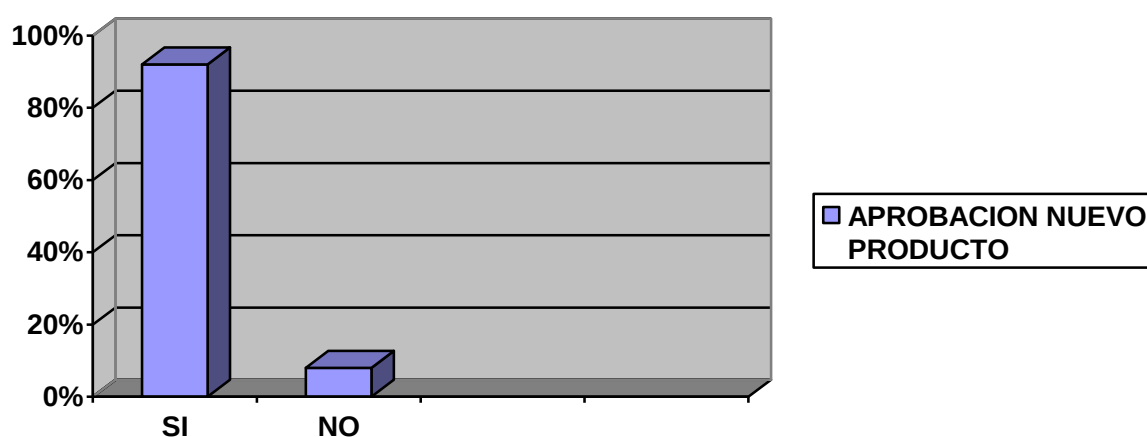
g) Cantidad Consumida semanal del café : se demanda ampliamente la presentación por 250 gms, seguida por las presentaciones de 125 y 500 gramos

125 gramos	106	20 %
250 gramos	201	38 %
500 gramos	154	29 %
1000 gramos	69	13 %
TOTAL	530	100 %



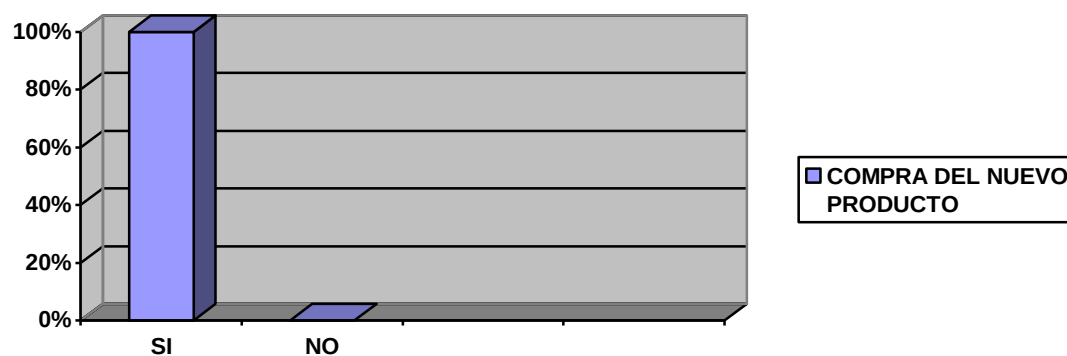
h) Aprobación del nuevo producto: los potenciales consumidores manifiestan estar interesados en conocer el bocado que evaluamos, con la condición de tener igual calidad a las marcas existentes, y un precio moderado

SI	488	92 %
NO	42	8 %
TOTAL	530	100 %



i) Deseo de compra del nuevo producto

LO COMPRARIA	530	100 %
NO LO COMPRARIA	0	0 %
TOTAL	530	100 %

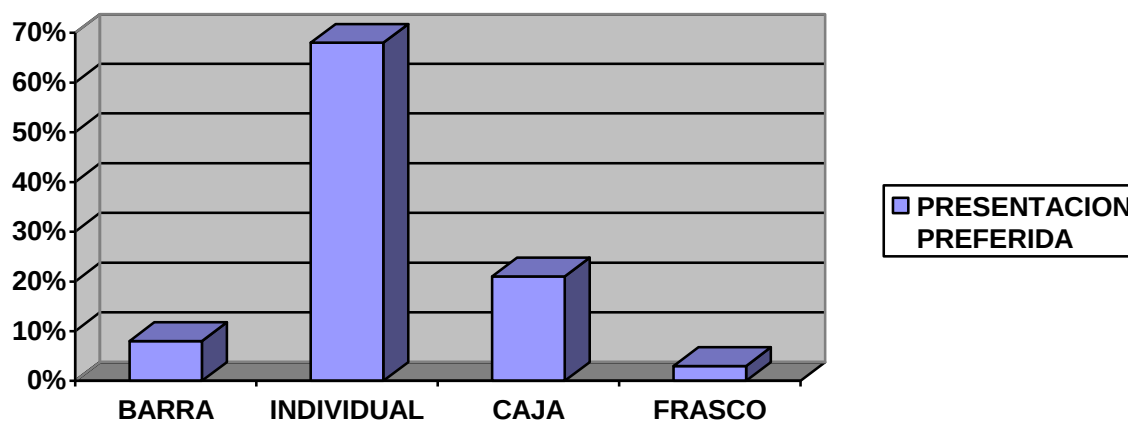


los

consumidores finales, plantean su intención de compra del producto presentado

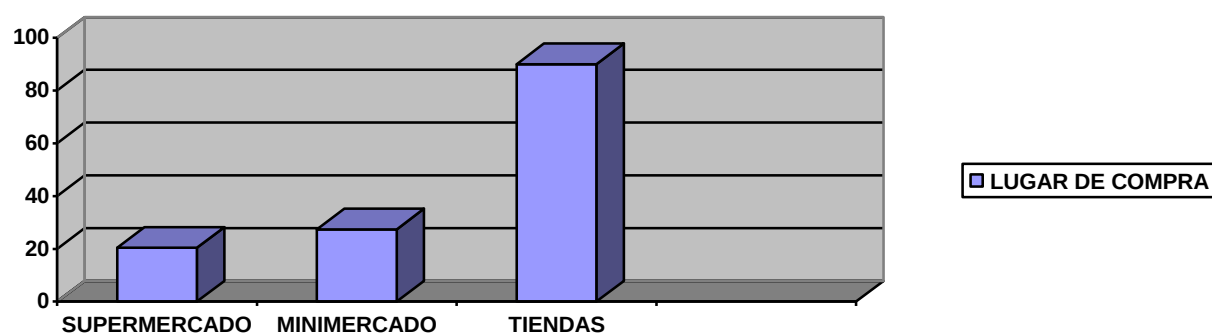
j) Presentación preferida: se demanda ampliamente la presentación individual, seguida por la caja y la barra

BARRA	42	8 %
INDIVIDUAL	360	68 %
CAJA	111	21 %
FRASCO	17	3 %
TOTAL	530	100%



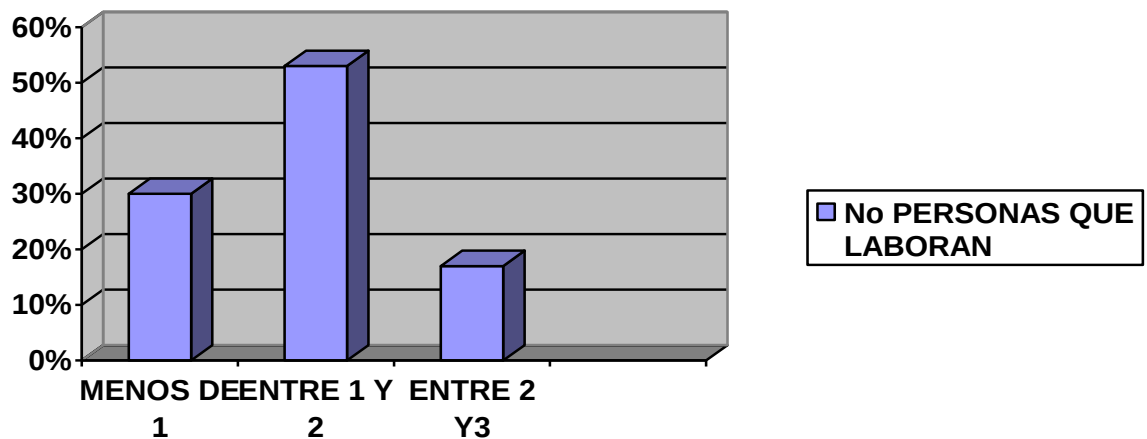
k) distribución : lugar de compra, el consumidor final realiza la compra generalmente en un supermercado o un minimercado

SUPERMERCADO	350	66 %
MINIMERCADO	159	30 %
TIENDA DE BARRIO	21	4 %
TOTAL	530	100 %



Personas que laboran en el hogar: para un resultado de 1 y 2 promedio

MENOS DE 1	159	30 %
ENTRE 1 y 2	281	53 %
ENTRE 2 y 3	90	17 %
TOTAL	530	100 %



Dentro de los sitios de compra preferidos por los encuestados sobresalen los supermercados atribuido principalmente a la comodidad y el tiempo que implica ir a las plazas de mercado, aunque son conscientes de los mayores precios.

Destacándose el café en la región, la mayoría de las personas no lo contemplan en su uso tradicional como es el “tinto”, ya que éste posee un sabor amargo, pero si se consume en productos dulces (arequipes, yogures, bananas cofeeligth, café gourmet y licores siendo ésta gama en pequeña proporción). Por ello, nuestro objetivo contempla la posibilidad de ampliar ésta gama a través de la innovación de otros productos derivados del Café, para lo cual pretendemos con nuestro Proyecto la elaboración de un bocadillo de café.

Como conclusión final y de acuerdo a los resultados arrojados por la encuesta, vemos que el bocadillo es un producto de alta aceptación dentro de las familias, al ser novedoso por su sabor a café, por lo tanto la viabilidad del producto es positiva.

5. ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL PRODUCTO

La oferta del producto se calculo a partir de una encuesta a los distribuidores, donde se identificaban las características de los competidores y el volumen de ventas en el mercado, obteniendo los siguientes resultados:

5.1. PERFIL DE LA COMPETENCIA

Nombre y Ubicación de los competidores:

- *DON JOSE y DON JULIO producen en SABANETA, MEDELLÍN
- *ARO, MACRO DE COLOMBIA en MEDELLÍN
- *FRUTAL en SANTA FE DE BOGOTA
- *LA DELICIA en SANTA FE DE BOGOTA
- *FRUGY en MANIZALES, CALDAS
- *BOCADILLOS RISARALDA en PEREIRA
- *VELEÑO en FUNZA, CUNDINAMARCA
- *EL CARIBE de MEDELLÍN
- *RICAFRUTA TIPO SÁNDWICH de FUNZA
- *DULCES DEL VALLE elaborados en BUGA, VALLE
- *EL PUMA
- *EL REY
- *EL FORTÍN, marca propia, ELABORADO PARA DISCONFITES POR CALLE 60 SUR # 43ª141 SABANETA, ANTIOQUIA.

* COMFAMILIAR Risaralda, marca propia elaborado en Pereira y control por la Universidad Tecnológica de Pereira.

*BOMBAY

*LA PRICESA

Los establecimientos encuestados:

- Supermercado Hogar
- Olímpica
- Mercamás
- Comfamiliar
- Macro de Colombia
- La Catorce

A través de la encuesta realizada a los principales distribuidores de bocadillos en supermercados y tiendas de cadena asociadas, representados por sus jefes de compras, administradores y gerentes en la ciudad se pudo concluirse lo siguiente:

5.1.1 Marcas comercializadas: la totalidad de los encuestados comercializa entre 8 y 14 marcas

5.1.2 Participación: En el volumen comercializado se destaca Industria del caribe en su presentación de 250 grs bloque y caja por 36 unidades frente a las marcas restantes con una participación del 27.5% del mercado.

5.1.3 Distribución: para el caso de los supermercados la comercialización del producto es realizada directamente por el productor, en un 100%.

5.1.4 Modificaciones: o cambios sufridos por el producto durante los últimos años: han sido solo en cambios de presentación física como el empaque antes era de madera y ahora son de cartón o solo plástico.

No utilizan mercaderistas, ni muestras gratis, son productos que se consumen por tradición, además son realizados por pequeños microempresarios no se manejan estos servicios por sus costos.

Principales presentaciones de bocadillo comercializadas en la actualidad ámbito nacional

Nombre del producto	Presentación	Precio mayorista o distribuidor	Precio Público o detallista	Precio al importador extranjero
Bocadillo extrafino	Caja X 18 Unidades	2250	2500	6500
Bocadillo corriente	Caja por 36 Unidades	2250	2500	No se exporta
Tume relleno de arequipe	Bolsa por 10 Unid.	1800	2000	No se exporta
Tume corriente	Bolsa por 10 unid.	910	1000	No se exporta
Dedillo o trocillo	Bolsa por 10 unid.	1080	1200	No se exporta
Lonja especial	Bloque	1080	1200	No se exporta
Lonja Corriente	Bloque	630	800	No se exporta

Fuente: estudio UCC 2001

Para estos productos existe variedad en cuanto al número de unidades contenidas en un empaque , existiendo otro tipo de presentaciones a partir de la combinación de bocadillo rojo con blanco y con marqueta, pero los más reconocidos y comercializados en volumen son los anteriormente referenciados.

Estas presentaciones están estrechamente relacionadas con las épocas de producción y elaboración del bocadillo que tienen que ver con las épocas de producción de la guayaba, así en época de mayor cosecha se elabora por ejemplo mayor cantidad de lonja y bloque debido a su duración porque no va combinado con productos elaborados con leche.

5.2 OFERTA ACTUAL: Bocadillos encontrados en el mercado local

- *Don JOSE, Don JULIO- trocitos por 500 grs \$ 3750 sabaneta, Medellín
- *ARO, MACRO de COLOMBIA 1200 grs \$4990
- *FRUTAL lonja combinada \$ 6390 Bogota
- *FRUTAL JALEA CAJA X 700 grs \$ 4990
- *LA DELICIA trocitos por 20 unidades \$ 2700 Bogota
- *FRUGY caja por 15 unid \$ 1210 Manizales, Caldas
- *Risaralda lonja por 500 grs \$ 2750 Pereira
- *VELEÑO por 500 grs \$ 2490 Funza, Cundinamarca
- *EL CARIBE por 500 grs \$ 2150 Medellín
- *RICAFRUTA tipo sándwich \$ 2470 Funza

- *DULCES DEL VALLE combinado por 420 grs \$ 5220 Buga, Valle
- * " : por 210 grs \$ 2900
- * " : lonja por 600 grs \$ 3600
- *EL PUMA : lonja por 500 grs \$ 1600
- *EL REY: x 18 unid : \$ 2840
- *EL FORTÍN, elaborado para DISCONFITES por calle 60 sur # 43^a141 sabaneta, Antioquia.

La distribución esta dada a través de productores mayoristas y minoristas a través de supermercados, tiendas, minimercados, almacenes de cadena, los cuales llevan el producto al consumidor final.

6. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

6.1. CRITERIOS PARA DETERMINAR LOS PRECIOS-COSTOS DE PRODUCCIÓN

6.2. COSTOS DE LOS INSUMOS

De acuerdo con la facilidad que se obtiene el insumo principal en la región el café, su costo es relativamente bajo. De igual manera los demás por la cercanía con las plantas productoras como el ingenio Risaralda, Químicos Pereira y Arroz nacar, coadyuvan a la formación del precio de una manera acorde mas favorable.

6.3 LA COMPETENCIA:

En Dosquebradas y Pereira ya se comercializan otros derivados del café con unos costos muy altos en el mercado, nuestra empresa entrará a competir con productos de menor o igual valor que los de la competencia para motivar la compra inicialmente, al menos mientras el producto empieza a ser reconocido y logra un grado aceptable de posicionamiento en el mercado.

De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta como prioridad el costo de los insumos incluidos los costos fijos y costos variables, se pretende que al realizar las ventas a nuestros clientes, la Empresa pueda obtener como parte de su utilidad un ..% y para que nuestros clientes al vender al consumidor final puedan manejar un porcentaje del 8 al 10 %. Dados estos porcentajes de utilidad también se analizan frecuentemente los precios de la competencia.

Cabe anotar, que nuestra producción es flexible, ya que elaboramos cantidades deseadas según pronóstico de ventas y temporadas. Además siempre produciremos en escala disminuyendo los costos y aumentando las ganancias. Se pretende que Industria Comercial del Café Ltda. como empresa, sea competitiva, a través de productos, precio, promoción y plaza; despertando el interés y reconocimiento de las demás marcas.

**7. INSUMOS QUE SE REQUIEREN PARA LA ELABORACIÓN DEL
BOCADILLO DE CAFÉ:**

HARINA DE ARROZ

SACAROSA

JARABE DE AZÚCAR INVERTIDO

CAFÉ

PECTINA

8. DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE CALIDAD

Todos los insumos tendrán un control al ingresar a las bodegas de la fábrica, las cuales estarán debidamente adecuadas con ventilación e iluminación para conservar en buen estado los materiales. por ello necesitaremos verificar que la materia prima sea utilizada antes de su fecha de vencimiento.

9. COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

9.1. PROVEEDORES:

Los posibles proveedores de los insumos que se requieren para la elaboración de nuestros productos son:

Para los demás insumos requeriremos de importantes industrias como: El Ingenio Risaralda, Laboratorio Químicos Pereira, Café Mariscal y Arroz Nacar. Todas ubicadas en el sector cafetero, optimizando tiempo y costos en el transporte de los mismos.

9.2. CONDICIONES DE COMPRA DE LAS MATERIA PRIMAS

Nuestras condiciones para la compra de materia prima, están basadas en: Calidad, precio, condiciones y establecimiento de formas de pago. Además se requiere de la elaboración de un contrato de suministros donde se garantice por parte de los proveedores el intercambio de material vencido.

De acuerdo a una planeación comercial elaborada semestralmente, se tendrá en cuenta un valor constante durante el tiempo pactado, donde se establezca valor de los insumos independiente de sus altas y bajas en el precio.

Los proveedores que maneja la empresa, serán provenientes del eje cafetero, siempre y cuando estos manejen negociaciones favorables para nosotros.

La empresa dispondrá de una base de datos donde reposarán las referencias de los proveedores existentes en la región; en la cual se encontrará sus insumos, capacidad de producción, precios, disponibilidad, condiciones de pago y facilidad de acceso, calidad.

9.3. DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

El producto se ubicara lo mas cercano posible al consumidor, evitándole el traslado a grandes distancias para adquirirlo y de esta manera facilitándole la satisfacción a su necesidad.

Industria Comercial del Café, maneja un canal de distribución de dos etapas, ya que esta dada a través de vendedores como primer canal, contratados directamente por la empresa y registrado en la nómina de la Organización, seguidamente por minoristas, que son los supermercados y tenderos y estos a su vez lo entregan al consumidor final estableciéndose negociaciones directas de formas de pago a través de créditos a 45 días cancelados en cheque o efectivo.

Además se garantiza un buen almacenamiento (fresco y ventilado, no expuesto a la luz directa del sol) con un inventario racional o mínimo para evitar el exceso de mercancía y correr el riesgo de que se dañe o deteriore, para que no sufra robos, perdidas o se venza y acomodados en estanterías de exhibición bajos al alcance de los niños.

Los minoristas serán quienes nos darán la entrada a todos los clientes, ampliando la cobertura hacia otros mercados, siendo el canal que de cubrimiento mas amplio.

9.4 LOGISTICA

La materia prima obtenida es adquirida en la ciudad de Pereira, los proveedores nos la hacen llegar hasta nuestras instalaciones.

Seguidamente es almacenada en un sitio adecuado para su seguridad, al pasarse la orden de producción se procesa a realizar la materia prima en su sitio de

trabajo, dando por inicio la transformación de materia prima. La planta operativa esta ubicada en un espacio de 300 metros cuadrados; realizándose paso a paso cada operación en forma secuencial, quedando el producto terminado y llevado a la sala de moldeado y empaque; con previo alistamiento de todo el empaque requerido según la producción.

A la terminación del empaque se procede a pasar a la bodega el producto terminado.

Para cada paso mencionado anteriormente, el área de compras y mantenimiento debe tener al día las instalaciones e insumos para lograr el objetivo.

La empresa procede a través de las ventas mediante vendedores, realizar la distribución del producto a nuestros clientes, manejándose un contratista para el transporte del producto.

9.5. SISTEMAS DE TRANSPORTE

El proveedor es quien hará llegar el material a nuestras bodegas en el respectivo transporte; por lo tanto éste estará incluido dentro del contrato de suministros.

9.6. PROMOCION Y PUBLICIDAD

Mediante la promoción fomentaremos las preferencias, obteniendo la confianza del comprador, ganando exposición, eliminando las barreras de comunicación, mejorando empaques y ofreciendo incentivos. Generando un agrado de aceptación en el cliente hacia el producto, que incite a la compra, aumentando las ventas.

Se ofrece además una publicidad que identifique cuales son los beneficios; descuentos, promociones, cambios por cualquier circunstancia y sus facilidades de pago.

La promoción del mercado del Bocadoillo se hace teniendo en cuenta el prestigio que tienen los famosos bocadoillos "Veleños". Y se realizara tanto para los consumidores como para los distribuidores

9.7. PLAN DE MEDIOS

La estrategia que se utilizará para la promoción y publicidad es la siguiente:

- * Cuñas radiales diarias
- * Degustaciones los fines de semana en los puntos de ventas elegidos estratégicamente, acompañados de una impulsadota.
- * Buzón de sugerencias en los puntos de venta.
- * Volantes.

9.8. LA VENTA

Las técnicas utilizadas para las ventas están directamente relacionada con las técnicas de mercadeo; ya que coadyuvan a establecer las ventas contemplándose un presupuesto para esto, siendo las siguientes:

- * Aumentar el conocimiento del producto especialmente de quienes no lo conocen a través de publicidad por medio de volantes; resaltando su innovación e ingredientes.
- * Degustaciones constantes en los puntos de venta.
- * Cuñas radiales

FASE II

1. TAMAÑO DEL PROYECTO

1.1 VARIABLES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

1.1.1 Dimensiones que determinan el tamaño del proyecto: Según el estudio de Mercado, realizado en el municipio de Dosquebradas y en la ciudad de Pereira, nuestra región cafetera posee y sobresale en el cultivo del café, de allí se han desencadenado una gran cantidad de productos a base de café que van dirigidos hacia la preferencia de degustar un delicioso sabor a café en todas sus formas, además se manifiesta el interés por albergar en nuestro mercado bienes y servicios innovadores y competitivos.

Trayendo a colación la proyección de la demanda futura (ver figura) se puede justificar el montaje de las instalaciones, ya que los equipos operativos albergan la demanda actual y se amplían con la adquisición de nuevas maquinas, además en el estudio de mercados se pronostica el crecimiento de esta.

POBLACIÓN PROYECTADA HASTA EL 2005

DOSQUEBRADAS

AÑO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
POBLACION TOTAL	168.240	171.630	174.960	178.334	181.738	185.150	188.147	191.909
URBANA	155.029	158.123	161.162	164.241	167.345	160.455	173.152	176.614
RURAL	13.211	13.507	13.798	14.093	14.393	14.695	14.995	15.295

PEREIRA

AÑO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
POBLACION TOTAL	446.231	456.816	467.313	478.001	488.839	499.771	510.739	521.684
URBANA	369.911	378.845	387.712	396.746	405.912	415.163	424.451	433.728
RURAL	76.320	77.971	79.601	81.255	82.927	84.608	86.288	87.956

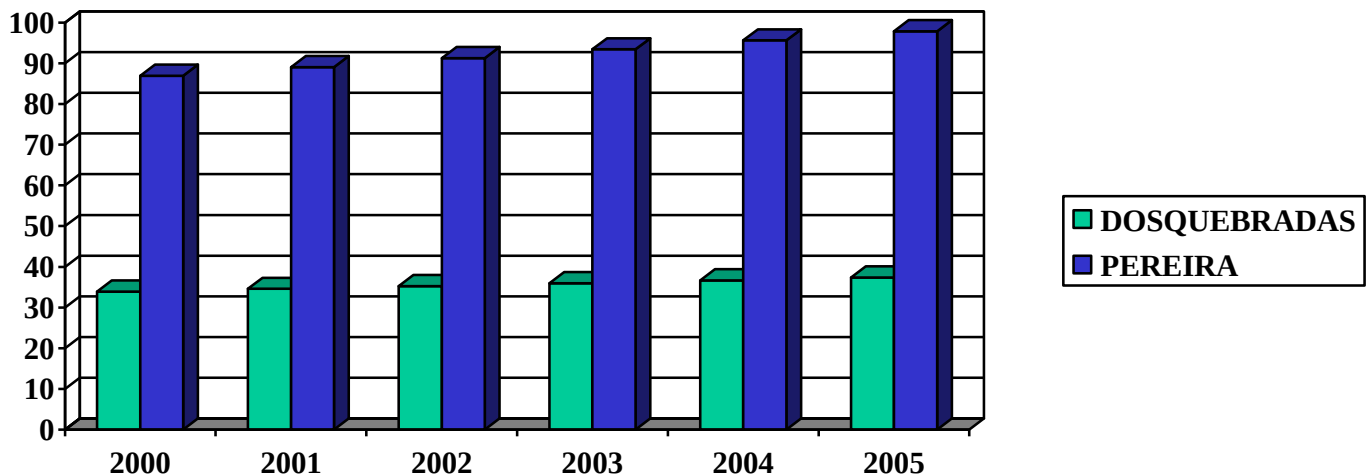
HOGARES POR MUNICIPIO PROYECCION 2000-2005

DOSQUEBRADAS:

Promedio familia por hogar según ICBF: 4.8 personas

AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005
No FAMILIAS	33.883	34.575	35.274	35.976	36.677	37.372

HOGARES POR MUNICIPIO ZONA URBANA 2000-2005 RISARALDA



**HOGARES POR ESTRATO AREA URBANA PROYECCIÓN
2000-2005**

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR ESTRATO

CIUDAD	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	ESTRATO 5	TOTAL
PEREIRA	20.75 %	29.18%	18.37%	10.22%	78.52%
DOSQUEBRADAS	31.2 %	33.98%	7.40%	0.76%	73.34%

Total Población por Estrato

PEREIRA

ESTRATO	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	POBLACION
2	20.75 %	103.702
3	29.18 %	145.833
4	18.37 %	91.808
5	10.22 %	51.077
TOTAL	78.52 %	392.420

Numero de familias (Promedio 4.5 personas por familia)

TOTAL HOGARES 87.204

DOSQUEBRADAS

ESTRATO	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	POBLACION
2	31.2 %	57.767
3	33.98 %	62.914
4	7.40 %	13.701
5	0.76 %	1.296
TOTAL	73.34 %	135.678

Numero de Familias (Promedio 4.8 personas por familia)

TOTAL HOGARES 28.266

PEREIRA

Promedio familia por hogar según ICBF: 4.5 Personas

AÑO	2000	2001	2002	2003	2004	2005
No FAMILIAS	86.922	89.059	91.230	93.426	95.634	97.846

1.1.2 Capacidad de financiamiento: El proyecto se inicia con 3 socias, la cual se aporta un capital de \$17.211.690, por lo tanto la capacidad de financiamiento de los socios es respaldada por entidades gubernamentales como el IFI (Instituto de Financiamiento Industrial , como banco de segundo piso e intermediario de un banco de primer piso y siendo el opcionado para dicho préstamo el Banco Agrario por sus bajos intereses), la cual al presentarse proyectos de viabilidad económica

respaldan y aportan a la propuesta, por lo tanto el aporte de préstamo con esta institución es de \$ 123.938.066, por un periodo de 5 años.

1.1.3 Tecnología utilizada: La tecnología utilizada para el proyecto de producción de bocadillo de café es dada a través de maquinas, donde aun se maneja parte manual, como lo es en el paso de los insumos hacia las mamitas y cuando estas terminan su proceso se vacían hacia los moldes, no presentando un proceso continuo sin involucrar mano de obra.

La maquinaria de producción se proyecta hacia un futuro con la adquisición de equipos altamente tecnificados e importados según pronóstico de ventas con crecimiento del mercado y por ende de utilidades, para un tiempo de 3 años.

1.1.4 Disponibilidad de insumos: El eje cafetero se caracteriza por su topografía montañosa, buena calidad de suelos para la producción de café, riqueza en recursos hídricos, por la industrialización de otros productos, ya que en éste territorio está localizadas importantes fábricas. Lo cual conlleva al aprovechamiento de los insumos necesarios para elaborar el producto final.

La disponibilidad de los insumos principales del bocadillo como son el café y la harina de arroz, es fuente principal de la economía de esta región. Aunque el arroz es proveniente de otra región, este es de gran producción a nivel nacional y en la región se abastece con facilidad gracias a su estructura vial

1.1.5 Distribución geográfica: El área geográfica de este proyecto indica que el mercado para el producto de café que se va a producir abarca inicialmente el territorio de Dosquebradas Y Pereira en el departamento de Risaralda, por lo tanto la central de producción de este producto es planteada en la Zona Industrial de Dosquebradas, por encontrarse como eje central de Pereira y Dosquebradas y el transporte vehicular facilita la consecución de los insumos.

1.1.6 Valoración del riesgo: Planteadas y manejadas las diversas variables del tamaño del proyecto, se visualiza un riesgo en menor proporción al invertir en este proyecto, ya que el mercado, los insumos, tecnología operativa y el financiamiento de la propuesta, permiten manejar una viabilidad real de rentabilidad para los apartantes.

1.2 TAMAÑO DEL PROYECTO POR ETAPAS

1.2.1 Tamaño inferior a la demanda con ampliaciones posteriores

1.3 DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO.

El volumen optimo de producción del proyecto y por su capacidad instalada es manejada inicialmente con las siguientes condiciones: Para dar inicio al proyecto se realiza un proceso de 4 horas diarias (tiempo de duración del proceso) equivalentes a 9.600 unidades mensuales, para un periodo de un año hasta lograr posicionar inicialmente el mercado. La producción esta distribuida en las diferentes presentaciones: 25% de la producción es para la lonja y el 75% restante para la presentación individual.

Para los años subsiguientes se estipula un crecimiento de en la producción del 12.5% en el año 2, 3, 4 y 5 equivalente a 1.200 kilos mensuales mas, distribuidos en igual proporción para cada uno.

2. LOCALIZACIÓN

2.1. MACROLOCALIZACION

Las zonas o regiones que presentan condiciones favorables para la macro localización de nuestra empresa “INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ” es la zona de Dosquebradas (opción 1) y Pereira (opción 2)

SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DE FACTORES:

- 1-Ubicación de los consumidores
- 2-Localización de materias primas y demás insumos
- 3-Condición de vías
- 4-Infraestructura y servicios públicos disponibles
- 5-Políticas y planes de desarrollo
- 6-Normas de regulación específicas
- 7-Intereses o presiones de fuerzas sociales
- 8-Tendencias de desarrollo de la región.
- 9-Condiciones climáticas, ecológicas, ambientales, topográficas y salubridad.

DIVISIÓN DE LOS FACTORES EN GRADOS

- 1- Ubicación de los consumidores F1
 - 2 Bajo
 - 3 Medio
 - 4 Alto

2-Localización de materias primas y demás insumos F2

1-Muy lejos

2-Lejos

3-Cerca

3-Condición de vías F3

1-Malo

2-Regular

3-Bueno

4-Infraestructura y servicios públicos disponibles F4

1-No adecuada

2-Inadecuada

3-Adecuada

5-Políticas y planes de desarrollo F5

1-Malo

2-Regular

3-Bueno

6-Normas de regulación específica F6

1-Bajas

2-Regular

3-Altas

7- Intereses o presiones de fuerzas sociales F7

1-Bajas

2-Regulares

3-Altas

8- Tendencias de desarrollo de la región F8

1-Malas

2-Regulares

3-Buenas

9- Condiciones climáticas, ecológicas, ambientales, topográficas y salubridad F9

1-Malas

2-Regulares

3-Buenas

PONDERACIÓN

PUNTUACIÓN DE FACTORES

Factores		puntaje		ponderación
F 1	Ubicación de los consumidores Grado 1 Bajo Grado 2 Medio Grado 3 Alto	20 30 90	90	20%
F2	Localización de materias primas y demás insumos Grado 1 Muy lejos Grado 2 Lejos Grado 3 Cerca	14 25 80	80	16%
F3	Condición de vías Grado 1 Malo Grado 2 Regular Grado 3 Bueno	15 25 40	40	8%
F4	Infraestructura y servicios públicos disponibles Grado 1 No adecuada Grado 2 Inadecuada Grado 3 Adecuada	10 18 55	55	12%
F5	Políticas y planes de desarrollo Grado 1 Malo Grado 2 Regular Grado 3 Bueno	15 27 40	40	8%
F6	Normas de regulación específica Grado 1 Bajas Grado 2 Regular Grado 3 Alta	10 18 35	35	6%
F7	Intereses o presiones de fuerzas sociales Grado 1 Bajas Grado 2 Regulares Grado 3 Altas	10 23 35	35	6%
F8	Tendencias de desarrollo de la región Grado 1 Malas Grado 2 Regulares Grado 3 Buenas	19 25 50	50	10%

F9	Condiciones climáticas, ecológicas, ambientales, topográficas y salubridad Grado 1 Malas Grado 2 Regulares Grado 3 Buenas	10 28 75		14%
			75 500	100%

DETERMINACIÓN DE LA UBICACIÓN

FACTOR	OPCION 1			OPCION 2	
	GRADO	PUNTOS		GRADO	PUNTOS
1	2	30		3	90
2	3	80		2	25
3	3	40		2	25
4	2	18		2	18
5	2	27		3	40
6	3	35		2	18
7	3	35		2	23
8	2	25		3	25
9	3	75		2	28
		335			292

La viabilidad según el puntaje es la ciudad de Dosquebradas.

2.2 MICROLOCALIZACION

Las zonas opcionales para la ubicación de la planta y por ser este proyecto Industrial son:

Zona La Romelia	Opción 1
Zona Industrial La Macarena	Opción 2

Los criterios que se establecen para las dos opciones anteriores, se realizaron de acuerdo a las zonas industriales que facilitan la consecución de transporte e infraestructura en general.

SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DE FACTORES:

- 1-Costo de arrendamiento
- 2-Impacto sobre el medio ambiente
- 3-Infraestructura de servicios
- 4-Horario de atención la publico
- 5-Costo de servicios
- 6-Acceso y parqueos
- 7-Disponibilidad de transporte para los empleados
- 8-Impacto social

DIVISIÓN DE LOS FACTORES EN GRADOS

- 1- Costo de arrendamiento del local F1
- 2-Muy costoso arrendamiento mensual mayor de \$ 10.000.000
- 3-Costoso arrendamiento mensual \$ 5.000.000 a 10.000.000

4-Buen arrendamiento mensual menor de \$5.000.000

2-Impacto sobre el medio ambiente F2

1-Medianas Molestias

2-Pequeñas molestias

3-No presenta molestias

3-Infraestructura de servicios F3

1-Servicios escasos

2-Servicios limitados

3-Variedades de servicios

4-Horario de atención al público F4

1-Jornada de trabajo limitada

2-Jornada normal

3-Jornada Amplia y cómoda

5-Costo de servicios

1-Muy alto costo mensual \$1.500.000

2-Costoso costo mensual \$ 1.000.000 a 1.500.000

3-Buen costo mensual menor \$ 1.000.000

6-Acceso y parqueos

1-Malo

2-Regular

3-Bueno

7-Disponibilidad de transporte para los empleados

- 1-Malo
- 2-Regular
- 3-Bueno

8-Impacto Social

- 1-Despierta poco interés
- 2-Afluencia normal de público
- 3-Despierta un gran interés

PONDERACIÓN

PUNTUACIÓN DE FACTORES

Factores		puntaje		ponderación
F 1	Costo arrendamiento local Grado 1 muy costoso Grado 2 costoso Grado 3 poco costoso	20 30 100	100	18%
F2	Impacto sobre medio ambiente Grado 1 Mediana molestia Grado 2 pequeña molestia Grado 3 No presenta molestias	14 27 45	45	9%
F3	Infraestructura de Servicios Grado 1 Escasos servicios Grado 2 Servicios limitados Grado 3 Variedad de servicios	16 25 60	60	12%
F4	Costo de atención al publico Grado 1 Jornada de trabajo limitada Grado 2 Jornada normal Grado 3 Jornada amplia	9 18 35	35	8%
F5	Costo de servicios Grado 1 Muy costosos Grado 2 Costoso Grado 3 Bueno	22 34 70	70	15%

F6	Acceso y parqueo Grado 1 Malo Grado 2 Regular Grado 3 Bueno	7 15 30	30	7%
F7	Disponibilidad Transporte empleados Grado 1 Malo Grado 2 Regular Grado 3 Bueno	0 35 90	90	16%
F8	Impacto social Grado 1 Despierta poco interés Grado 2 afluencia normal Grado 3 Despierta gran interés	2 28 70	70	15%
			500	100 %

2.3 ANALISIS Y DECISIÓN DE LA LOCALIZACIÓN MEDIANTE CUANTIFICACION DE FACTORES

FACTOR	OPCION 1		OPCION 2	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	2	30	3	100
2	3	45	3	45
3	3	60	2	25
4	3	35	3	35
5	2	34	3	70
6	3	30	3	30
7	3	90	3	90
8	3	70	2	28
		394		423

La viabilidad según el puntaje es Zona Industrial La Macarena

3. PROCESO DE PRODUCCIÓN

3.1 ESPECIFICACION Y DESCRIPCIÓN DE INSUMO

3.1.1. Insumos principales

MATERIALES	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD MSNUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL
HARINA DE ARROZ	ARROBA (25 LB.)	768	14.780	11.351.040
AZUCAR	BULTO (50 KL)	96	53.000	5.088.000
PECTINA	ONZA (25 GM)	32	3.000	96.000
CAFÉ INSTANTANEO	CAJAS (24 UNID 100 GM)	40	61.632	2.465.280
CAJA DE EMPAQUE	UNIDAD	21.600	184	3.974.400
PLASTICO VINPEL	ROLLO (100 MTRS)	68	3.800	258.400
TOTAL MATERIALES DIRECTOS			136.396	23.233.120

Estos insumos son transportados con previa negociación por el proveedor hasta nuestra planta de producción, donde ellos cubren toda la parte legal de tramitaciones e impuestos desde su punto de origen a su punto de llegada, estableciendo los tiempos de entrega.

Estos tiempos están estipulados dentro del rango de 8 días para la entrega, a partir de la fecha de solicitar la mercancía.

3.1.2 INSUMOS SECUNDARIOS

MATERIALES	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD MSNUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL
B. MATERIALES INDIRECTOS				
ELEMENTOS DE ASEO				280.000
PLASTICOS	ROLLO X 100 MTRS	1	3.800	3800
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS		100	4.000	283.800

TOTAL COSTO DE MATERIALES 23.516.920

3.2 ANALISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO

3.2.1 Selección del proceso productivo

- **PROCESO INTENSIVO EN MANO DE OBRA**

El personal no requiere ser altamente calificado, pero si debidamente capacitado y están distribuidos de la siguiente forma:

Producción

1 persona en recepción, control de insumos y almacenamiento

1 personas en cocción y moldeado

1 persona cortado y empacado

- **DISTRIBUCIÓN EN LINEA O FLUJO DE LINEA**

Esta distribución favorece a nuestra producción, reduciendo el espacio de recorrido de un paso a otro, además por que solamente se maneja una sola línea de producto, donde la mano de obra no es calificada, existiendo un equilibrio de este y las maquinas, las inspecciones son mínimas y el material que se maneja no abarca grandes cantidades, además y como factor importante nos da una guía de orden consecutivo para cada operación.

- * **METODO LINEAL EN EL PROCESO PRODUCTIVO**

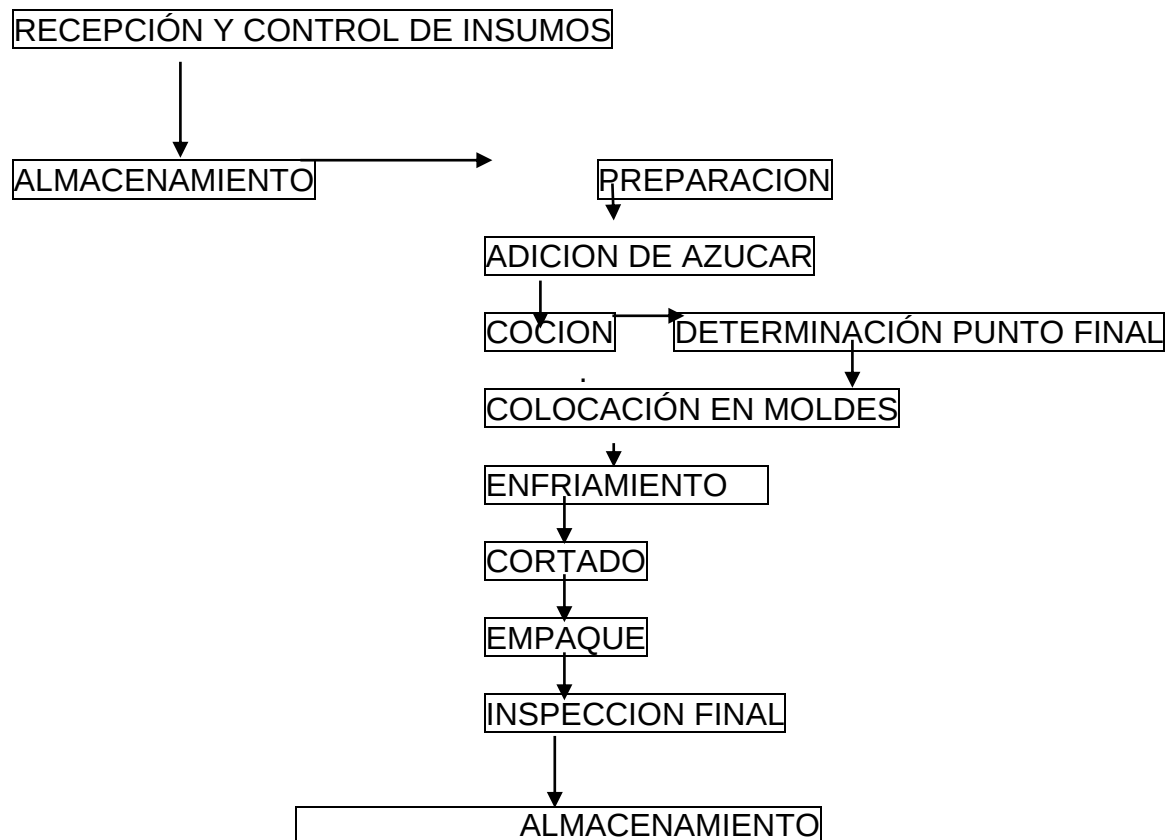
El proceso para la elaboración del bocadillo es consecutivo en cada operación, pasando por todas las maquinas.

- * **CONTINUO**

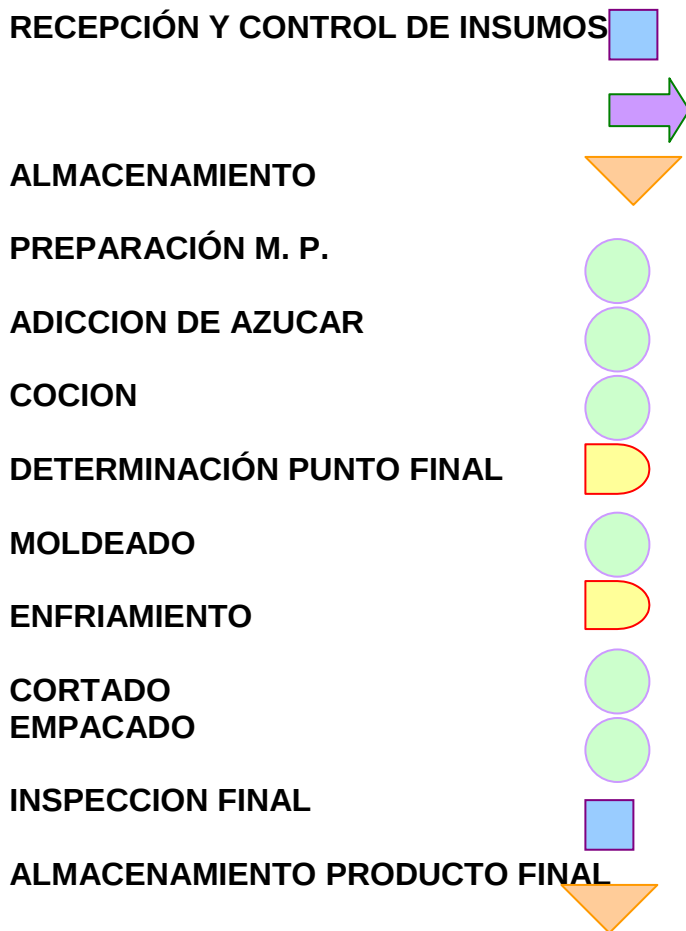
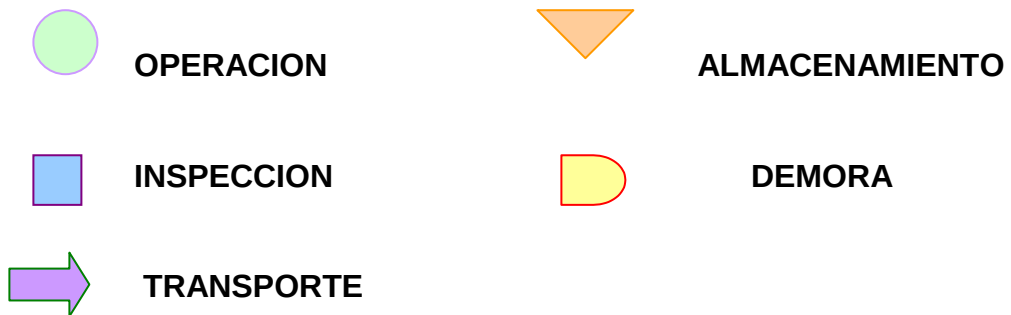
El proceso no debe ser interrumpido, ya que esto causaría la perdida del producto, además por que este producto es perecedero.

3.2.2 Descripción del proceso productivo

3.2.2.1 Diagrama de bloques



3.2.2.2 Diagrama de proceso, elaboración del bocadillo de café



PASOS	Dist. En mts						ACTIVIDADES	Tie mp o mi nut o
Recepción y control de insumos	0						Recibir, pesar e inspeccionar los insumos para ingresar a la bodega	20
Almacenamiento	7						Llevar los insumos al almacenamiento antes de iniciar el proceso	10
Preparación M.P.	5						Vaciar la harina de arroz en las marmitas	10
Adición de azúcar	0						Agregar azúcar después de iniciar cocción	10
Cocción de los insumos	0						Revolver activamente las materias mezcladas	60
Punto final	0						Detectar punto final	5
Moldeo	5						Pasar a recipientes de moldeo	15
Enfriamiento	0						Esperar se enfríe toda la mezcla para continuar	25
Cortado	5						Con la mezcla compacta, cortar en diversas presentaciones	30
Empacado	1						Empacar en diversas presentaciones	30
Inspeccion final	0						Asegurarse de optimas condiciones	5
Almacenamiento producto final	2						Adecuar producto termino en bodega	20
TOTAL		6	2	2	1	2		

3.2.2.3 Descripción del proceso de producción: El bocadillo es la pasta sólida por cocción de harina de arroz, azúcar y café soluble moldeada en capas definidas. De consistencia blanda pero no deformable al ser cortada, no debe contener materias extrañas, ni mostrar revenimiento.

PASOS:

Recepción:

Los insumos que llegan se pesan y se descargan manualmente.

Concentración:

Consiste principalmente en mezclar la harina de arroz con azúcar refinada, café, pectina y se somete a cocción durante 1 hora aproximadamente, con agitación mecánica constante y uniforme,

Punto Final

Mediante un refractómetro se determina el punto final

Moldeo:

El bocadillo caliente se vierte sobre moldes de acero inoxidable, estos se recubren con láminas de polietileno para aumentar el brillo y facilitar el desmolde, vertiendo azúcar refinada en la superficie, dependiendo del tipo de presentación del producto.

Enfriamiento:

El proceso de enfriamiento se realiza al medio ambiente, dura de 24 a 36 horas para que adquiera la consistencia requerida.

Corte:

Una vez la gelificación se ha completado se realiza el corte con equipo de manejo manual, para lo cual se emplean cortadoras de diferentes tamaños, constituida por

cuerdas de acero, que realizan primero un corte longitudinal y luego un corte transversal del tipo de bocadillo.

Empaque:

El empaque incide en la duración y comercialización del producto; se utilizan principalmente papel plástico, el cual es diseñado para empacar bocadillos. Este empaque, contribuye para que el producto permanezca higiénico y bien presentado al consumidor.

Almacenamiento:

Este almacenamiento se recomienda a una temperatura de 18°C, para mantener su estado y calidad.

3.3 PRODUCTOS PRINCIPALES

La transformación de la harina de arroz, el azúcar y el café, con un adecuado manejo de cada paso se obtiene como producto principal para este proyecto el bocadillo con sabor a café

3.4 PROGRAMA DE PRODUCCION

3.4.1 Capacidad instalada

AÑO	PRODUCCION POR KILOGRAMOS	CAPACIDAD INSTALADA APROVECHADA
2003	115.200	50,00%
2004	129.600	62,50%
2005	144.000	75,00%
2006	158.400	87,50%
2007	187.200	100,00%

La producción mensual es de 9.600 kilos en el año 0, siendo distribuida esta cantidad en las diferentes presentaciones: 25 % de la producción para la lonja y el 75 % restante para presentación individual, para el año 1 la producción es igual. Se estipula un crecimiento en la producción del 12.5% en el año 2, 3, 4 y 5 equivalente a 1.200 kilos mensuales mas, distribuidos en igual proporción para cada uno

3.4.2 PROGRAMA DE PRODUCCION POR PRESENTACION ANUAL

PRODUCTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD
BOCADILLO LONJA X 1000 GRS	14.400	16.800	19.200	21.600	26.400
BOCADILLO LONJA X 500 GRS	28.800	33.600	38.400	43.200	52.800
BOCADILLO X 12 UND S/E X 250 GRS	86.400	96.000	105.600	115.200	134.400
BOCADILLO X 24 UND S/E X 500 GRS	43.200	48.000	52.800	57.600	67.200
BOCADILLO X 12 UND C/E X 250 GRS	86.400	96.000	105.600	115.200	134.400
BOCADILLO X 24 UND C/E X 500 GRS	43.200	48.000	52.800	57.600	67.200
TOTAL	302.400	338.400	374.400	410.400	482.400

3.5 SELECCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE EQUIPOS

3.5.1 Infraestructura

Industria Comercial del Café S.A. tiene una capacidad instalada para producir 9600 kilos de bocadillos mensuales para el primer año, para lo cual cuenta con:

CONCEPTO		
	COSTO HISTORICO	VIDA UTIL
ACTIVO PRODUCCION		
MAQUINA DE COCION	32.000.000	10
CALDERAS	30.000.000	10
CORTADORA EMPACADORA	5.000.000	10
BANDEJAS	500.000	2
EQUIPO DE COMPUTO Ref: Compac presario	2.500.000	10
OTROS EQUIPOS: Palas, Mesones, Instalación Equipos, Mesones	5.000.000	
SUB TOTAL	75.000.000	
ACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN		
ESCRITORIO EJECUTIVO Ref: office 110	80.000	10
ARCHIVADOR VERTICAL Ref: WSJ 240	240.000	10
MESA DE JUNTAS Y CUATRO SILLAS Ref: HGT 250	180.000	10
SILLAS GIRATORIAS Ref: Office 420	80.000	10
SILLAS SIN BRAZO Ref: Office 421	60.000	10
SUB TOTAL	640.000	
TOTAL	75.640.000	

CONDICIONES TÉCNICAS: La maquinaria y equipos utilizados para el proceso de elaboración del bocado de café, se adquirirán mediante un empresario de bocado de guayaba del municipio de Vélez Cundinamarca, quien nos contactará con una industria especializada en fabricación de maquinaria industrial, ubicada en la ciudad de Bogotá.

3.6 IDENTIFICACION DE NECESIDADES DE MANO DE OBRA

CARGO	REMUNERACION MENSUAL	PRESTACIONES SOCIALES 51,39%	TOTAL MENSUAL
A. MANO DE OBRA DIRECTA	366.500	188.344	554.844
OPERARIO 1 - COCION Y MOLDEADO	366.500	188.344	554.844
OPERARIO 2 – CORTADO Y EMPACADO			1.109.689
SUB TOTAL			
B. MANO DE OBRA INDIRECTA	366.500	188.344	554.844
OPERARIO 1 - ALMACENISTA M.P. Y PRODUCTO TERMINADO			
SUB TOTAL			554.844
TOTAL	1.099.500	565.033	1.664.533

PRESUPUESTO A 5 ÑOS

CONCEPTO					
	1	2	3	4	5
MANO DE OBRA					
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 13.316.268	14.381.569,44	15.532.095,00	16.774.662,59	18.116.635,60
MANO DE OBRA INDIRECTA	6.658.128,00	7.190.778,24	7.766.040,50	8.387.323,74	9.058.309,64
TOTAL MANO DE OBRA	\$ 19.974.396	\$ 21.572.348	\$ 23.298.135	\$ 25.161.986	\$ 27.174.945

3.6.1 Perfil de colaboradores

GRADO DE PREPARACIÓN REQUERIDO Y EXPERIENCIA LABORAL

El perfil de los colaboradores que se requiere para realizar las funciones asignadas operativas y teniendo en cuenta que para ello no se requiere de personal calificado son:

Personal bachiller

Experiencia laboral en manejo de maquinas de producción mínimo 1 año

Edad entre 25 y 35 años

Sexo masculino

4. OBRAS FÍSICAS Y DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

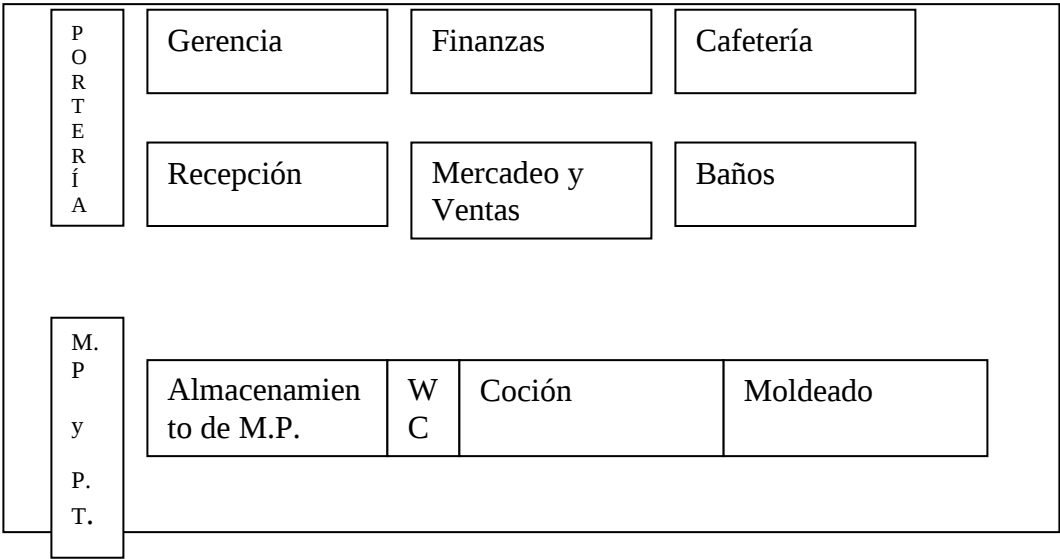
4.1 OBRAS FISICAS

La planta de producción de elaboración del bocadillo de café, es adquirida a través de contrato de arrendamiento, con renovación anual. La infraestructura con que cuenta esta dada según el estudio de micro localización, que analizando una serie de factores, favorecen el buen funcionamiento de los objetivos, contando además con una estratégica ubicación.

Contando con un local de instalaciones con mezanine, en la parte de abajo funcione el taller de producción y en la parte de arriba las oficinas administrativas, abarcando una longitud de 1500 mtrs cuadrados

4.2 DISTRIBUCION EN PLANTA

4.2.1 Distribución planta operativa

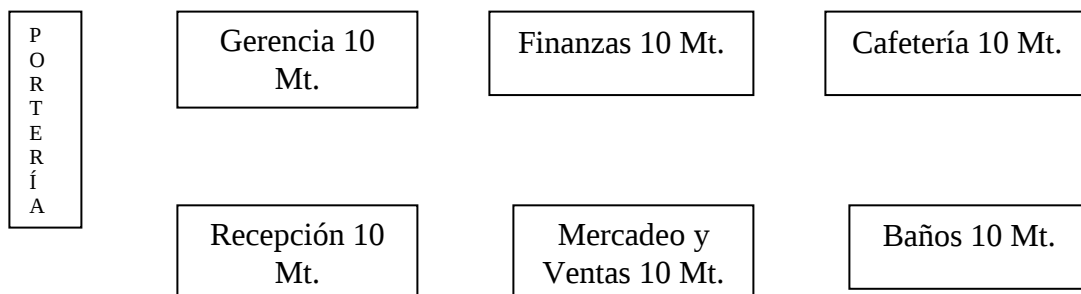


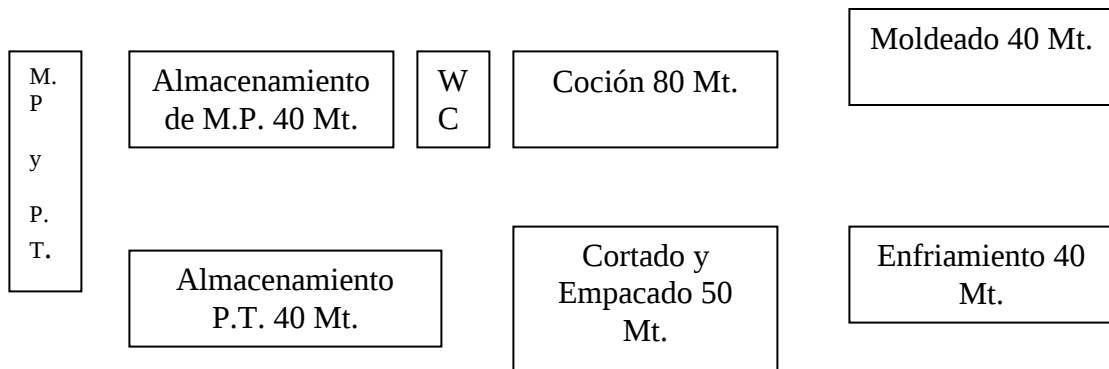
Almacenamiento P.T.	Cortado y Empacado	Enfriamiento
------------------------	-----------------------	--------------

4.2.2. Matriz de recorridos y tiempos

PASOS	Dist. En mts	ACTIVIDADES	Tiempo minuto
Recepción y control de insumos	0	Recibir, pesar e inspeccionar los insumos para ingresar a la bodega	20
Almacenamiento	7	Llevar los insumos al almacenamiento antes de iniciar el proceso	10
Preparación M.P.	5	Vaciar la harina de arroz en las marmitas	10
Adición de azúcar	0	Agregar azúcar después de iniciar cocción	10
Cocción de los insumos	0	Revolver activamente las materias mezcladas	60
Punto final	0	Detectar punto final	5
Moldeo	5	Pasar a recipientes de moldeo	15
Enfriamiento	0	Esperar se enfríe toda la mezcla para continuar	25
Cortado	5	Con la mezcla compacta, cortar en diversas presentaciones	30
Empacado	1	Empacar en diversas presentaciones	30
Inspeccion final	0	Asegurarse de optimas condiciones	5
Almacenamiento producto final	2	Adecuar producto termino en bodega	20

4.2.3 ESPACIOS FISICOS





4.2.4 Objetivos y tipos de distribución

4.2.4.1 Distribución en línea o flujo de línea: Reduce el espacio de recorrido de un lado a otro, además por que en el momento solo tenemos una sola línea de producto, donde la mano de obra no es calificada, las inspecciones son mínimas y el material que se maneja no abarca grandes cantidades, además y como factor importante nos da una guía de orden consecutivo para cada operación.

LINEA EN U

La maquinaria esta adecuada en U, ya que favorece las inspecciones desde la parte de arriba donde quedan las oficinas administrativas.

Cada operación es continua y el producto es UNICO.

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1 CONSTITUCION JURÍDICA DE LA EMPRESA

El proyecto esta constituido por 3 socios, los cuales en común acuerdo deciden:

5.1.1 RAZON SOCIAL Y DOMICILIO DE LA EMPRESA

“INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTDA.”

Con domicilio en la ciudad de Dosquebradas.

Inicialmente cuenta con 8 empleados, contando con sus socias desde la parte administrativa hasta la parte operativa,

Nuestra empresa **“COMERCIALIZADORA DEL CAFÉ LTD.”** dentro de su actividad Comercial contempla la producción, comercialización y distribución de productos derivados del café, como el bocadillo.

5.1.2. Asociados: La Industria Comercial del Café, cuenta con 3 socios naturales capitalistas, con igual derechos y deberes, ya que cada asociado aporta valor igual para la conformación del proyecto, por lo tanto la voz y vota en común acuerdo es igual para todos, sus nombres son

MARTHA BIBIANA MADRID
GLORIA PATRICIA OSPINA
YANETH CANO BOTERO

Las condiciones de aportación de capital son inmediatas, siendo el capital aportado por los 3 socios de \$ 17.211.690, y resto de dinero con préstamo bancario de \$123.938.066

La liquidación se hará por mutuo acuerdo y si un socio desea retirarse de la empresa los socios que queden compraran la parte de este, para que la empresa no disminuya su capital inicial y poder continuar con sus actividades.

La empresa Industria Comercial del Café no tiene sucursales y por lo tanto es única en la región y en el país, pero llegada la oportunidad se procederá legalmente a la conformación de la sucursal.

La sociedad tendrá una duración de 20 años.

Los socios en común acuerdo deciden que para la liquidación del patrimonio como esta estipulado en la sociedad, se cancela el pasivo externo e interno. Si el patrimonio no abarca las obligaciones, se estipulara forma de pago y tiempo por parte de todos sus asociados.

Anexo estatutos de la empresa.

5.1.3. Organos de dirección y administración: Los tres socios conforman la Junta Directiva delegando como:

Gerente: Gloria Patricia Ospina
Mercadeo y ventas: Yaneth Cano Botero
Tesorera: Martha Bibiana Madrid

Llegándose a un acuerdo de la conformación de la sociedad solo de tres socios inicialmente y pasado un año se permite el ingreso de otros socios.

Siendo el representante legal YANETH CANO BOTERO, quien esta autorizada para decisiones en caso que los demás socios no se encuentren, dando su firma como respaldo de la empresa

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

5.2.1 Reseña histórica “industria comercial del café Ltda: El proyecto surge como respuesta a una idea que busca aprovechar la oportunidad de negocio y busca además aumentar el consumo del principal producto de la región, promoviendo los derivados de éste.

Nació con la idea de formar una Sociedad limitada, ofreciendo productos mejorados en el Mercado como el bocadillo.

5.2.2. Objetivos generales:

1. Elaborar productos que colmen gustos hacia aquellas personas que tienen dentro de sus preferencias el café.
2. Promover los productos derivados del café, logrando aceptación en nuestros clientes y alcanzando un nivel competitivo en fabricación y distribución de producto.

3- Ofrecer al mercado productos de la mejor calidad a un mínimo costo; incrementando ventas y generando buenas utilidades.

5.2.2.1 Objetivos específicos

* Generar ingresos y mejorar calidad de vida, no solo para los productores del café, sino también para el empresario y la comunidad en general.

* Incentivar el empleo en la región por medio de la creación de empresa

5.2.2.2. Estrategias para lograr objetivos: Elaboración constante de ensayos para mejorar el producto y buscar otros derivados del café, teniéndose en cuenta las ideas de los compañeros o empleados siendo esta una forma de comunicación con ellos y de participación.

Se hará una publicidad muy fuerte, ya que para nosotros el producto debe penetrar el mercado por medio de radio y TV regionales, degustaciones comerciales donde se dé a conocer los beneficios que éstos tienen. Así el consumidor puede dar su punto de vista y comprobar los beneficios.

5.2.3. Colores institucionales: Como su insumo principal que es el café y según los colores que este posee son:

El café, verde y el rojo

5.2.4. Misión: **INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ S.A.**, es una empresa dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de productos derivados del café, optimizando todos los recursos para un crecimiento constante económico y social de la empresa y de todos sus colaboradores, presentando un marco diferencial en la elaboración de productos a base de café en la región, donde prevalecen costo y calidad para nuestros usuarios, siendo reconocida como una empresa líder y promotora del aprovechamiento de sus recursos naturales,

ofreciendo a sus clientes diversificación de productos que satisfacen sus gustos, necesidades y expectativas. Además de aportar beneficios a su salud.

5.2.5. Visión: Pretendemos en el corto plazo desarrollarnos como protagonistas en el eje cafetero en la elaboración de productos derivados del café, liderando eficientemente el mercado en competitividad e innovación permanente, logrando el fortalecimiento económico de la región, a través de una excelente calidad y un precio adecuado para nuestros clientes.

5.2.6 Establecimiento de políticas: Todos los productos que produzca la empresa Industria Comercial del Café, son elaborados a base de café, por ser el insumo principal de la región.

- 1- La creación de empresa promueve la generación de empleo, y este es dado para el personal que reside en la zona cafetera, hasta una edad máximo de 40 años.
- 2- Las utilidades generadas ante el crecimiento de la empresa, están dirigidas hacia la reinversión en un 40%, para incentivos de los empleados un 20% y para los socios un 40%.
- 3- Los ascensos son manejados con el mismo personal que labora allí y que sus experiencias y estudios lo ameriten.
- 4- Utilización adecuada del vestuario y complementarios, que faciliten la realización de las labores.
- 5- Las funciones o actividades de cada una de las personas no pueden ser delegadas a otros, sin previa autorización de su jefe inmediato.

- 6- El no respeto entre compañeros, trabajo en equipo, conlleva a sanciones que ameritan sanción o despido de acuerdo al grado de los acontecimientos.
- 7- Las metas fijadas para el área de ventas que no se cumplieron en un tiempo promedio de tres meses consecutivos, dadas todas las motivaciones, apoyo, capacitaciones e incentivos ameritan reestructuración de su personal.
- 8- Manejar todas las reglas legales, competencia leal e impuestos que impone la ley

5.2.7 Creencias y principios

- 1- Creemos en el Café como fuente principal para elaboración de subproductos de este, mejorando el nivel de vida de nuestros caficultores e incentivando su producción.
- 2 Creemos en todas las personas que laboran en nuestra empresa, resaltando en ellos la importancia de su labor y participación en todas las actividades, promoviendo a través de: incentivos económicos, personales y sociales.
- 3 Creemos que el trabajo en equipo, la comunicación y un ambiente de confianza y respeto constituyen la base principal para el buen desarrollo en las actividades y funciones de cada uno coadyuvando a la optimización de los recursos y el tiempo, reflejándose en el cumplimiento de los objetivos y en la excelencia de nuestros productos.

- 4 Creemos que con nuestra excelente atención a nuestros clientes basados en sus expectativas y necesidades trae como consecuencia una permanencia, incremento y lealtad de estos hacia nuestra empresa.

5.2.8. Valores y cultura organizacional

1. **TOLERANCIA Y RESPETO:** a través de la paciencia hacia la individualidad de raza, religión, actitud, pensamientos, metas, etc.
2. **RESPONSABILIDAD:** cumplimiento de las labores asignadas.
3. **HONESTIDAD Y LEALTAD:** actuaciones que no desmeriten la integridad personal, tomando conciencia y autoestima.
4. **PRESENTACIÓN Y ASEO:** resaltando el orden
5. **EQUIDAD:** otorgamiento de las mismas oportunidades para todos, sin desconocer particularidades.
6. **INNOVACIÓN:** ejecución y aceptación de cambios que resalten el liderazgo.

5.2.9 Matriz DOFA

ESPACIO EN BLANCO	DEBILIDADES (D) 1-Manejo de una sola línea de producto 2 Se esta evaluando las necesidades y deseos del consumidor 3-Mínimo numero de proveedores 4-Influencia de factores climáticos 5-Definición de precio 6-Falta del capital inicial 7-Desconocimiento del valor total de la inversión 8-Desconocimiento de costos en la materia prima 9-Desconocimiento del proceso tecnológico 10-Desconocimiento de inventarios por la falta de proyección en las ventas 11-Baja remuneración por iniciar actividades 12-Rotación de empleados	FORTALEZAS (F) 1-Innovador 2-Identificación del segmento elegido 3-Facilidades en la obtención de los insumos a nivel nacional 4-Definición concreta de los canales de distribución 5-Obtención del capital a través de un ente financiero 6-Facilidad en la consecución de la materia prima al no ser importados 7-Conocimiento del proceso manual 8-Contratación de personal idóneo según funciones 9-Motivaciones e incentivos económicos, personales y sociales 10-Trabajo en equipo 11-Personal contemplado dentro de la zona cafetera
OPORTUNIDADES (O) 1-Innovación de sabor en el producto 2-Ubicación de la empresa en la zona cafetera e industrial del país 3-Motivación para el consumo de subproductos de café 4-La creación de empresa y generación de empleo en el mismo municipio exime de impuestos 5-Apoyo económico para la creación de nuevas empresas 6-Aprovechamiento generado en la patentacion 7-Participación de los subsidios gubernamentales 8-Producción a gran escala 9-Minimización de costos, tiempo y recurso humano 10-Planta productora en la	ESTRATEGIAS FO 1- Incrementar la línea de productos del mismo sabor 2-Ampliar capacidad de producción 3-Ampliar el segmento del mercado 4-Ampliación de canales de distribución en periferia 5-Participación en licitaciones 6- Vinculación de un socio capitalista 7-Manejar franquicias 8-Ampliar la línea de productos de derivados de café	ESTRATEGIAS DO 1- Especialización de producto 2-Diversificación concéntrica 3-Incremento de proveedores 4-Aprovisionamiento de insumos 5-Promociones y ofertas 6-Vinculación de un socio capitalista 7-Solicitud de créditos 8-Investigación de inversión y contratación de un asesor financiero 9-Tecnificación de la planta productiva 10-Manejo de acuerdos en costos con los proveedores 11-Tener un mayor numero de proveedores 12-manejar comunicaciones en el exterior con respecto a los avances tecnológicos actuales

región de este producto. 11-Participación del personal en eventos de capacitación, taller y otros.		
AMENAZAS (A) 1-Alta participación de productos directos y sustitutos en el mercado 2-Intensidad publicitaria 3-Amplios canales de distribución 4-Lealtad de los clientes 5-Manejan productos para todos los estratos 6-Abastecimiento constante en los puntos de venta 7-Políticas de precio. 8-Producto para determinados estratos 9-Desconocimiento de la empresa y del producto 10-Poco consumo en la región del café 11-Competencia desleal 12-Falta legalidad en la patentación 13-Mejor desarrollo del producto 14-Posicionamiento de los productos y alta aceptación de estos, respaldados por empresas con mas trayectoria y mas solvencia económica 15-Políticas fiscales que actúan sobre los ingresos 16-Tasa de desempleo de los clientes que afectan las ventas 17-Altos costos de tecnificación 18-Manejo de plantas productoras tecnificadas y a gran escala 19-Capacidad de respuesta inmediata a la competencia 20-innovadores constantes en procesos y productos 21-Falta de información sobre tecnología a utilizar	ESTRATEGIAS FA 1-Integración Horizontal 2-Intensificar publicidad 3-Motivación de consumo regional 4-Especialización de producto 5-Stock constante de producto terminado 6-Manejar franquicias 7-Cambios en el producto según exigencias del cliente 8-Acudir a entidades financieras internacionales 10-Manejar leasing 11-Tecnificar el proceso manual 12-Innovar en la elaboración de productos a base de café 13-Ascensos que resalten al mejor en su desempeño de acuerdo al cargo 14-Organización de eventos culturales, sociales y familiares.	ESTRATEGIAS DA 1- Incrementar la línea de productos del mismo sabor u otros regionales 2-Abarcar todos los medios publicitarios. 3- Motivación de consumo regional 4-Alianzas empresariales 5-Diversificación Concéntrica 6-Joint / Venture 7-Investigación de inversión y contratación de un asesor financiero 8-Abrir sucursales en otras zonas 9-Actualización constante en alzas y escasez de nuestros productos, para aprovisionamiento de estos 10-Manejo de producción en gran escala 11-Estabilidad laboral. 12-Manejo de incentivos de acuerdo a las expectativas de cada uno. 13-Colaboración y apoyo al empleado para el desarrollo de sus actividades

22-Fidelidad de los empleados por retribuciones económicas y sociales		
---	--	--

5.2.10. Areas que maneja el proyecto: Las áreas que nuestra empresa tiene organizada son:

*Servicio al cliente o recepción

*Gerencia

*Mercadeo y ventas

*Contabilidad y finanzas

*Producción, distribución y almacenamiento

AREA DE GERENCIA

Encargada del manejo de todo el personal, aprobación de todo lo que concierne a la empresa, independiente del área pero que esta en pro de los objetivos de la empresa, además coordina el nivel de endeudamiento mediante los gastos, créditos y costos, y todo lo que concierne a la toma de decisiones .

AREA DE PRODUCCION, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCION

Encargada una persona que controla y dirige todo el proceso de elaboración de los productos, pero de que de igual manera tiene su cargo específico y funciones: Jefe de Producción, controla inventarios y distribución, recibe la materia prima, despacha pedidos y otros anexos a estas funciones.

AREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

Maneja todo lo que concierne a la nómina del personal, sus prestaciones y liquidaciones de empleados, pagos a terceros, comprobantes, maneja las cuentas bancarias y sus respectivos créditos y otros anexos a estos.

AREA DE SERVICIO AL CLIENTE O RECEPCION

Tiene que ver con la primera entrada del personal que llega, visitantes, clientes y otros, siendo estos atendidos en la mejor de las formas, se reciben las inquietudes y necesidades del cliente y usuario a través de la línea de Servicio al Cliente, buzones y otros.

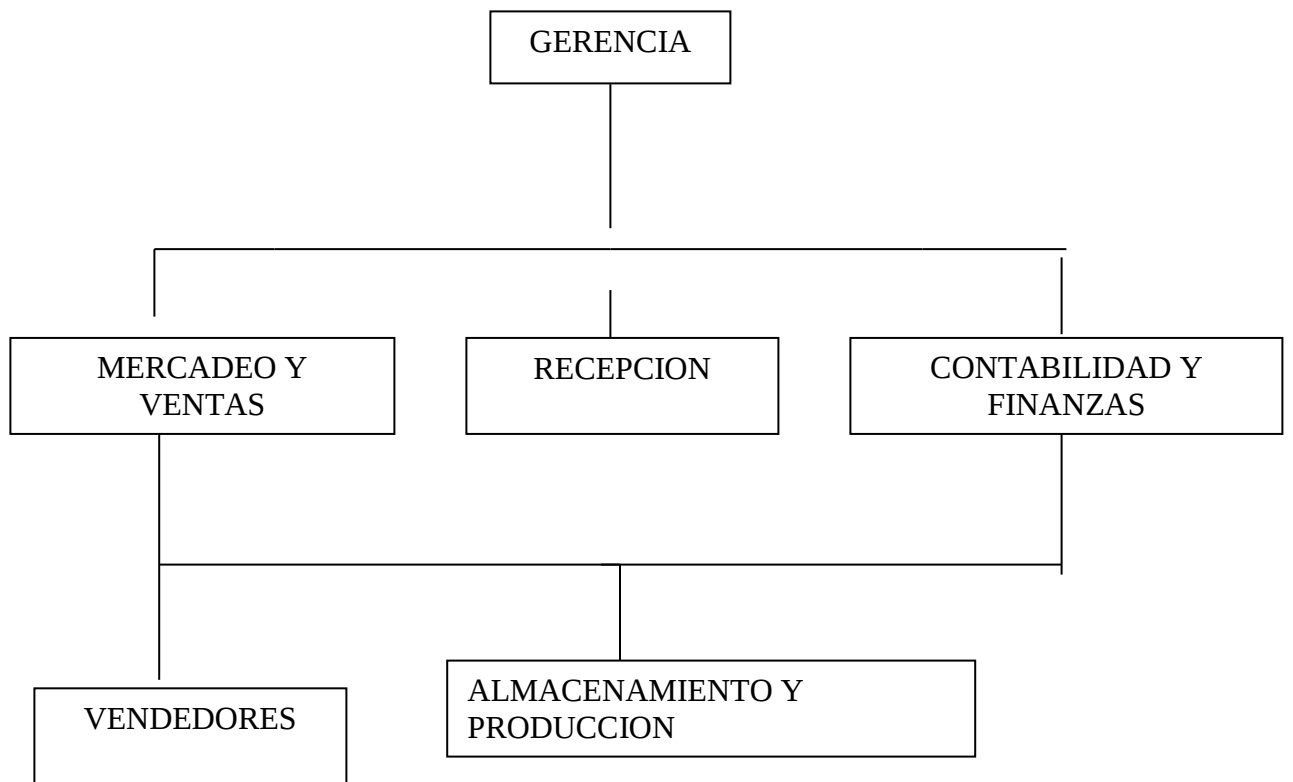
Constantemente se evalúan los resultados por departamentos, ya que estos y de acuerdo con sus actividades tiene cada uno metas a cumplir, esto con la propia responsabilidad de cada persona que trabaja en esta empresa, pero con el apoyo de la parte administrativa a través de la retroalimentación de cada actividad, con la ayuda de herramientas como:

Entrega de equipos para agilizar los procesos en caso de necesitarlos, Computadores, Maquinas de escribir, Sumadoras, Teléfonos y otros. Apoyo humano con más personal para determinada actividad, actualización de información entre otras.

Con esto estamos teniendo en cuenta que cada individuo es importante para nuestra organización y que sus opiniones también cuentan, entonces estamos aplicando metas y objetivos flexibles ante los cambios que se van generando, opiniones y decisiones que son tenidos en cuenta para mejorar nuestra competitividad y posicionamiento en el mercado, y con ello asegurar la estadía de cada miembro de la empresa desde sus dueños, empleados y clientes.

El revisor fiscal tendrá contacto directo con los tres socios y en común acuerdo se llegue a decisiones firmes en caso de presentarse.

5.2.11. Organigrama de la empresa



5.2.12. Manejo del equipo de trabajo: A cada persona en su ingreso a la empresa, durante el inicio de sus labores, se le dará a conocer:

Políticas, Reglamento interno, Horarios de Trabajo, Capacitación en sus funciones para el inicio de sus labores adquiriendo como consecuencia nuevos conocimientos, presentación del personal y sus respectivos jefes.

El desarrollo del personal se plantea ante frecuentes seminarios, conferencias y foros, en donde se les permita obtener e integrar nuevas experiencias, siendo favorables en la consecución de mejores cargos y representando para la empresa un incremento para la calidad y la eficiencia en sus integrantes, originando innovación y competitividad en el ámbito empresarial.

5.2.13. Sensibilización hacia el individuo: Dentro de nuestro plan de trabajo contamos con personas que sensibilizan y promueven las relaciones interpersonales, llegando si es preciso a casos particulares dependiendo de las actitudes y comportamientos de los empleados y que puedan afectar las buenas relaciones entre compañeros, esta función de sensibilización es promovida y ejecutada por la parte administrativa la cual esta a la vanguardia de los hechos para comprometerse y apoyar , en caso de que hayan desmejoramientos en las metas a cumplir, y teniéndose presente una política que es manejada por la empresa:

Incentivación del empleado a través de salarios justos, respeto hacia las otras personas independiente de su nivel cultura, social, económico, igualdad en las oportunidades para todos sin discriminación, y ya cada individuo en su función específica laboral de igual manera cumple unos deberes.

De esta manera se promueve una visión humana interna hacia la organización, por medio de la valoración de cada persona de acuerdo con su carácter, aptitudes, habilidades, conocimientos, falencias e integridad, trasmitiéndoles un aporte de mejoramiento a través de:

Motivaciones económicas, Sociales, Deportivas y Capacitaciones culturales, de Conocimiento, de Relaciones Humanas, Menciones, y Organización de actividades en forma constante que logre satisfacer todas las expectativas y los deseos, permitiendo Así la integración y la aceptación por parte de todos los integrantes de la empresa recibiendo de manera analítica y evaluativa todo aquello que se menciona en pro del mejoramiento individual, en donde esto se maneja positiva y no negativamente provocándole un cambio que será reflejado en su actitud para con los demás.

Estas personas en su ámbito social y familiar propenden manifestar sus niveles de mejoramiento, siendo ellos iniciadores en transmitir el cambio, teniendo en cuenta que las personas son diferentes y actúan según su carácter, dando el ejemplo con su integridad y valorando más a los suyos.

5.3 SISTEMAS DE INFORMACIÓN y DE COMUNICACIÓN

Los sistemas de información que nuestra empresa **‘INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ’** maneja esta dada a través del intercambio electrónico de datos (manejo externo) como primero porque nos contactaremos nacional e internacionalmente, actualizando información de base para actuar frente a la competencia y analizar nuestras decisiones en el incremento de productividad. Además de esta manera al tener contacto con otras empresas hacemos posibles negocios que por circunstancias de inconveniencia presencial agilizan y optimizan tiempo, lográndose abarcar todas las oportunidades posibles.

Aparte de los contactos empresariales que deseamos llevar, manejamos una pagina virtual donde todos nuestros clientes puedan manifestar sus inquietudes con respecto a nuestro servicio e inclusive puedan tener un conocimiento mas pleno de nuestra empresa, e información sobre nuestra existencia y los cambios que se van generando de acuerdo a las circunstancias como son: ventas y sus pronósticos, de creación de nuestra empresa, políticas que manejamos, puntos de venta, promociones y ofertas que brindamos en temporada, entre otros aspectos.

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Los medios de comunicación interna, esta dados de manera personal, ya que la empresa cuenta con un número pequeño de empleados. En caso de no tenerse el contacto personal se da a través de comunicados entre áreas y personas, de acuerdo a su jefe inmediato o nivel jerárquico.

5.4 MANUALES O INSTRUCTIVOS DE OPERACIÓN Y PERFILES

Los manuales presentados a continuación son dados para el área de producción y almacenamiento, ya que anteriormente se describe las funciones de cada área administrativa

CARGO: ALMACENISTA

PERFIL:

ESTUDIOS: Bachiller

EDAD: de 20 años hasta 40

SEXO: Hombre

EXPERIENCIA: Un año como almacenista.

FUNCIONES:

Diligenciar formatos de ingreso de materia prima y salida de producto terminado

Identificación de características establecidas para cada insumo según negociación.

Manejo de descargue y ubicación de insumos, igual para el producto terminado.

Manejo de inventarios con previa rotación del producto.

Manejo de stok e informes diarios.

PERFIL:

ESTUDIOS: Bachiller

EDAD: de 20 años hasta 40

SEXO: Hombre

EXPERIENCIA: tres manejo de maquinas.

FUNCIONES:

Prealistamiento de M. P.

Manejar proceso de transformación de M. P.

Identificación del punto final.

Manejo de moldeado

PERFIL:

ESTUDIOS: Bachiller

EDAD: de 20 años hasta 40

SEXO: Hombre

EXPERIENCIA: tres manejo de maquinas.

FUNCIONES:

Manejo de maquina cortadora

Manejo de material de empaque

Manejo de pesos y estructuras.

Manejo de fechas de vencimiento

Inspección de producto terminado

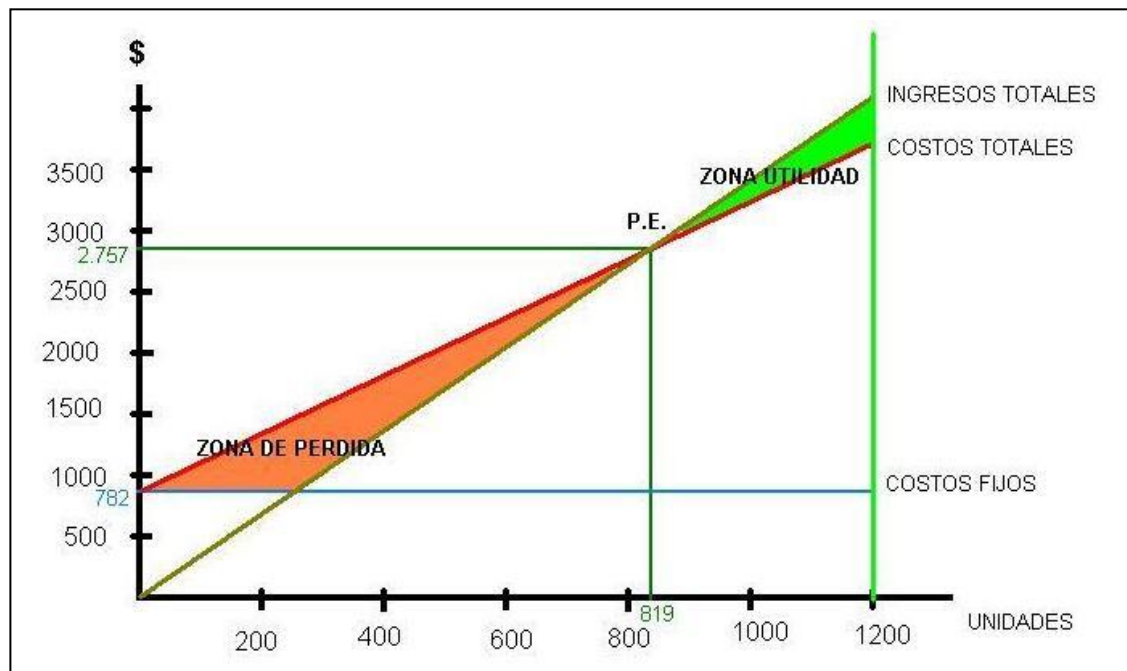
5.5 REGLAMENTOS

ANEXO REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

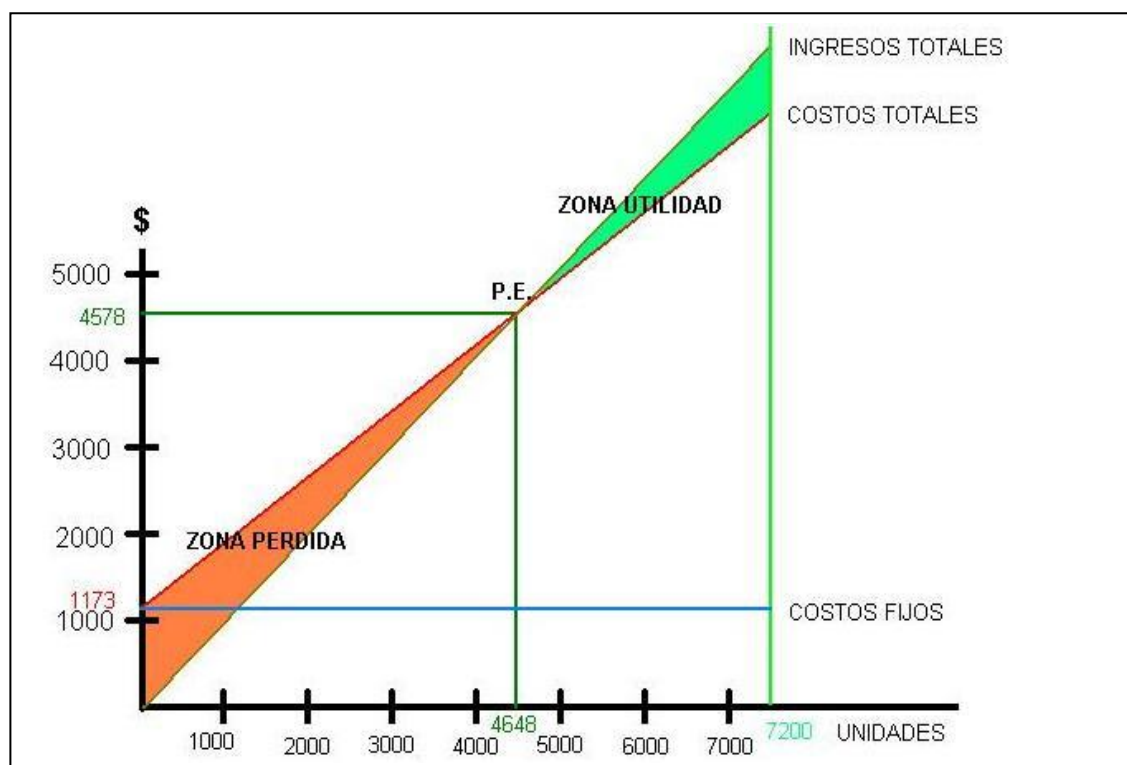
FASE III

PUNTO DE EQUILIBRIO

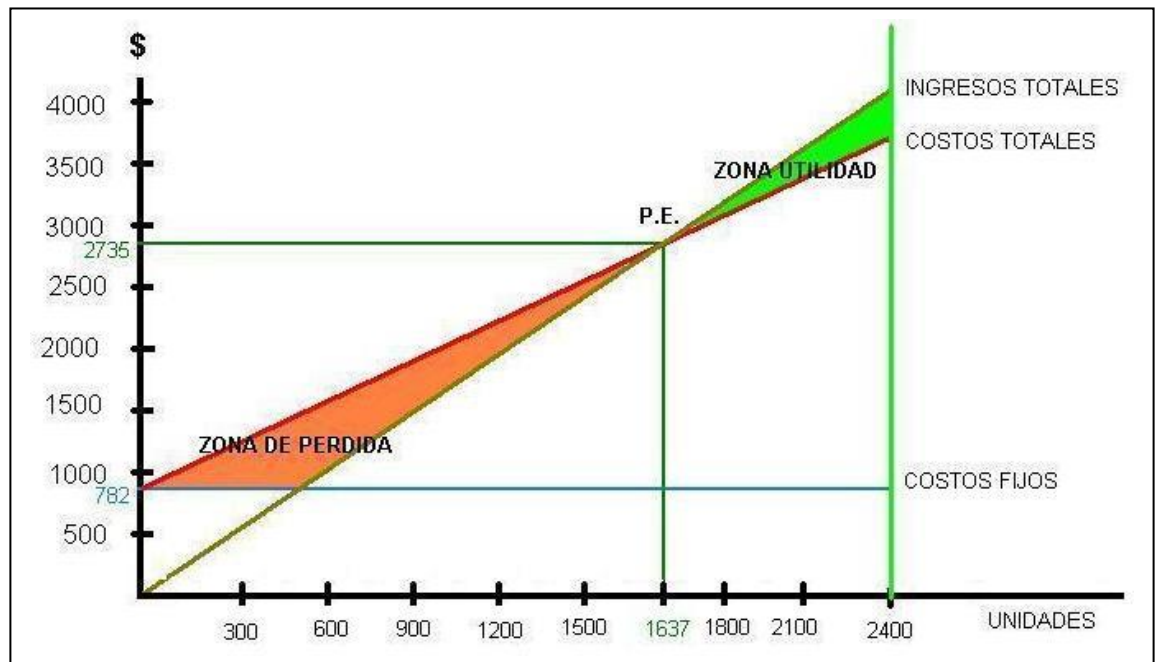
PUNTO EQUILIBRIO A



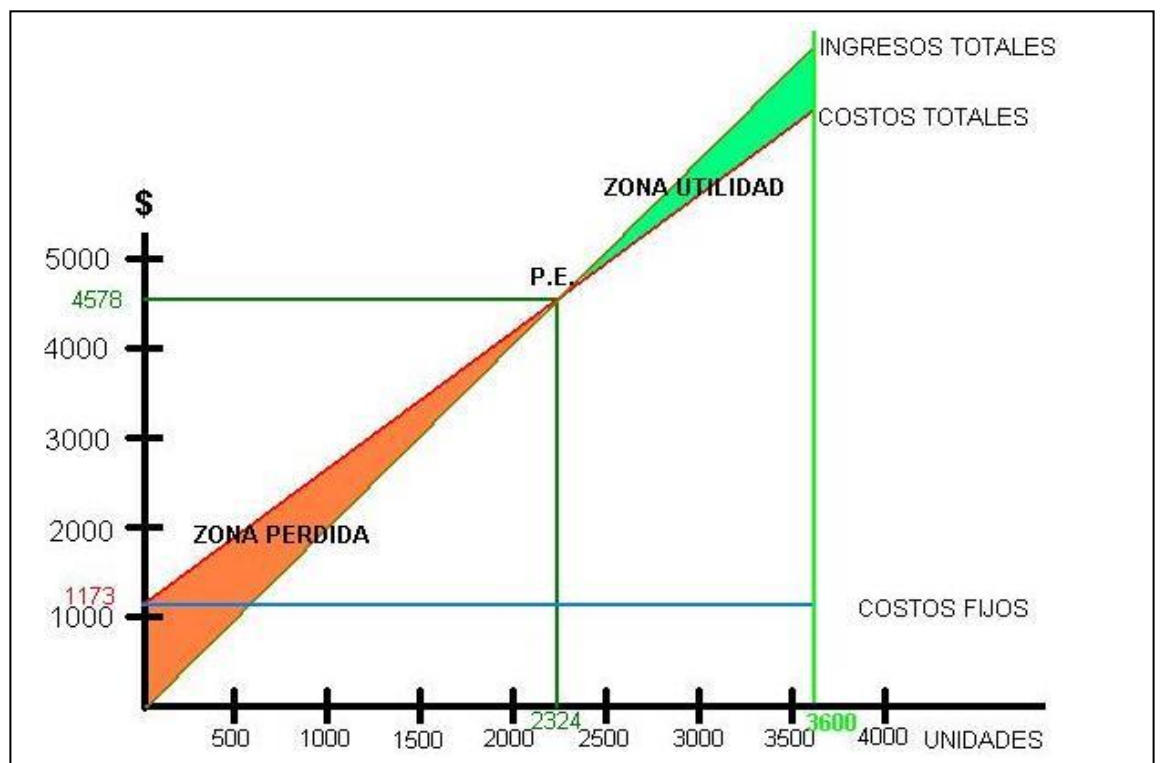
PUNTO DE EQUILIBRIO B



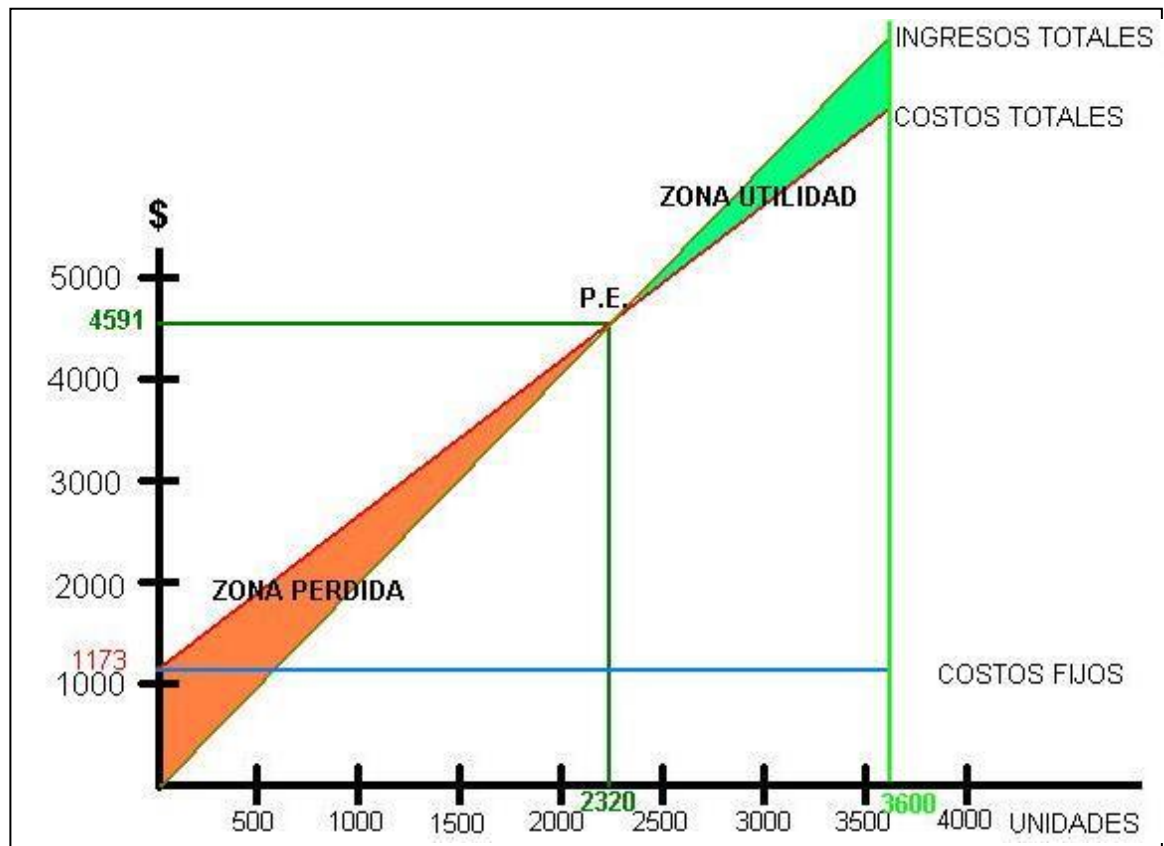
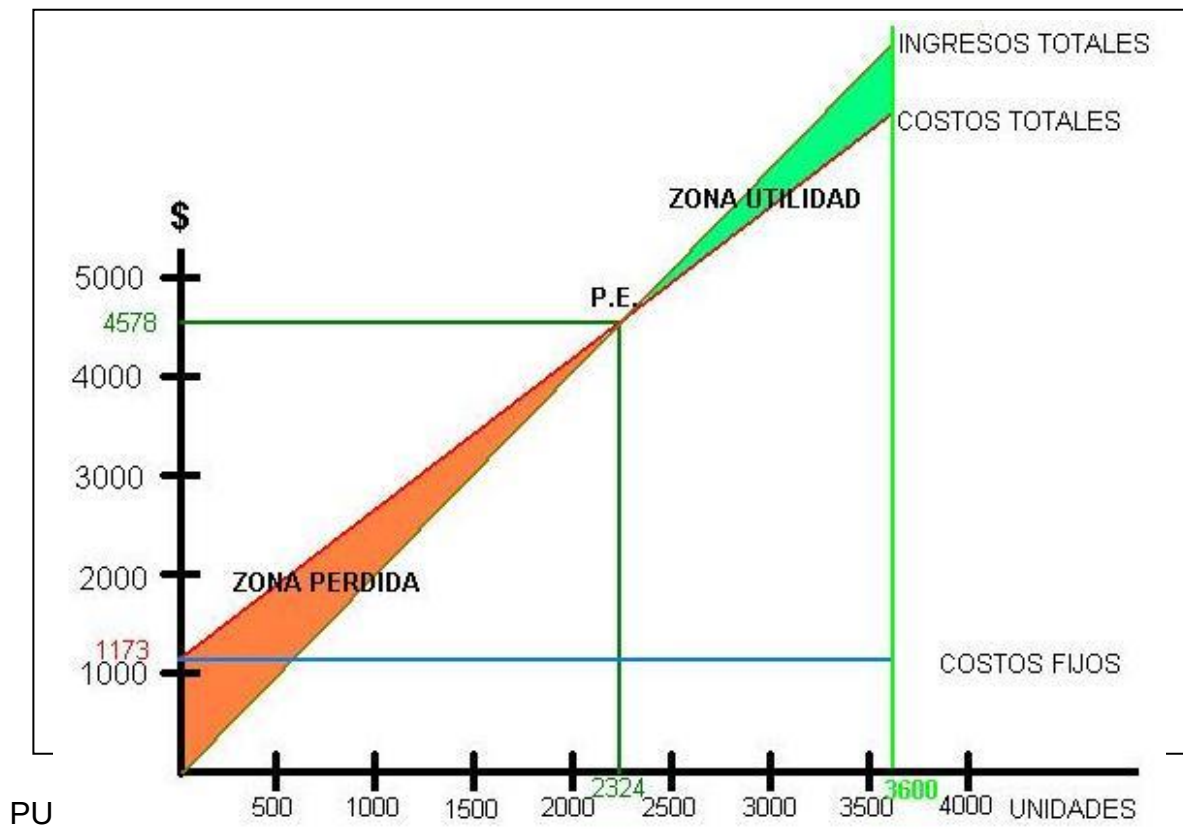
PUNTO DE EQUILIBRIO C



PUNTO DE EQUILIBRIO D



PUNTO DE EQUILIBRIO E



13. ANÁLISIS FINANCIERO

INGRESOS POR VENTAS

POLÍTICAS DE VENTA

Dándose la importancia real que merece el cliente para nosotros y para que nuestro proyecto pueda surgir, estipulamos las siguientes políticas de ventas:

- 1- El primer año de funcionamiento del proyecto manejara ventas totales de contado, evaluándose durante este transcurso de tiempo cada cliente, para proceder a concederles crédito para los próximos años. Esto de acuerdo a la cantidad de pedidos realizados durante el primer periodo, además la constancia y fidelidad para el mismo producto. Lo anterior con el objeto de circular y rotar el capital de trabajo que poco a poco se ira incrementando según el pronostico de producción y que nos lo muestra el estudio de mercados.
- 2- Para el segundo y tercer año se manejaran ventas de contado del 70% y el 30% a crédito. Para el cuarto y quinto año se manejaran ventas de contado del 50% y el otro 50% a crédito, a un plazo de 45 días, ya que la mayoría de las empresas ofrecen créditos no superiores a 45 días , por lo tanto estamos dando 15 días de mas para el crédito, además por que la empresa cuenta con los recursos necesarios para otorgar créditos a este plazo siendo proyectado para este periodo un crecimiento y

posicionamiento del producto en el mercado, que nos garantiza una mayor solidez y rentabilidad.

COMPRAS DE MERCANCIA

POLÍTICAS DE COMPRA

Las políticas que se manejan para las compras están dadas de acuerdo a lo establecido por los proveedores, sujetos a convenios por ambas partes, estipulamos las siguientes políticas de compras:

- 1- El primer año de funcionamiento del proyecto maneja compras totales de contado.
- 2- Para el segundo y tercer año se manejarán compras de contado del 70% y el 30% a crédito, Para el cuarto y quinto año se manejarán compras de contado del 50% y el otro 50% a crédito, para un plazo de 45 días.

POLÍTICA DE MANEJO DE PROVEEDORES

Los proveedores que maneja la empresa, serán provenientes del eje cafetero, siempre y cuando estos manejen negociaciones favorables para nosotros.

La empresa dispondrá de una base de datos donde reposarán las referencias de los proveedores existentes en la región; en la cual se encontrará sus insumos, capacidad de producción, precios, disponibilidad, condiciones de pago y facilidad de acceso, calidad.

PRONOSTICO DE PRODUCCION

La producción mensual es de 9.600 kilos en el año 0, siendo distribuida esta cantidad en las diferentes presentaciones: 25 % de la producción para la lonja y el 75 % restante para presentación individual, para el año 1 la producción es igual y el precio de venta se incrementa según tasa de inflación. Se estipula un crecimiento en la producción del 12.5% en el año 2, 3, 4 y 5 equivalente a 1.200 kilos mensuales mas, distribuidos en igual proporción para cada uno. Para los años 2, 3, 4 y 5 el precio de venta se incrementa según la tasa de inflación que se estima en un 8 %

CUENTAS DE MAYOR PARTICIPACIÓN - AÑO 1

ACTIVOS CORRIENTES

CAJA Y BANCOS 68.50 %

Maneja una alta participación en los activos corrientes, aunque es significativo el disponible requiere de una inversión temporal que genere una mayor eficiencia.

El disponible para nuestra empresa puede significar tener dinero inmediato por si se genera un gasto o una inversión en materia prima, aumentan los precios o los intereses, con motivos también crediticios que obligan mantener algún deposito de dinero a la vista en el banco para compensar sus servicios y posibles prestamos, y con motivos de transacciones normales de la empresa por lo tanto consideramos que para iniciar es bueno.

ESTRATEGIAS:

- Para darle continuidad al disponible se maneja un porcentaje de ventas de contado superior a un 70 % , que represente un ingreso inmediato, ya que para este año se ha manejado ventas totales de contado. Y es conveniente ofrecer éste servicio a los clientes.
- Realizar inversiones temporales representadas en C.D.T.S, una con el Banco Agrario, por periodo de 3 meses depositando el 20% del disponible y otro en el Banco de Bogotá a 6 meses con el 15%, considerado los adecuados para posibles negociaciones (Tasa Efectiva Anual 7.25 %) Las opciones elegidas; ya que estas entidades ofrecen una mayor rentabilidad en inversión. (Tasa Efectiva Anual 7.50% en el banco Agrario)
- Estudiar una inversión en activos fijos sin aumentar el endeudamiento, esto con el fin de ampliar y mejorar la locución y la planta de producción ante el crecimiento proyectado, dado para la adquisición de mayor tecnología, vehículos y para edificaciones.
- Optimizar los procesos de producción teniendo en cuenta que el movimiento en ingresos es cada vez mayor, mientras que en el activo fijo se visualiza el efecto de la depreciación.

POLÍTICAS:

- Para el activo Caja y Banco manejar un 20% de la totalidad del disponible con el banco agrario a un plazo de 3 meses, y el 15 % con el banco de Bogotá a un plazo de 6 meses, haciendo inversión temporal en C.D.T.S. o inversión en activo fijo.

ACTIVOS FIJOS: 33.86 %

Por ser una empresa industrial, la mayor parte de los activos fijos pertenecen a Maquinaria y Equipos.

ESTRATEGIA:

- Estipular un porcentaje de las utilidades para el mejoramiento y tecnificación de la Maquinaria y Equipo. Esta labor será asignada a la empresa MAQUICONS PEREIRA, especialistas en tecnificación de maquinaria industrial, realizada semestralmente

POLÍTICA:

- Establecer un 20 % de las utilidades mensuales para tecnificación de la planta productiva.

PASIVOS CORRIENTES:

PASIVOS FISCALES: 49 %

La representación del porcentaje es muy alta para la empresa. Consideramos que es malo; ya que esto ocasiona disminución en las utilidades y obliga en cierta forma a acceder a reestructuraciones en empleados, alza de precios en el producto, reducción de costos en insumos; entre otros.

ESTRATEGIAS:

- Acogernos a los planes que brinda el Gobierno Nacional para pago de impuestos a las pequeñas PYMES, acogiéndonos a programas especiales como la ley Quimbaya.

POLÍTICAS:

- Contratar una excelente asesoría tributaria que permita acceder de manera legal a los beneficios brindados por el Gobierno.
- Pago oportuno de impuestos para evitar suspensiones, cierre de la empresa y los procesos legales que emite el Gobierno.

PASIVOS A LARGO PLAZO: 74.44%

Nuestros activos han sido adquiridos mediante préstamo, lo cual en el momento se maneja una deuda muy alta, por lo tanto el índice es mala ya que en el momento estamos con una deuda que sobrepasa la mitad de los pasivos

ESTRATEGIA:

- Establecer un crecimiento en la ventas, capacidad instalada y por ende del mercado hacia otras regiones, que nos genere un aumento en los ingresos para efectuar pagos anticipados que permitan la disminución del gasto financiero, saldando la deuda en menor tiempo.
- Acceder a otras entidades bancarias, que apoyan a los microempresarios como son: I.F.I. , a través de un banco de segundo piso

POLÍTICAS:

- Establecer anualmente convenios con el Banco Agrario para realizar abonos anuales, representados en un 10 % de las utilidades.

PATRIMONIO

UTILIDADES DEL EJERCICIO: 58.41%

Las ventas de contado en el año 1, nos ha generado una buena utilidad; superando mas del 50%. Esto nos indica que la empresa ha generado buena liquidez.

ESTRATEGIAS:

- Continuar con la fabricación del producto inicial, sin alterar su calidad, y su precio por debajo de la competencia; además buscando mejoras en sus presentaciones que logren llegar a otros segmentos.
- Buscar alianzas con Empresas institucionales que aporten capital, conocimientos técnicos y de ventas para un mejor posicionamiento del producto.
- diseño de subproductos

POLÍTICAS:

- El producto llevará siempre la misma calidad y bajo precio al publico.
- Se formarán equipos de trabajo con personal profesional que estudie los procedimientos en el diseño de las novedades.

CUENTAS DE MAYOR PARTICIPACIÓN - AÑO 5

ACTIVOS CORRIENTES

CUENTAS POR COBRAR: 71.84%

Se representa un porcentaje muy alto para la empresa, lo cual es riesgoso y se debe dar cumplimiento a las políticas estipuladas por la Empresa; ya que mas de la mitad de los activos corrientes están en cartera, y esto no deja de ser un riesgo significativo. Igualmente no contamos con la realización de una Inversión Temporal, no obstante las ventas a crédito se deben conceder en menor proporción para lograr las metas de ventas que se han propuesto.

ESTRATEGIAS:

- Contratar servicios efectivos de cobranzas que permitan la recuperación de cartera.
- Implementar un programa de financiamiento para los clientes que adeudan.

Programa de Financiamiento:

- Recuperación de cartera un año pagadero en cuotas mensuales.
- El financiamiento se realizará de acuerdo al monto de la deuda: 30 días hasta un monto de \$ \$3.000.000, a 45 días hasta un monto de \$ 8.000.000,
- Descuento del 3% por cancelación de pronto pago de la totalidad de la deuda.

COBROS JURÍDICOS Y PREJURIDICOS:

- Acudir a los servicios de un Abogado para realizar los cobros correspondientes a los deudores que no tengan ninguna disposición de negociación con la Empresa
- Realizar cobros prejurídicos cuando sobrepasan los 60 días.
- Realizar cobros jurídicos cuando las facturas sobrepasan los 90 días.

POLÍTICAS:

- Establecer un porcentaje de descuento único de 3 % del valor total, a aquellos clientes que cancelen la deuda por pronto pago.
- Reducir el porcentaje de otorgamiento de crédito del total de las ventas para un porcentaje no superior al 30 % de la totalidad de la producción, fijando plazos según el monto de la venta.
- Acudir a los servicios de un Abogado, mediante Prestación de Servicios; quien realizara los cobros prejurídicos y jurídicos cuando exista vencimiento de las facturas a 60 y 90 días respectivamente.

Programa de Financiamiento:

- Recuperación de cartera un año pagadero en cuotas mensuales.
- El financiamiento se realizará de acuerdo al monto de la deuda: 30 días hasta un monto de \$ \$3.000.000, a 45 días hasta un monto de \$ 8.000.000,
- Descuento del 3% por cancelación de pronto pago de la totalidad de la deuda.

ACTIVOS FIJOS: 27.54%

Este porcentaje para la empresa es bueno ya que gran parte de los activos son de fácil disponibilidad mientras que parte de los activos fijos tienen una participación menor.

ESTRATEGIAS:

- Aumentar los volúmenes de la producción del 12.5 % anual y de las ventas para que nos generen mas utilidades y poder invertirlas en activos fijos

POLÍTICAS:

- Los activos fijos no están destinados a la venta, pero en caso de ser obsoletos serán vendidos y recuperados, cuando se presenten nuevas tecnologías o se hayan depreciado totalmente.
- Destinar un 15% de las utilidades para inversión en planta de producción, maquinaria, equipo y vehículo.

PASIVOS CORRIENTES:

PROVEEDORES: 60.04%

La empresa tiene una deuda muy alta con los proveedores, sin permitirnos realizar inversiones temporales o a corto plazo. Además no contaríamos con la misma disposición de créditos que antes, por el valor alto que se esta adeudando,

representado en cuentas por pagar de 2 meses. Lo anterior es muy malo para la Empresa porque no nos va a permitir aprovechar la capacidad instalada por la

disminución en la producción, ya que nuestros proveedores no concederán la entrega de insumos inmediatamente.

ESTRATEGIAS:

- Realizar el pago oportuno a los proveedores, según negociaciones con ellos.
- Avance de pagos a proveedores para descuento, de acuerdo al volumen de compra.

POLÍTICAS:

- Mantener la adquisición de la materia prima con proveedores habituales con el propósito de adquirir beneficios por el volumen de compra y por la fidelidad como clientes, ofreciendo menor tiempo a cambio de mayores descuentos.
- Negociar los plazos de los créditos con los proveedores.

Programa de Crédito Otorgado por Proveedores, según negociaciones con ellos:

- Plazos de pago de cuentas por pagar hasta de 45 días máximo.
- Descuento del 5 % por pronto pago.
- Descuento del 3 % por aumento en compra de insumos que superen los \$ 20.000.000.

PATRIMONIO

CAPITAL SOCIAL: 51.44%

El porcentaje dado es Bueno, ya que más de la mitad del patrimonio está en manos de los socios.

INCIDENCIA

AÑO 1

Ventas: Se manejan ventas totales de contado del 100 %, la cual es reflejada en caja y bancos con el 68.50 %.

La utilidad del ejercicio es del 58.41 % representa un mayor pasivo fiscal 49 % .

Los pasivos a largo plazo 74.44 % conllevan al incremento de los activos fijos con 33.86 %, aunque exista una deuda.

AÑO 5

Las cuentas por cobrar del 71.84 % no permite manejar un estado de proveedores oportuno en el pago, con el 60.04 %.

El capital social representa un 51.44%, siendo acumulado año tras año hasta el año 5, permitiendo la adquisición de activos fijos en un 27.54 %.

Incidencia con Indicadores:

AÑO 1

INDICADORES DE LIQUIDEZ:

$$\text{Razón corriente: } \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{133.268.303}{38.971.265} = 3.42$$

La empresa en el momento maneja una liquidez favorable, ya que por cada peso que se debe contamos con 3.42 pesos para saldar deudas.

$$\text{Prueba ácida: } \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{133.268.303 - 41.998.800}{38.971.265}$$

$$= 2.34$$

Se maneja un valor considerable del 2.34 por cada peso que debemos en el corto plazo, lo cual favorece a la empresa sin recurrir a la venta de los inventarios.

RENTABILIDAD:

$$\text{Margen Bruto: } \frac{\text{Utilidad bruta} \times 100\%}{\text{Ventas netas}} = \frac{208.685.240}{472.406.400} = 44.17 \%$$

La empresa para dar inicio a las labores considera una optima utilidad, ya que en el momento por cada 100 pesos vendidos nos arroja un 44 % de utilidad.

$$\text{Margen neto: } \frac{\text{Utilidad neta} \times 100\%}{\text{Ventas netas}} = \frac{31.824.766}{472.406.400} = 6.7 \%$$

Teniendo en cuenta que la empresa inicia labores, para ser el primer año, esta arroja una utilidad neta un 6.7 % frente a cada 100 pesos vendidos. Se considera que una empresa al iniciar labores por lo regular pierde dinero o se mantiene, por lo tanto nuestra empresa esta generando buena utilidad.

$$\text{Rentabilidad del patrimonio: } \frac{\text{Utilidad neta} \times 100\%}{\text{Patrimonio}} = \frac{31.824.766}{49.036.456} \times 100\% = 64.90$$

El patrimonio de la empresa esta representado en el 64.90 de las utilidades.

ENDEUDAMIENTO

$$\text{Nivel de endeudamiento: } \frac{\text{Total pasivos con terceros} \times 100\%}{\text{Activo Total bruto}} = \frac{152.446.727}{201.483.183} \times 100\% = 57.25\%$$

Por cada peso invertido en el activo, el 57.25 % es financiado por el pasivo con terceros. Lo cual significa una proporción, que no genera un riesgo para la empresa.

INDICADORES DE ACTIVIDAD

$$\text{Rotación de cartera: } \frac{\text{Ventas Netas}}{(\text{Cartera inicial} + \text{cartera final}) / 2}$$

Para el primer año las ventas totales fueron de contado, por lo tanto no se genera una visión del manejo de la cartera.

AÑO 5

INDICADORES DE LIQUIDEZ:

$$\text{Razón corriente: } \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{723.135.268}{411.200.732} = 1.75$$

La empresa por cada peso que debe, posee 1.75 pesos para responder, por lo tanto el índice es bueno, ya que tenemos disponible suficiente para responder sin necesidad de vender los inventarios.

$$\begin{aligned} \text{Prueba ácida: } \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}} &= \frac{723.165.268 - 53.558.640}{411.200.732} \\ &= 1.63\% \end{aligned}$$

La empresa maneja una capacidad de pago a corto plazo de 1.63 %

RENTABILIDAD:

$$\begin{aligned} \text{Margen Bruto: } \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} \times 100\% &= \frac{549.239.698}{1.039.014.779} \times 100\% = 52.86\% \end{aligned}$$

Las ventas para el año 5, están generando un 52.86 % de utilidad, lo cual es muy significativo para la empresa.

$$\begin{aligned} \text{Margen neto: } \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} \times 100 &= \frac{220.985.714}{1.039.014.779} \times 100\% \\ &= 21.26\% \end{aligned}$$

La empresa por cada peso vendido, esta generando 21.26 pesos de margen de utilidad neta.

$$\begin{aligned} \text{Rentabilidad del patrimonio: } & \frac{\text{Utilidad neta} \times 100}{\text{Patrimonio}} = \frac{220.985.714}{511.343.264} \times 100\% \\ & = 43.21\% \end{aligned}$$

La utilidad neta representa el 43.21 % del patrimonio.

ENDEUDAMIENTO

$$\begin{aligned} \text{Nivel de endeudamiento: } & \frac{\text{Total pasivos con terceros}}{\text{Activo Total bruto}} \times 100\% \\ & \frac{486.734.037}{998.077.301} \times 100\% = 49\% \end{aligned}$$

El 49 % de los activos totales corresponden a pasivos con terceros.

INDICADORES DE ACTIVIDAD

$$\begin{aligned} \text{Rotación de cartera: } & \frac{\text{Ventas Netas}}{(\text{Cartera inicial} + \text{cartera final}) / 2} \\ & = \frac{519.507.389}{(407.630.790 + 519.507.389) / 2} \\ & = 1.12\% \end{aligned}$$

Las cuentas por cobrar, se convirtieron en efectivo 1.12 veces el año, considerándolo desfavorable para la empresa, revisándose las políticas y estrategias de ventas.

Las cuentas por cobrar del 71.84% no permite manejar un estado de proveedores oportuno en el pago de 60.04 %.

El capital social representa un 51.44 %, siendo acumulado año tras año hasta el 5 año, permitiendo la adquisición de activos fijos en un 27.54 %.

VARIACIÓN - ANÁLISIS HORIZONTAL -

AÑO 1 Y 2

ACTIVOS

Caja y Banco: Se puede notar que el flujo de caja del año 2 en relación con el año 1 ha disminuido en un 24.97%; lo cual indica según el flujo de caja que para el año 2 se ha vendido a crédito, siendo el año 1 de contado.

Cuentas por cobrar: Durante el primer año las ventas fueron de contado; para el 2 año aumentaron los deudores en una gran proporción; ya que se empezó a manejar un 30 % de créditos para los clientes más fieles de la Empresa.

PASIVOS

Pasivos fiscales: Aumentó en un 23, 93 %. Hemos notado que sigue muy alto el índice de impuestos; cuando es mayor el crecimiento de la Empresa, aumenta igualmente el pago de impuestos.

Pasivos a largo plazo: Se refleja una disminución de 6.20 %, en la deuda adquirida inicialmente con el Banco. Lo cual nos muestra que se ha amortizando eficientemente.

PATRIMONIO

Utilidad del ejercicio: Se presenta un buen porcentaje, lo que origina un alto crecimiento a nuestra Empresa, generando mayores posibilidades de sostenimiento.

AÑO 4 Y 5

ACTIVOS

Caja y Bancos: El índice disminuyó en un 21.71%, generándonos menor liquidez, con menores posibilidades de inversiones temporales y poco acceso a créditos con otras entidades.

Cuentas por cobrar: Presenta un índice de aumento de 27.45%, notándose que existe una cartera muy alta. Con esto no tenemos buena disponibilidad de efectivo, además debemos crear nuevas estrategias para la recuperación de cartera.

PASIVOS

Proveedores: La empresa se encuentra actualmente con una deuda muy alta ante los proveedores; lo que nos obstaculiza a adquirir nuevos créditos para el año siguiente sin permitirnos mejorar la capacidad instalada.

Obligaciones financieras: Aumento el pago de intereses en un 23.85% debido a los cambios en las tasas de interés y el aumento en la tasa de inflación.

PATRIMONIO

Capital Social: Presenta un aumento, ya que se adquirieron otros activos fijos.

CAPITAL DE TRABAJO

Año 1:

Al ver el capital de trabajo, indica que los activos corrientes son suficientes para responder por el pasivo a corto plazo, además el pasivo corriente no es muy significativo, lo cual refleja que la disponibilidad no está muy comprometida en el corto plazo.

POLÍTICA:

- Invertir un 40% del incremento del capital de trabajo en cdts o fiducias en el Banco de Bogotá por un período de 6 meses.

Año 5:

En el capital de trabajo, indica que no es suficiente para responder con los pasivos adquiridos; a pesar que el índice (5.3%), es una cifra negativa no muy alta, podemos notar que la disponibilidad no está comprometida ya que representa un riesgo bajo.

POLÍTICAS:

- Optimizar los recursos para disminuir costos en materia prima, mano de obra y mantenimiento de equipos.
- Disminuir el consumo de los servicios públicos y de aseo.
- Ampliar negociaciones con los proveedores para continuar con la adquisición de insumos.
- Disminuir el otorgamiento de crédito a clientes.

14. APALANCAMIENTO

* FINANCIERO AÑO 5

CAPITAL SOCIAL: \$ 263.050.964 = VR POR ACCION \$ 131.525.48
VALOR POR ACCION \$ 2.000

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES

INTERES:	(\$ 16.573.019)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 353.577.143
IMPUESTO DE RENTA	(132.591.429)

UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	\$ 199.887.143
RESERVA LEGAL	<u>\$ 21.098.571</u>
UTILIDA POR DISTRIBUIR	<u>\$ 220.985.714</u>
	2000
UTILIDAD POR ACCION:	\$ 110.492.85.

GLORIA PATRICIA OSPINA:	666 ACCIONES X 131.525.48	\$ 87.595.970
MARTHA BIBIANA MADRID:	667 ACCIONES X 131.525.48	\$ 87.727.495
YANETH CANO:	667 ACCIONES X131.525.48	\$ 87.727.495

* MONETARIO AÑO 5

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO:	\$ 370.150.162
-----------------------------	----------------

IMPUESTO DE RENTA: (\$ 138.806.310)

UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS \$ 231.343.852

ACCIONES 2000

UTILIDAD POR ACCIONES \$ 115.672

GLORIA PATRICIA OSPINA: 666 ACCIONES X 115.672 \$ 77.037.552

MARTHA BIBIANA MADRID: 667 ACCIONES X 115.672 \$ 77.153.224

YANETH CANO : 667 ACCIONES X115.672 \$ 77.153.224

\$ 231.344.000

ANEXO

APALANCAMIENTO FINANCIERO AÑO 5

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES

INTERES:	(\$ 16.573.019)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 372.851.964
IMPUESTO DE RENTA	(139.819.487)

UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	\$ 233.032.478
RESERVA LEGAL	<u>\$ 23.303.248</u>
UTILIDA POR DISTRIBUIR	<u>\$ 256.335.726</u>

2000

UTILIDAD POR ACCION:	\$ 128.167.86
----------------------	---------------

GLORIA PATRICIA OSPINA:	666 ACCIONES X 128.167.86	\$ 85.359.794
MARTHA BIBIANA MADRID:	667 ACCIONES X 128.167.86	\$ 85.487.962
YANETH CANO:	667 ACCIONES X 128.167.86	\$ <u>85.487.962</u>

\$ 256.335.718

APALANCAMIENTO MONETARIO AÑO 5

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO:	\$ 389.424.983.
IMPUESTO DE RENTA:	(\$ <u>146.034.368</u>)
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	<u>\$ 243.390.615</u>
ACCIONES	2000

UTILIDAD POR ACCIONES	\$ 121.695
-----------------------	------------

GLORIA PATRICIA OSPINA: 666 ACCIONES X 121.695 \$ 81.048.870

MARTHA BIBIANA MADRID: 667 ACCIONES X 121.695 \$ 81.170.565

YANETH CANO : 667 ACCIONES X 121.695 \$ 81.170.565

\$ 243.390.000

15. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

$$VPN = W \text{ INGRESOS} - W \text{ EGRESOS}$$

$$T.I.O.: 14\%$$

$$T.I.O. = \frac{W \text{ INGRESOS}}{W \text{ EGRESOS}}$$

$$VP \text{ Ingresos} = 269.752.975 - 141.149.756$$

$$VP \text{ Ingresos} = 128.603.219$$

El proyecto ofrece un rendimiento superior. Esta utilidad genera riqueza en relación con otra alternativa.

RELACION BENEFICIO COSTO

$$R \text{ B/C} = \frac{287.752.975}{141.149.756} = 1.9$$

Por cada peso invertido, me genera una riqueza adicional de 0.91

TASA DE INTERES REPRESENTATIVA (TIR)

$$VPN = \text{interes } 36\% \quad TIO = 14\% = 128.603.219$$

$$VPN = 143.840.758 - 141.149.756$$

$$VPN = 2.691.002$$

$$VPN = \text{interes } 37\%$$

$$VPN = 140.314.593 - 141.149.756$$

$$VPN = - 835.163$$

Diferencia de tasas	VPN (valor absoluto)	% del total	Ajuste al % diferencia	T.I.R.
36 %	2.691.002	76.36 %	+ 0.7632	36.7632
37 %	- 835.163	23.66 %	- 0.3368	36.7632
Total 1 %		3.526.165	100%	

BIBLIOGRAFIA

BALLESTEROS ACUÑA, Victor Raül. Administración de la Producción, UNAD, Santafè de Bogotá, 1999

CASTILLO GARZÓN, Patricia. Métodos cuantitativos, UNAD, Santafè de Bogotá, 1998.

CONTRERAS, Marco Elías. Formulaciòn y Evaluaciòn de Proyectos, UNAD, Santafè de Bogotá, 1999.

GARZÓN CASTRILLÒN, Manuel Alfonso. Planeaciòn Estratégica, UNAD, Santafè de Bogotá, 2000.

GONZALEZ, Elsa Marina. Fundamentos de Mercadeo, UNAD, Santafè de Bogotá, 1999

IGAC-GOBERNACION DE Risaralda. Risaralda"características geográficas". Santa fe de Bogota, 1995.

RODRÍGUEZ ARENAS, Enrique. Geografía Económica de Colombia, UNAD, Santafè de Bogotá, 2000.

ANEXOS

ANEXO No. 1

ESCRITURA PUBLICA

Escritura Pública Número ciento once (111) -----

Fecha Septiembre 21 de dos mil uno (2001) -----

Acto: Constitución de Sociedad Ltda.-----

En el Municipio de Dosquebradas, Departamento de Risaralda, República de Colombia, ante mi ALEX MAURICIO RUIZ GOMEZ, Notaria única de éste circulo comparecieron los señores YANETH CANO BOTERO Identificada con la cédula de ciudadanía No. 25.170.441 De Santa Rosa de Cabal, de estado civil soltera, MARTHA BIBIANA MADRID MARIN, Identificada con la cédula de ciudadanía 42.119.071 de Pereira, de estado civil Soltera, y GLORIA PATRICIA OSPINA, identificada con cédula de ciudadanía No. 42.103.602 de Dosquebradas, de estado civil casada; domiciliadas en Dosquebradas y dijeron PRIMERO. Que por el presente documento público constituyen una sociedad civil y comercial de responsabilidad Limitada y girará bajo la razón social "INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTD.". SEGUNDO. El domicilio de la sociedad será Zona Industrial "La Macarena" del Municipio de Dosquebradas, pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, TERCERO. La sociedad tendrá como objeto: a) fabricación y Comercialización de productos comestibles "Bocadillo a base de Café". CUARTO. En el desarrollo del objeto, la sociedad podrá ejecutar y celebrar todos los actos y contratos lícitos de carácter comercial, civil y administrativos, tomar interés como socios en otras compañías, fusionarse con ellas o absorberlas, cuando su objeto sea similar, conexo o complementario con el de esta sociedad. QUINTO. La sociedad tendrá un capital de DIEZ Y SIETE MILLONES DOSCIENTOS ONCE MIL PESOS (\$17.211.000). Este capital ha sido suscrito y pagado en su integridad así:

YANETH CANO BOTERO	\$5.737.000
GLORIA PATRICIA OSPINA	\$5.737.000
MARTHA BIBIANA MADRID MARIN	\$5.737.000

Todos los aportes han sido pagados en efectivo SEXTO. La responsabilidad de los socios queda limitada al valor de sus aportes. SEPTIMO. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicará una reforma estatutaria y por consiguiente se hará por escritura pública, previa aprobación de la junta de socios. OCTAVO. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, NOVENO. Si los socios interesados en adquirir las cuotas discreparen respecto del precio o del plazo, se designaran peritos, DECIMO. La dirección y administración de la sociedad estará a cargo de La junta general de socios. DECIMOPRIMERO. La junta general de socios la integran los socios reunidos con el quórum y en las demás condiciones establecidas, sus reuniones serán ordinarias y extraordinarias. DECIMOSEGUNDO. Las reuniones ordinarias tendrán por objeto

examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía .DECIMOTERCERO. Las reuniones de la junta general de socios se efectuarán en el domicilio social. DECIMOCUARTO. Si se convoca la junta general de socios y la reunión no se efectúa por falta de quórum, se citara a una nueva reunión que sesionará y decidirá validamente con un número plural de socios, cualquiera que sea la cantidad de cuotas que esté representada. DECIMOQUINTO. Todo socio podrá hacerse representar en las reuniones de la junta general de socios mediante poder otorgado por escrito. DECIMOSEXTO. Las decisiones de la junta general de socios, se harán constar en actas aprobadas por la misma. genera de socios: a) estudiar y aprobar las reformas de estatutos; b) examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deben rendir los administradores, c) disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en estos estatutos y en la ley; d) elegir para periodos de un año y remover libremente al gerente, así como fijar la remuneración del primero; e) Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponde a los demás funcionarios de su elección; f) Considerar los informes que debe presentar el gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma junta se los solicite; g) Constituir las reservas que deba hacer la sociedad e indica su inversión provisional; h) Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios; DECIMOSEPTIMO. La sociedad tendrá un gerente de libre nombramiento y remoción de la junta general de socios. El gerente tendrá un período de UN (1) año, sin perjuicio de que pueda ser reelegido indefinidamente o removido en cualquier tiempo. DECIMOOCUARTO. El gerente es el representante legal de la sociedad, con facultades; PARÁGRAFO- El gerente requerirá autorización previa de la junta general de socios para todo pago o contrato que exceda de DIEZ MILLONES DE PESOS (\$10.000.000, 00), pero podrá contratar sin ninguna limitación. DECIMONOVENO. La sociedad tendrá un secretario para todos los actos y actas que realice la Empresa y una persona encargada de la parte contable y tendrán, además, las funciones adicionales que le encomienden la misma junta. VIGECIMO. Anualmente, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se harán el inventario y el balance general de fin de ejercicio, junto con el respectivo estado de pérdidas y ganancias. VIGESIMOPRIMERO. La sociedad tendrá una duración de diez (10) años contados a partir de la fecha de este instrumento, no obstante lo cual podrá disolverse y liquidarse antes del vencimiento, VIGESIMOSEGUNDO. La liquidación del patrimonio social se hará por un liquidador nombrado por la junta general de socios. VIGESIMOTERCERO. Los liquidadores deberán informar a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta mediante aviso que se publicará en un periódico que circule regularmente en el lugar del domicilio social VIGESIMOCUARTO. Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá al remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. VIGESIMOQUINTO. Se hace los siguientes nombramientos: PRESIDENTE: MARTHA BIBIANA MADRID MARIN, SECRETARIA: GLORIA PATRICIA OSPINA OSPINA, FISCAL: YANETH CANO BOTERO. Las personas designadas en este artículo ejercerán sus cargos desde la fecha de la presente escritura. LEIDA Y ADVERTIDOS DEL REGISTRO OPORTUNO DENTRO DEL TERMINO LEGAL. EN ELLA SE RATIFICAN Y FIRMAN JUNTO CONMIGO EL NOTARIO QUE DOY FE.-----DERECHOS \$24.010.00 RESOLUCION 037 DE 1998-----
EN LAS HOJAS NOTALIARES AA 10127434, 7435, 7436, 7437, 7438, 7439,7440-----

OTORGANTES.

GLORIA PATRICIA OSPINA

YANETH CANO BOTERO

MARTHA BIBIANA MADRID MARIN

ALEX MAURICIO RUIZ GOMEZ
EL NOTARIO UNICO DEL CIRCUITO DE DOSQUEBRADAS

ANEXO No. 2

PROYECTO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y TECNOLÓGICO, refuerzo encuesta a supermercados y almacenes de cadena

Nombre:

Sexo:

Actividad, ocupación:

Comportamiento de la oferta del producto: El Bocado

- 1- Cuales empresas han venido suministrando el producto al consumidor en los últimos cinco o diez años?
- 2- Hubo en este transcurso de tiempo empresas que han desaparecido, fracasaron o retiraron el producto del mercado y cuales fueron las causas para ello?
- 3- Modificaciones o cambios que se hayan hecho al producto en los últimos años, ya sea por calidad, presentación física, servicios complementarios o de postventa, usos adicionales, características técnicas e intangibles.
- 4- Cuales Productos sustitutos o complementarios satisfacen la misma necesidad
- 5- Cuantas son las cantidades ofrecidas por parte de los productores y/o comercializadores
- 6- Cuantas marcas comercializan? (# de competidores).
- 7- Ubicación geográfica productores o proveedores
- 8- Calidad del producto y servicios ofrecidos
- 9- Porcentaje manejado en los precios
- 10- La Distribución, directamente con quien se comercializa
- 11- Cuales cree que son las características que facilitan la venta del producto: precio, calidad, promociones, publicidad, servicio, otros
- 12- Manejan facilidades de pago : créditos ----- Rebajas-----
descuentos----- reposiciones----- otras-----

13-Cuales son los servicios de postventa manejados por quienes venden el bocadillo:
Muestras gratis, promociones, impulsadoras, otras.

14-Que piensa o cual seria su concepto sobre un bocadillo de café

15-Cual producto (demanda) mas volumen en ventas, cual presentación

ANEXO No. 3

ENCUESTA SOCIOECONÓMICA PEREIRA Y DOSQUEBRADAS

Objetivo: identificación de gustos y preferencias sobre el consumo y aceptación café

1- Identificación del encuestado.

Sexo-----

Edad-----

Actividad-----

2- Desarrollo de la encuesta

a- Consume productos a base de café si-----no-----

b- Contempla dentro de su canasta familiar el café si-----no-----

c- Consume el bocadillo en sus comidas si-----no-----

porque : Gusto----- Necesidad----- precio----- publicidad-----

d- Como consume el café :

a) postres ----- b) licores----- c) dulces-----

d) bebida tradicional ----- otros-----

e- Con que frecuencia consume diariamente el bocadillo

Una vez al día-----Dos veces al día-----Tres veces al día-----

Otro cual-----

f- Que marca de bocadillo prefiere -----

no se fija ----- no sabe ----- no le interesa-----

g- En que cantidad consume semanalmente el café 125 grms-----

250 gms-----500 gms-----1000 gms-----

Producto ampliado, aprobación del nuevo producto:

h- Le gustaría encontrar en el mercado un bocadillo de sabor a café :

Si ----- no-----

Deseo de compra

i- Lo compraría: si----- no----- por que:

j- Cual presentación preferiría

Barra ----- individual ----- caja ----- frasco -----
Otra----- Cual-----

Distribución : lugar de compra

k-Donde realiza sus compra:

supermercado----- Minimercado----- Tienda de barrio-----

i-Cuántas personas laboran en su hogar:

Una----- dos----- tres----- otra-----cual-----

ANEXO No. 4

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO “INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTDA.”

CAPITULO I.

Artículo 1. Quien aspire a desempeñar un cargo en la INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTDA., debe presentar hoja de vida actualizada y la solicitud por escrito a la Oficina Administrativa para registrarlo como aspirante y anexar los siguientes documentos:

- a) Fotocopia de los títulos obtenidos
- b) Certificado de los dos últimos patronos con quienes haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de labor ejecutada, el salario devengado y el motivo del retiro.
- c) Certificado de dos personas honorables sobre su conducta y capacidad.
- d) Libreta de servicio militar y cédula de ciudadanía, según el caso.

Parágrafo.- Quienes tengan la calidad de extranjeros requieren fotocopias auténticas de las visas y cédula de extranjería vigentes.

- e) Certificado médico general.

Los menores de dieciocho (18) años necesitan para trabajar, autorización escrita del Inspector del Trabajo o en su defecto, de la primera autoridad local, a solicitud de los padres, y a falta de éstos, del Defensor de Familia. Prohíbese el trabajo de los menores de catorce (14) años y es obligación de sus padres disponer que acudan a los centros de enseñanza. Excepcionalmente y en atención a circunstancias especiales calificadas por el Defensor de Familia, los mayores de doce (12) años podrán ser autorizados para trabajar por las autoridades señaladas en este artículo, con las limitaciones previstas en el Código del Menor.

Artículo 2. No pueden ingresar a la INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTDA. En calidad de empleados aquellas personas vinculadas dentro del 1o. y 2o. grado de consanguinidad y/o afinidad con quienes prestan sus servicios a la compañía.

CAPÍTULO II. PERÍODO DE PRUEBA

Artículo 3. Industria Comercial del Café Ltda., puede estipular en sus contratos ordinarios de trabajo un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de ésta las aptitudes del trabajador, sus cualidades y adaptabilidad a la Organización, y por parte de éste, la conveniencia de las condiciones de trabajo.

Artículo 4. El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario, los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

Artículo 5. El período de prueba no podrá exceder de dos (2) meses. Cuando el período de prueba se pacte por un lapso menor del límite máximo expresado, las partes podrán prorrogarlo antes de vencerse el período previamente estipulado y sin que el tiempo total de la prueba pueda exceder de dos meses.

Artículo 6. El Contrato de Trabajo en período de prueba podrá darse por terminado unilateralmente en cualquier momento sin previo aviso y sin indemnización alguna. Pero si expirado el período de prueba el trabajador continuare al servicio de la Empresa, con su consentimiento expreso o tácito, por este solo hecho, los servicios prestados por aquél a ésta se considerarán regulados por las normas generales del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba.

Los trabajadores en dicho período de prueba gozarán de todas las prestaciones que legalmente les corresponde.

CAPÍTULO III. HORARIO DE TRABAJO

Artículo 7. El horario de trabajo para el desarrollo de las labores de la Industria Comercial del Café Ltda. Es de: Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 12:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m., Sábado de 8:00 a.m. a 12:00 p.m.

CAPÍTULO IV. HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO

Artículo 8. Trabajo diurno es el comprendido entre las 6:00 a.m. y las 6:00 p.m. Trabajo nocturno es el comprendido entre las 6:00 p.m. y las 6:00 a.m.

Artículo 9. Trabajo suplementario o de horas extras es el que excede de la jornada ordinaria, y en todo caso, el que excede de la máxima legal.

Artículo 10. El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en este Reglamento sólo podrá efectuarse en doce (12) horas semanales distribuidas por la Empresa de acuerdo a las necesidades del servicio mediante autorización expresa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social o de una autoridad delegada por éste.

Artículo 11. El trabajo suplementario o de horas extras, se pagará por la Empresa en su caso, así: si es diurno, con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, y si es nocturno, con recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

Artículo 12. El trabajo nocturno por el solo hecho de ser nocturno, se remunerará por la Empresa, en su caso, con un recargo del treinta y cinco (35%) por ciento sobre el valor del trabajo diurno.

Artículo 13. Cada uno de los recargos a que se refieren los artículos anteriores se producen de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con ningún otro.

Artículo 14. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y de recargo por trabajo nocturno, en su caso, se efectuará junto con el salario del período siguiente a aquel en el cual sean reportados a la Dirección Administración, las horas extras y/o los recargos laborados por el empleado. **Parágrafo.** Industria Comercial del Café S.A., podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno de acuerdo con lo previsto por el Decreto 2352 de 1965.

Artículo 15. Industria Comercial del Café Ltda., no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras, ni el ejecutado en el horario nocturno o en días dominicales y/o festivos sino cuando expresamente lo exija a sus trabajadores. La solicitud de poder trabajar extras dominicales, festivos o en el horario nocturno, requiere aprobación previa de la Dirección Administrativa.

CAPÍTULO V. TURNOS ESPECIALES DE TRABAJO NOCTURNO

Artículo 16. Industria Comercial del Café Ltda., podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno, mediante la contratación de nuevos contingentes de trabajadores con quienes podrán pactar remuneraciones sobre las cuales no opera el recargo del treinta y cinco (35%) por ciento que señala el numeral primero del artículo 168 del Código Sustantivo de Trabajo.

Artículo 17. El trabajo de horas extras que se hiciere en los turnos especiales de que trata el artículo anterior, se remunerará con un recargo del 25% sobre el valor del salario ordinario que se hubiere pactado para el turno correspondiente.

Artículo 18. En ningún caso el salario para los turnos especiales de trabajo nocturno podrá ser inferior al salario ordinario que se pague en la misma Empresa por el trabajo diurno, a los trabajadores que ejecuten labores iguales o similares.

Artículo 19. Industria Comercial del Café Ltda., no podrá contratar para turnos especiales de trabajo nocturno a que se refiere el decreto 2352 de 1965, a los trabajadores que en la actualidad presten sus servicios en ella. Si lo hiciere, deber pagarles el recargo establecido en el numeral primero del artículo 168 del Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 20. Los contratos de trabajo o pactos sindicales que se celebren en desarrollo de Decreto 2352 de 1965 no podrán exceder de seis (6) meses, a juicio del Ministerio del Trabajo y Seguridad Social.

Artículo 21. Si en cualquier momento se comprobare que el trabajador enganchado para un turno nocturno especial se encuentra trabajando en otra empresa en jornada diurna el contrato de trabajo nocturno, no surtirá efecto alguno.

Artículo 22. Si la Empresa desea hacer uso de la autorización consagrada en el artículo Diez y seis (16) de este reglamento, deber comprobar ante el Ministerio de Trabajo que los trabajadores contratados para los turnos adicionales no están en la actualidad prestando sus servicios a la Entidad.

CAPÍTULO VI. DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIO

Artículo 23. Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todos los trabajadores tanto del sector público como del privado, tienen derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: Primero (1o.) de enero, seis (6) de enero, diecinueve (19) de marzo, primero (1o.) de mayo, veintinueve (29) de junio, veinte (20) de julio, siete (7) de agosto, quince (15) de agosto, doce (12) de octubre, primero (1o.) de noviembre, once (11) de noviembre, ocho (8) y veinticinco (25) de diciembre, además de los jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi, y Sagrado Corazón de Jesús.
2. Pero el descanso remunerado del seis (6) de enero, diecinueve (19) de marzo, veintinueve (29) de junio, quince (15) de agosto, doce (12) de octubre, primero (1o.) de noviembre, once (11) de noviembre, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús, cuando no caigan en días 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 originare el trabajo en los días festivos, se reconocerán en relación al día de descanso remunerado establecido en el inciso anterior.

Parágrafo.- La remuneración correspondiente al descanso en días festivos se liquidará como para el descanso en día dominical pero sin que haya lugar a descuento alguno por falta de trabajo.

Artículo 24. Industria Comercial del Café Ltda., solo estará obligada a remunerar el descanso dominical a los trabajadores que le hayan prestado sus servicios durante todos los días hábiles de la semana correspondiente, o si faltaren, lo hayan hecho por justa causa comprobada tales como: la enfermedad, el accidente, la calamidad doméstica, la fuerza mayor o el caso fortuito. No tiene derecho a la remuneración del descanso dominical el trabajador que deba recibir por este mismo día, auxilio o indemnización en dinero por enfermedad o accidente de trabajo, o que no haya trabajado algún día de la semana por haber sido sancionado legalmente, encontrarse en licencia no remunerada o por cualquier otra circunstancia que a juicio de la Empresa, no se considere como justa causa para la no asistencia al trabajo. Para los efectos de la remuneración del descanso dominical, los días de fiesta no interrumpen la continuidad y se computan como si en ellos se hubiere prestado el servicio por el trabajador.

Artículo 25. Como remuneración del descanso dominical, el trabajador a jornal recibirá el salario sencillo de un día, aún en el caso de que el descanso dominical coincida con una fecha que la ley señale como descanso obligatorio remunerado. En todo sueldo se entiende comprendido el pago del descanso en los días en que es legalmente obligatorio y remunerado.

Artículo 26. Cuando no se trate de salario fijo, como en los casos de remuneración por tarea, a destajo o por unidad de obra, el salario computable para los efectos de la remuneración del descanso dominical, es el promedio de lo devengado por el trabajador

en la semana inmediatamente anterior, tomando en cuenta solamente los días trabajados, salvo lo que sobre salarios básicos fijos, para estos mismos efectos, se establezca más favorable al trabajador, en pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales, de acuerdo con el artículo 141 del Código Sustantivo de Trabajo.

Artículo 27. La remuneración correspondiente al descanso obligatorio remunerado en días festivos de carácter civil o religioso, distintos del domingo, y de los señalados en el artículo 37 de este reglamento, se liquidar como para el descanso dominical, pero sin que haya lugar a descuento alguno por falta al trabajo.

Artículo 28. El trabajo en domingos o días de fiesta se remunerará con un recargo del ciento por ciento (100%) sobre el salario ordinario en proporción a la horas laboradas, sin perjuicio del salario ordinario a que tenga derecho el trabajador por haber laborado la semana completa. **Parágrafo.** Si con el domingo coincide otro día de descanso remunerado, sólo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en el numeral anterior.

Artículo 29. El trabajador que labore habitualmente un día de descanso obligatorio tiene derecho a un día de descanso compensatorio remunerado, sin perjuicio de la retribución en dinero prevista en el artículo 42.

Artículo 30. Industria Comercial del Café Ltda., podrá otorgar el descanso semanal compensatorio de las siguientes formas:

1. En otro día laborable de la semana siguiente.
2. Desde el medio día o las trece horas (1.00 p.m.) del domingo o del día de descanso obligatorio, hasta el medio día o las trece horas (1.00 p.m.) del lunes o del día siguiente al del descanso.

Artículo 31. En caso de labores que no puedan ser suspendidas, o cuando el personal no pueda tomar el descanso en el curso de una o más semanas, se acumularán los días de descanso en la semana siguiente a la terminación de las labores, o se pagará la correspondiente remuneración directamente en dinero, a opción del trabajador.

Artículo 32. El trabajador que excepcionalmente labore el día de descanso obligatorio, tendrá derecho a un descanso compensatorio, o a una retribución en dinero, a su elección, en la forma prevista en el artículo 28.

Artículo 33. Las personas que, por sus conocimientos técnicos o por razón del trabajo que ejecuten, no puedan ser reemplazadas sin grave perjuicio para la Empresa, deberán trabajar los domingos y días de fiesta, sin derecho a descanso compensatorio, pero su trabajo se remunerará conforme al artículo 28 del presente reglamento.

Artículo 34. Industria Comercial del Café Ltda., no pagará ninguna sobre-remuneración por trabajo dominical o en día festivo que no haya sido autorizado u ordenado previamente y por escrito, por la Dirección Administrativa.

CAPÍTULO VII. DESCANSO CONVENCIONAL O ADICIONAL

Artículo 35. Cuando por motivo de cualquier fiesta no determinada en el artículo 177 del Código Sustantivo del Trabajo la Empresa suspendiere el trabajo, ésta quedará obligada a pagar el salario de ese día como si se hubiera realizado. No está obligada a pagarlo

cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión del trabajo o su compensación en otro día hábil, o cuando la suspensión o compensación estuviere prevista en reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunera sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras.

CAPÍTULO VIII. VACACIONES REMUNERADAS

Artículo 36. Por cada año de servicios cumplidos, el trabajador tendrá derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Artículo 37.

1. La Industria Comercial del Café, concederá al empleado Vacaciones Colectivas y solamente mediante su autorización escrita, las vacaciones podrán ser tomadas en fechas diferentes a las que ella señale. Para los empleados que en tal época no llevaren un año cumplido de servicios, se entenderá que las vacaciones de que gozan son anticipadas y se abonarán a las que se causen al cumplir cada uno el año de servicios.
2. La Industria Comercial del Café, dará a conocer a sus empleados, con quince (15) días de anticipación, la fecha a partir de la cual concederá las vacaciones.
3. La Industria Comercial del Café, deberá llevar un registro especial de vacaciones en el que anotará la fecha en que ha ingresado al establecimiento cada empleado, la fecha en que toma sus vacaciones anuales y en que las termina y la remuneración recibida por las mismas.

Artículo 38. Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas.

Artículo 39. Es prohibido compensar las vacaciones en dinero, pero el Ministerio del Trabajo puede autorizar que se pague en dinero efectivo hasta la mitad de las vacaciones, en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la Empresa.

Artículo 40. Cuando el contrato de trabajo termine sin que el trabajador hubiere disfrutado de las vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá no solo por año cumplido de servicios sino proporcionalmente por fracción de año, siempre que ésta no sea inferior a seis (6) meses.

Artículo 41. Las partes podrán convenir en acumular las vacaciones hasta por dos (2) años, pero de todas maneras el trabajador gozará anualmente de por lo menos seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables. La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años cuando se trate de trabajadores técnicos, especializados, de confianza, de manejo o de extranjeros que presten sus servicios en lugares distintos a los de residencia de sus familiares. Si el trabajador goza únicamente de seis (6) días de vacaciones en un año, se presume que acumula los días restantes de vacaciones a las posteriores, en los términos del presente artículo. Quedan prohibidas la acumulación y la compensación, aún parcial, de las vacaciones de los trabajadores menores de 18 años durante la vigencia del contrato de trabajo, quienes deben disfrutar

de la totalidad de sus vacaciones en tiempo, durante el año siguiente a aquel en que se hayan causado. Cuando para los mayores de 18 años se autorice la compensación en dinero hasta por la mitad de las vacaciones anuales, este pago sólo se considerará válido si al efectuarlo la Empresa concede simultáneamente, en tiempo al trabajador, los días no compensados de vacaciones.

Artículo 42. En casos excepcionales autorizados por la Empresa, los empleados de manejo que hicieren uso de vacaciones podrán dejar un reemplazo, bajo su responsabilidad solidaria y previa aquiescencia de ésta. Si la Empresa no aceptare el candidato indicado por el trabajador y llamare a otra persona a reemplazarlo, cesar por este hecho la responsabilidad del trabajador que se ausente de vacaciones.

Artículo 43. Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día en que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, solo se excluirán para la liquidación de vacaciones el valor del trabajo en los 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 devengado por el trabajador durante el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan.

CAPÍTULO IX. PERMISOS

Artículo 44. La Industria Comercial del Café Ltda., concederá permisos a sus empleados, en las siguientes ocasiones:

- a) Para el ejercicio del sufragio. Para el desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación. Para concurrir al servicio médico. El aviso debe darse con la anticipación que las circunstancias lo permitan.
- b) En caso de grave calamidad doméstica, debidamente comprobada; la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que la constituye o al tiempo de ocurrir ésta, según lo permitan las circunstancias. En todo caso, el permiso así concedido no podrá exceder de tres (3) días.
- c) Para asistir al entierro de compañeros de trabajo siempre que se avise con un día de anticipación. La Empresa le concederá el permiso al 10% de los empleados.
- d) Para asistir a las reuniones de Pacto Colectivo, que previamente señale la Dirección Administrativa. El aviso será dado a las Dependencias con la debida oportunidad, por los Directores de dichas Dependencias.
- e) La Empresa podrá conceder además, permisos especiales o licencias en otros casos, siempre que los considere necesarios y compatibles con la marcha de las labores.

Parágrafo. En todo caso los empleados no pueden ausentarse sin haber recibido la autorización escrita de su Jefe inmediato la que requerirá también del visto bueno del Dirección Administrativa. Así mismo, y salvo convención en contrario y con excepción del caso de concurrencia al servicio médico, 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.

CAPÍTULO X. SALARIO MÍNIMO CONVENCIONAL

Artículo 45. La Industria Comercial del Café y el Trabajador convendrán lo relativo al salario que haya de corresponder al trabajador, teniendo en cuenta sus diversas modalidades, como por unidad de tiempo, por unidad de obra o a destajo y por tarea, pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales vigentes y aplicables.

Artículo 46. A los trabajadores quienes por motivo del servicio que presten, se les exija determinado número de horas, inferiores a la jornada legal de trabajo, se les computará el salario mínimo garantizado en proporción a las horas que trabajen.

Artículo 47. El salario puede convenirse todo en dinero efectivo, o parte en dinero y parte en especie. Este último se evaluará y se plasmará en el respectivo contrato de trabajo cuando exista.

Artículo 48. Es salario en especie la alimentación, habitación o vestuario que la Empresa en su caso, suministre al trabajador o a su familia, como parte de la retribución ordinaria del servicio.

Artículo 49. Se denomina jornal el salario por días, y sueldo el estipulado por períodos mayores.

Artículo 50. El pago del sueldo cubre el de los días domingo y de descanso obligatorio remunerado que se interpongan en el mes.

Artículo 51. Cuando el trabajo por equipo implique la rotación sucesiva de turnos diurnos y nocturnos, las partes podrán estipular salarios uniformes para el trabajo diurno y nocturno, siempre que estos salarios comparados con los de actividades idénticas o similares en horas distintas, compensen los recargos legales.

CAPÍTULO XI. LUGAR, FECHA DE PAGO Y PERÍODOS QUE REGULA

Artículo 52. La Empresa pagará el sueldo a sus trabajadores por quincenas vencidas, en sus instalaciones.

Artículo 53. El pago se hará directamente al trabajador o a la persona o personas que él autorice por escrito, previa la debida identificación de éstas y su aceptación por parte de la Empresa.

Artículo 54. Los reclamos originados por equivocaciones en el pago de la remuneración, se harán directamente por el interesado en la Dirección Financiera, durante la quincena siguiente a aquella en la cual se efectuó el pago.

CAPÍTULO XII. PRESCRIPCIONES DE ORDEN, HIGIENE, SEGURIDAD Y SERVICIOS MÉDICOS

Artículo 55. Los trabajadores tienen como deberes generales los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.

- c) Procurar la completa armonía con los superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de las labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y prestar leal colaboración en el orden y disciplina general de la Empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que se le confíen con honradez, eficiencia, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar, relacionados con el trabajo y la disciplina general de la Empresa, por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g) Ser verídico en todo caso.
- h) Recibir, aceptar y ceñirse a las órdenes, instrucciones y correcciones que le impartan sus jefes o quienes por sus calidades personales, representen a la Empresa, relacionadas con el trabajo, el orden y la conducta en general, en su verdadera intención, que es la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la Compañía en general.
- i) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique el respectivo superior para el manejo de las máquinas, equipos o instrumentos de trabajo, principalmente para evitar accidentes de trabajo.
- j) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar donde por orden de la Empresa deba desempeñarlo, siendo prohibido en consecuencia, salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de los otros compañeros o dependencias de la Empresa o fuera de ella.

Artículo 56. Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Prestar sus servicios de manera cuidadosa y diligente en el lugar, tiempo y condiciones acordadas.
2. Ejecutar personalmente el trabajo propio de su cargo o el que se le asigne.
3. No revelar procesos técnicos, industriales, comerciales o información que la Empresa considere como reservados, y que haya conocido con ocasión del servicio que preste para ésta.
4. Guardar estricta y prudente reserva sobre los procesos, determinaciones administrativas y financieras o aún, fórmulas de los productos que por cualquier circunstancia llegue a conocer.
5. Conservar y restituir en buen estado, salvo el deterioro normal y natural, los instrumentos y útiles que le hayan sido facilitados para la ejecución del trabajo y las materias primas sobrantes, así como los productos elaborados. Hacer uso de estos instrumentos y útiles de trabajo en el lugar que la Empresa indique para ello y solamente en beneficio de ésta evitando hacer o propiciar cualquier competencia contra ella.
6. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con los superiores y compañeros.

7. Comunicar oportunamente a su respectivo superior las observaciones o información necesarias para evitar molestias, daños y perjuicios en el trabajo, los intereses de la Empresa o de su personal.
8. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminente que afecte, amenace o perjudique las personas, las cosas, o los trabajos por realizar, a cargo de la Empresa.
9. Impedir el desperdicio de materiales.
10. Observar las medidas preventivas, higiénicas o de seguridad en general, prescritas por los Profesionales de la Empresa, o los respectivos reglamentos.
11. Cumplir fiel y estrictamente todas las disposiciones legales, contractuales y reglamentarias.
12. Registrar en las oficinas de la Dirección Administrativa su domicilio y dar aviso inmediato de cualquier cambio que ocurra. En consecuencia, en caso de cualquier comunicación que se dirija al trabajador, se entenderá válidamente notificada y enviada a éste, si se dirige a la última dirección que el trabajador tenga registrada en la Empresa.
13. Comunicar a la Dirección Administrativa de la Empresa, inmediatamente se produzcan cambios de estado civil, fallecimiento de hijos o padres, nacimiento de hijos con el fin de que la Empresa pueda actualizar sus registros en la hoja de vida para los efectos en que tales hechos incidan.
14. Dar pleno rendimiento en el desempeño de sus labores, laborar con iniciativa y de manera ordenada y efectiva la jornada reglamentaria, colaborando también, especialmente, en todas las actividades de trabajo que requieran de su concurso para ser ejecutadas satisfactoriamente.
15. Asistir con puntualidad al trabajo, según el horario asignado y debidamente preparado para iniciar su labor diaria.
16. Someterse a todas las medidas de control que establezca la Empresa a fin de obtener la puntual asistencia general.
17. Reportarse a su Jefe inmediato, a las horas de entrada y salida.
18. Observar estrictamente lo establecido por la Empresa para solicitud de permisos y para avisos y comprobación de enfermedad, ausencias y novedades semejantes.
19. Laborar en horas extras o días festivos, cuando así lo indique la Empresa por razones de trabajo.
20. Portar el carné de identidad que otorga la Empresa y presentarlo en todas las ocasiones en que así lo exija por razones de cualquier control.
21. Someterse a los controles y medidas indicados por la Empresa, para evitar sustracciones de objetos u otras irregularidades en materia de seguridad a nivel institucional.

22. Asistir con puntualidad y provecho a los cursos especiales de capacitación, entrenamiento o perfeccionamiento organizados e indicados por la Empresa, dentro o fuera de su recinto, a los que se le invita o se le indica participar.
23. Concurrir cumplidamente a las reuniones generales o de grupos de trabajo, organizadas y convocadas por la Empresa.
24. Cumplir estrictamente los compromisos de orden económico o semejantes adquiridos por el trabajador con la Empresa.
25. Evitar el embargo de su salario y los hechos que puedan conducir a ello.
26. No comprometer con descuentos de ley y/o voluntarios una suma de dinero que exceda del 50% del valor del sueldo mensual devengado.
27. Evitar cualquier acción u omisión que pueda conducir a cualquier persona o entidad a formular reparos ante la Empresa por la conducta y el cumplimiento de tareas y responsabilidades del trabajador.
28. Evitar que personas extrañas a la Empresa utilicen los servicios y beneficios destinados por ésta a sus trabajadores y a sus familiares.
29. Para aquellos trabajadores a quienes la Empresa suministre dotación, es obligatorio su uso diario, y su conservación en buenas condiciones.
30. Aceptar los traslados y cambios de oficio u horario siempre y cuando éstos no desmejoren las condiciones laborales.
31. De acuerdo con las condiciones establecidas por la Ley y las que fije la Empresa, someterse al examen médico de retiro.
32. Las demás que resulten de la naturaleza del contrato de trabajo, de las disposiciones legales y de las de este Reglamento, o las que le sean asignadas por la Empresa al trabajador en los Estatutos, Manuales de funciones, descripción de oficios, convención colectiva, pacto colectivo, contrato colectivo, laudo arbitral, cartas o circulares.

Artículo 57. Obligaciones especiales para los Directores, Jefes de Departamento o Sección, que presten sus servicios en áreas Administrativas y técnicas. Además de las obligaciones que rigen para los demás trabajadores son obligaciones para estas personas las siguientes:

1. La obediencia y especial fidelidad para con la Universidad.
2. Planear, organizar, dirigir, coordinar, controlar e impulsar el trabajo de cada uno de sus subalternos, con el fin de que se realicen las labores de los empleados dentro de las normas de la Empresa y en la calidad y cantidad por ella exigidas.
3. Dar a conocer y hacer cumplir las políticas, los reglamentos, las normas y procedimientos de la Empresa.
4. Mantener la disciplina dentro del grupo puesto bajo sus órdenes.

5. Informar y consultar a sus propios superiores sobre los problemas que puedan surgir en el trabajo.
6. Prestar plena colaboración al Dirección Administrativa de la Empresa para que se tramiten en forma debida y oportuna los asuntos relativos al manejo del personal a su cargo.
7. Dar buen ejemplo con su propia conducta.
8. Velar por la seguridad del personal bajo sus órdenes, haciendo cumplir las normas e instrucciones preestablecidas sobre el particular, procurando que todos los trabajadores utilicen y hagan uso adecuado de los elementos de dotación y de seguridad suministrados por la Empresa.
9. Formular sugerencias que subsanen los procedimientos administrativos o Técnicos que se encuentren disueltos o aquellas que indiquen la manera como pueden cambiarse esos mismos procedimientos a fin de ser más ágiles y que se ajusten a la realidad empresarial.
10. Informar oportunamente y por escrito, al Dirección Administrativa, sobre las faltas cometidas por cualquier trabajador a su cargo, a fin de que previo el procedimiento establecido en la Ley, Convención, Pacto Colectivo, Laudo Arbitral o normas del presente Reglamento de Trabajo, se impongan las sanciones a que hubiere lugar de acuerdo con la gravedad de la falta.
11. Las demás que se deducen del carácter que todo Directivo, Jefe de Departamento o Sección tiene como empleado de dirección, mando y confianza dentro de la Empresa.

Artículo 58. Servicios Médicos, Higiene y Seguridad. Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán a través de las Entidades Promotoras de Salud (EPS).

Artículo 59. Todo trabajador durante el mismo día que se sienta enfermo deber comunicarlo, a la EPS, a fin de que el médico 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. Una vez tenga el concepto médico deber informarle a su jefe inmediato y a la Dirección Administrativa, sobre el particular. Si éste no informa dentro del término indicado, o no se somete al examen médico que se le haya ordenado, su inasistencia al trabajo, en caso de ocurrir, se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar.

Artículo 60. Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamientos que ordene el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos que para todos o algunos de ellos ordenen la Empresa en determinados casos.

Artículo 61. El trabajador que se encuentre afectado de enfermedad que no tenga el carácter profesional y aunque no lo inhabilite para el trabajo, pero pueda constituir peligro para la sanidad del personal, por ser contagiosa o crónica, será aislado provisionalmente hasta que certifique el médico si puede reanudar tareas o si debe ser retirado definitivamente, dando aplicación al numeral 15, literal A, del artículo 7o. del Decreto 2351 de 1965.

Artículo 62. 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 la prevención de enfermedades y de accidentes de trabajo.

Artículo 63. Todo accidente de trabajo será comunicado inmediatamente por el empleado lesionado o su Jefe inmediato al Dirección Administrativa, para que éste procure los primeros auxilios y provea la asistencia del médico de la Entidad de salud al que se encuentra afiliado sin demora. El médico continuará el tratamiento respectivo e indicar la fecha en que la incapacidad cesa. La Empresa no responderá por el accidente que no sea reportado en la forma prevista en este artículo.

Artículo 64. De todo accidente se llevará un registro especial, indicando la fecha, hora, sector y circunstancias en que ocurrió, los nombres de los testigos presenciales si los hubiere, expresando sistemáticamente lo que éstos puedan declarar.

Artículo 65.

1. La Empresa no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o por culpa grave de la víctima, pues solo estará obligada a prestar los primeros auxilios.
2. Tampoco responderá por la agravación que se presente en lesiones o perturbaciones causadas por cualquier accidente, por razón de no haber dado el trabajador el aviso correspondiente, haberlo demorado sin justa causa o no haberse ceñido al tratamiento ordenado.

Artículo 66. En este reglamento están consignadas las normas tendientes a obtener de todos modos la regularidad y seguridad en el trabajo. Además, la Empresa expedirá su reglamento de higiene y seguridad, de acuerdo con el artículo 348 y siguientes del Código Sustantivo del Trabajo.

CAPÍTULO XIII. OBLIGACIONES ESPECIALES DE INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTDA.

Artículo 67. Son obligaciones especiales de la Empresa:

1. Poner a disposición de los trabajadores, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores en forma satisfactoria.
2. Procurar a los trabajadores instalaciones locativas apropiadas para el oficio y elementos adecuados de protección contra los accidentes y enfermedades profesionales, en forma que garantice razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar inmediatamente los primeros auxilios en caso de accidente o enfermedad. Para este efecto, la Empresa mantendrá lo necesario, a fin de prestar los primeros auxilios dentro de sus dependencias.
4. Pagar la remuneración pactada, en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.

6. Conceder al trabajador las licencias de que trata el artículo 58 de este reglamento.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato una certificación en que conste el tiempo de servicios, la índole de las labores y el salario devengado, e igualmente, si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen médico de retiro y darle certificación sobre el particular. Se considerará que el trabajador por su culpa elude o dificulta el examen, cuando transcurridos cinco días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para la práctica del examen, a pesar de haber recibido la información y/o orden correspondiente. En tal caso, cesa la obligación del patrono.
8. Cumplir con el reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.
9. Conceder a la trabajadora dos (2) descansos de treinta minutos cada uno, dentro de la jornada para amamantar a su hijo, sin descuento alguno en el salario por dicho concepto, durante los primeros seis meses de lactancia. No producir efecto alguno el despido que el patrono comunique a la trabajadora en tales períodos, o que si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.
10. Conservar el puesto a la trabajadora que esté disfrutando de los descansos remunerados por maternidad (Artículos 236 y 237 C.S.T.) o de licencia por enfermedad motivada en el embarazo o parto.
11. Llevar registros sobre trabajos en horas extras y trabajo de menores.

CAPÍTULO XIV. PROHIBICIONES ESPECIALES PARA LA INDUSTRIA COMERCIAL DEL CAFÉ LTDA. Y LOS TRABAJADORES

Artículo 68. Prohibiciones especiales para la Empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponden a los trabajadores, sin autorización previa de éste para cada caso, o sin mandato oficial, salvo en los casos autorizados por la ley a saber:
 - a) Respecto al salario pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151 del C.S.T. y Art. 23 del DL. 2351 de 1.965.
 - b) En cuanto a pensiones de jubilación, dado el caso de que la empresa estuviera obligada a reconocer tal prestación, se puede retener el valor respectivo en los casos del artículo 274 del Código Sustantivo del Trabajo. Y tratándose de cesantía se podrá retener en los casos previstos en el artículo 250 del mismo código.
 - d) La Empresa deducirá las respectivas cuotas sindicales de sus trabajadores, siempre y cuando que por parte del respectivo sindicato u organización sindical se cumplan estrictamente los requisitos que la ley ha señalado al respecto.
2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes o proveedurías que establezca la Empresa.

3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita a éste en el trabajo, o por otro motivo cualquiera que se refiera a las demás condiciones de éste.
4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en el ejercicio de su derecho de asociación.
5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter civil, religioso o político o dificultarles e impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.
6. Hacer, autorizar o tolerar 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 los certificados de que trata el numeral 7o. del artículo 57 del C.S.T., 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 ocupen en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados de sus servicios.
9. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofendan su dignidad.
10. Es prohibido a la Empresa el cierre intempestivo de ésta. Si lo hiciere, además de incurrir en las sanciones legales, deber pagarle a los trabajadores los salarios, prestaciones e indemnizaciones por el lapso que dure cerrada. Así mismo, cuando se compruebe que la Empresa en forma ilegal ha disminuido o retenido colectivamente los salarios de los trabajadores, la cesación de actividades de estos será imputable a aquella y dará derecho a los trabajadores para reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.
11. Los trabajadores que hubieren presentado a la Empresa un pliego de peticiones no podrán ser despedidos sin justa causa comprobada, desde la fecha de la presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.
12. Trasladar al menor de 18 años de edad del lugar de su domicilio.
13. Retener suma alguna al menor de 18 años de edad, salvo en el caso de retención en la fuente, aporte a la Entidad Promotora de Salud y cuotas sindicales.
14. Al patrono le queda absolutamente prohibido despedir a trabajadores menores de edad por motivo de embarazo sin autorización de los funcionarios encargados de la vigilancia y control del trabajo de menores. El despido que se produjere en este estado y sin que medie la autorización prevista no produce efecto alguno y acarrear las sanciones previstas en el numeral 3o. del artículo 239 del C.S.T. aumentadas en una tercera parte.

Artículo 69. Prohibiciones a los trabajadores.

Queda prohibido a los trabajadores:

1. Sustraer de la Empresa, los útiles de trabajo y las materias primas o productos elaborados, sin permiso de ésta.
2. Sustraer de la Dependencia en la que el trabajador debe cumplir con sus oficios, los útiles de trabajo, las materias o productos elaborados, sin previa autorización del Jefe inmediato para llevarlos a otras dependencias de la Empresa, cualquiera que sea la finalidad.
3. Presentarse al trabajo después de haber ingerido bebidas embriagantes en cualquier cantidad o bajo influencia de narcóticos o drogas enervantes.
4. Conservar armas de cualquier clase en el lugar de trabajo, a excepción de las que con autorización legal pueden llevar los celadores.
5. Disminuir intencionalmente el ritmo normal de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas de trabajo o excitar a sus declaraciones y mandamientos, sea que participe o no de ellos.
6. Hacer colectas, rifas, ventas de artículos o distribuir, sin autorización de la Empresa, periódicos, folletos, boletines, circulares, volantes, etc., dentro de las instalaciones o predios de la Compañía.
7. Coartar la libertad para trabajar, para afiliarse o no a un sindicato o pacto, para permanecer en él, o retirarse del mismo.
8. Ejecutar cualquier acto que ponga en peligro la seguridad de los compañeros de trabajo, la de sus superiores o la de terceras personas, o que amenace o perjudique las máquinas, elementos, edificaciones, talleres o salas de trabajo.
9. Suministrar a terceras personas, sin autorización expresa de la Empresa, datos relacionados con la organización o con cualquiera de los sistemas, servicios o procedimientos de la misma de que tenga conocimiento en razón a su oficio.
10. Aprovecharse en beneficio propio o ajeno, de los estudios, procedimientos, descubrimientos, inventos, informaciones o mejoras obtenidos o conocidos por el trabajador, o con intervención de él, durante la vigencia del contrato de trabajo.
11. Ocuparse en asuntos distintos de su labor durante las horas de trabajo, sin previo permiso del superior respectivo.
12. Intervenir en cualquier forma en la promoción, organización o realización de huelgas, paros, ceses o suspensiones del trabajo en la Empresa, cuando tales hechos tengan el carácter de ilegales, intempestivos o de alguna manera sean contrarios a las disposiciones de la ley y el reglamento.
13. Realizar defectuosa o negligentemente el trabajo.
14. Interponer o hacer interponer obstáculos de cualquier naturaleza para que el trabajo propio o el de otros trabajadores o máquinas y equipos situados en el lugar de trabajo, no salga en la cantidad, calidad y tiempo fijados por la Empresa.

15. Causar cualquier daño en la labor confiada, o en las instalaciones, equipos, y elementos de la Empresa.
16. Confiar a otro trabajador, sin la autorización correspondiente la ejecución del propio trabajo, el vehículo, los instrumentos, equipos y materiales de la Empresa.
17. Vender, cambiar, prestar o negociar en cualquier forma algún objeto de propiedad de la Empresa.
18. Presentarse retardado al trabajo.
19. Abandonar el trabajo asignado sin previo aviso al supervisor y sin autorización expresa de éste.
20. Comenzar o terminar el trabajo en horas distintas de las reglamentarias, sin orden o autorización expresa de su respectivo jefe inmediato.
21. Retirarse del turno antes de que se presente el trabajador que deba sucederle con la labor.
22. Efectuar reuniones de cualquier naturaleza, en locales o predios de la Empresa sin previo permiso de la misma, aún cuando sean en horas diferentes a las de trabajo.
23. Dormir en los sitios u horas de trabajo.
24. Solicitar a sus compañeros, préstamos en dinero o en especie.
25. Desacreditar o difamar en cualquier forma y por cualquier medio, las personas o el nombre de la Empresa.
26. Pasar a otro puesto o lugar de trabajo sin orden o autorización de su superior.
27. Recibir visitas de carácter personal en el trabajo.
28. Ingerir o mantener dentro de la Empresa, en cualquier cantidad, licores, tóxicos, explosivos, barbitúricos, estupefacientes, drogas enervantes y cualquier sustancia o producto semejante.
29. Fumar en los sitios prohibidos por la Empresa o en lugares donde pueda llegar a causar algún perjuicio a la misma o a su personal.
30. Destruir, dañar, retirar o dar a conocer de los archivos cualquier documento de la Empresa, sin autorización expresa de ésta.
31. Aprovechase de circunstancias especiales para amenazar o agredir en cualquier forma a sus superiores o compañeros de trabajo y ocultar el hecho.
32. Originar riñas, discordia o discusión con otros trabajadores de la Empresa o tomar parte en tales actos dentro o fuera de la misma.

33. No entregar al día y en debida forma su puesto de trabajo a quien por motivo alguno deba sucederlo.
34. Emplear más del tiempo necesario para realizar el objeto del permiso concedido por la Empresa o utilizar el mismo en asuntos diferentes a los solicitados.
35. Sacar de la Empresa paquetes u objetos similares sin ser revisados por los vigilantes o personas encargadas de hacerlo.
36. Transportar en los vehículos de la Empresa, personas u objetos ajenos, sin la debida autorización de su superior.
37. Disponer de dinero, cheques, letras de cambio y demás instrumentos negociables, artículos o valores que le sean entregados por cualquier concepto con destino a la Empresa o por ésta con destino a sus acreedores, clientes, trabajadores, etc.
38. Crear o alterar documentos para su beneficio personal.
39. No atender las órdenes e instrucciones impartidas por sus superiores.
40. Dedicarse a escuchar radio o ver televisión en horas y sitios de trabajo sin autorización de su inmediato superior.
41. Permitir que otros tengan que efectuar el trabajo que se le ha asignado cuando por su actitud negligente u omisiva, no lo realiza.

CAPÍTULO XV. ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES

Artículo 70. La Industria Comercial del Café Ltda., no podrá imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en la ley, el Reglamento, en pacto individual o colectivo o en el contrato individual de trabajo.

Artículo 71. Se establecen las siguientes sanciones disciplinarias así:

- a) El retardo en la hora de entrada o el retiro prematuro del trabajo hasta de quince (15) minutos, sin excusa suficiente cuando no cause perjuicio de consideración a la Empresa implica:
 - Por primera vez, amonestación verbal, por parte de su jefe inmediato.
 - Por segunda vez, amonestación por escrito, por parte de su jefe inmediato.
 - Por tercera vez, suspensión en el trabajo hasta por cinco días.
- b) La falta al trabajo en la mañana o en la tarde sin excusa suficiente cuando no cause perjuicio de consideración a la Empresa, implica:
 - Por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por tres días.
- c) La falta al trabajo durante un día, sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la Empresa, implica:
 - Por la primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días.
- d) La violación por parte del trabajador de los deberes, prohibiciones y obligaciones que no tengan el carácter de falta grave implica:
 - Por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por cinco días.
 - Por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días.

CAPÍTULO XVI. JUSTAS CAUSAS DE TERMINACIÓN UNILATERAL DEL CONTRATO DE TRABAJO

Artículo 72. Son justas causas para dar por terminado unilateralmente el contrato de trabajo las indicadas en el artículo 7o. del Decreto 2351 de 1.965, a saber:

POR PARTE DEL PATRONO.

1. El haber sufrido engaño por parte del trabajador mediante la presentación de certificados falsos para su admisión o tendientes a obtener un provecho indebido.
2. Todo acto de violencia, injuria, malos tratamientos o grave indisciplina en que incurra el trabajador en sus labores contra el patrono, los miembros de su familia, los Directivos o los compañeros de trabajo.
3. Todo acto grave de violencia, injuria o malos tratos en que incurra el trabajador fuera del servicio en contra del patrono, de los miembros de su familia de sus representantes y socios.
4. Todo daño material causado intencionalmente a los edificios, obras, equipos, materias primas, instrumentos y demás objetos relacionados con el trabajo y toda grave negligencia que ponga en peligro la seguridad de las personas o de las cosas.
5. Todo acto inmoral o delictuoso que el trabajador cometa en el taller, establecimiento o lugar de trabajo, o en el desempeño de sus funciones.
6. Cualquier violación grave de las obligaciones o prohibiciones especiales que incumben al trabajador de acuerdo con los artículos 58 y 60 del Código Sustantivo del Trabajo o cualquier falta grave calificada como tal en el pacto o convenciones colectivas, fallos arbitrales, contratos individuales o en el presente reglamento.
7. La detención preventiva del trabajador por más de treinta (30) días, a menos que posteriormente sea absuelto, o el arresto correccional que exceda de ocho (8) días aún por tiempo menor, cuando la causa de la sanción sea suficiente por sí misma para justificar la extensión del contrato.
8. El que el trabajador revele los secretos técnicos o comerciales o dé a conocer asuntos de carácter reservado con perjuicio de la Empresa.
9. El deficiente rendimiento en el trabajo, en relación con la capacidad del trabajador y con el rendimiento promedio en las labores análogas, cuando no se corrija en un plazo razonable a pesar del requerimiento del patrono. Para dar aplicación de esta causal, de acuerdo al artículo 2o. del decreto 1373 de 1.965, el patrono requerir previamente al trabajador dos veces cuando menos, por escrito mediando entre uno y otro aviso, un lapso no inferior de ocho (8) días. Si hechos los anteriores requerimientos, el patrono considera que aún subsiste el deficiente rendimiento laboral del trabajador, presentar a este un cuadro comparativo del rendimiento en promedio en actividades análogas, a efectos de que el trabajador pueda presentar sus descargos por escrito dentro de los ocho días siguientes, si el patrono no quedare conforme con las justificaciones del trabajador, así se lo hará saber por escrito, dentro de los ocho (8) días siguientes.

10. La sistemática inexecución, sin razones válidas por parte del trabajador de las obligaciones convencionales o legales.
11. Todo vicio del trabajador que perturbe la disciplina de la Empresa.
12. La renuencia sistemática del trabajador de aceptar las medidas preventivas, profilácticas o curativas, prescritas por el médico del patrono o por las autoridades para evitar enfermedades o accidentes.
13. La ineptitud para realizar la labor encomendada.
14. El reconocimiento al trabajador de la pensión de jubilación o invalidez estando al servicio de la empresa. Esta causal solo proceder cuando se trate de la pensión plena de acuerdo con la ley, la convención, el pacto colectivo, o el laudo arbitral.
15. La enfermedad contagiosa o crónica del trabajador, que no tenga carácter de profesional, así como cualquier otra enfermedad o lesión que lo incapacite para el trabajo, cuya curación no haya sido posible durante ciento ochenta (180) días. El despido por esta causa no podrá efectuarse sino al vencimiento de dicho lapso y no exime al patrono de las prestaciones e indemnizaciones legales y convencionales derivadas de la enfermedad.

En caso de los numerales 9 al 15 de este artículo, para la terminación del contrato, el patrono deber dar aviso al trabajador con anticipación no menor de quince (15) días.

POR PARTE DEL TRABAJADOR

1. El haber sufrido engaño por parte del patrono respecto a las condiciones del trabajador.
2. Todo acto de violencia, malos tratamientos o amenazas graves ingeridas por el patrono contra el trabajador o los miembros de su familia dentro o fuera del servicio, o inferidas dentro del servicio por los parientes, representantes o dependientes del patrono con el consentimiento o tolerancia de éste.
3. Cualquier acto del patrono o de sus representantes que induzca al trabajador a cometer un acto ilícito o contrario a sus convicciones políticas o religiosas.
4. Todas las circunstancias que el trabajador no puede prever al celebrar el contrato y que ponga en peligro su seguridad y su salud y que el patrono no se allane a modificar.
5. Todo perjuicio causado maliciosamente por el patrono al trabajador en la prestación del servicio.
6. El incumplimiento sistemático sin razones válidas por parte del patrono de sus obligaciones convencionales o legales.
7. La exigencia del patrono sin razones válidas de la prestación de un servicio distinto, en lugares diversos de aquel para el cual se le contrató.

8. Cualquier violación grave de las obligaciones o prohibiciones que incumben al patrono, de acuerdo con los artículos 57 y 59 del

Código Sustantivo del Trabajo o cualquier falta grave calificada como tal en pactos o convenciones colectivas, fallos arbitrales, contratos individuales o el presente reglamento.

Parágrafo. La parte que termine unilateralmente el contrato de trabajo debe manifestar a la otra, en el momento de la extinción de la causal o motivo de esa determinación. Posteriormente no puede alegarse válidamente causales o motivos distintos.

1.2 CAPÍTULO XVII. DESPIDOS EN CASOS ESPECIALES

Artículo 73. Cuando la Empresa considere necesario hacer despidos colectivos de trabajadores o terminar labores ya sea parcial o totalmente en forma transitoria o definitiva, por cualquier causa, deber solicitar autorización previa al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, explicando los motivos y acompañando las correspondientes justificaciones, si fuere el caso.

Artículo 74. En los casos de suspensión o terminación del contrato de trabajo por fuerza mayor o caso fortuito previstos en los artículos 51 y 466 del Código Sustantivo del Trabajo, la Empresa dará inmediato aviso al inspector del Trabajo correspondiente a fin de que compruebe esta situación.

Parágrafo. Los casos previstos en los artículos de este capítulo se tramitarán con arreglo a lo dispuesto por el Decreto 2351 de 1965.

CAPÍTULO XVIII. PROCEDIMIENTO PARA COMPROBACION DE FALTAS Y FORMAS DE APLICACIÓN DE LAS SANCIONES DISCIPLINARIAS

Artículo 75. Establece el siguiente procedimiento para la aplicación de sanciones disciplinarias:

1. El Jefe inmediato del trabajador una vez tenga conocimiento de la falta cometida, levantar un informativo de los hechos, con especificación precisa de los cargos, fecha y hora de los acontecimientos, etc., información que debe ser remitida inmediatamente a la Dirección Administrativa.
2. Recibido el informativo, el Director Administrativo o quien haga sus veces, procederá a citar al trabajador para oírlo en descargos o a solicitarle estos mismos por escrito, y si éste es sindicalizado, se le preguntar si desea ser asistido por dos representantes del Sindicato. En caso de que la respuesta sea afirmativa, se proceder de inmediato a citarlos y no se podrá continuar con el procedimiento sin su presencia. Si el trabajador no está sindicalizado, se le dará también oportunidad de ser oído por dos compañeros de trabajo.
3. Si el trabajador no presenta en el día y a la hora fijada sus descargos, se entiende que no tiene descargos que hacer. Si los dos representantes del sindicato no se presentan, el Director Administrativo dejará la constancia respectiva en el acta de descargos, haciéndola firmar de dos testigos, lo mismo hará en el caso de que el trabajador o los representantes se negaran a firmar el acta de descargos.

4. Los descargos del trabajador inculpado se harán constar en el acta correspondiente, se procurará obtener las pruebas conducentes para una mejor calificación y esclarecimiento de los hechos y se procederá a aplicar la sanción a que hubiere lugar de acuerdo con este Reglamento, la cual se notificará al trabajador por escrito.
5. Si entregada la notificación al trabajador, éste se negara a firmarla, quien hace la notificación hará firmar el duplicado de la misma por dos testigos con sus respectivos documentos de identidad, haciendo constar la negativa del trabajador a recibir o firmar el duplicado de la comunicación. De esta manera se entenderá para todos los efectos legales y reglamentarios surtida la notificación de la resolución tomada por la Empresa sobre el particular.

Artículo 76. No producir efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo.

Parágrafo.- El trabajador que se considere perjudicado por algún hecho relacionado con el trabajo, podrá presentar su reclamo de manera fundada, comedida y siempre por escrito, ante el superior inmediato o quien haga sus veces.

CAPÍTULO ESPECIAL. LABORES PROHIBIDAS PARA MUJERES Y MENORES

Artículo 76 Bis.- Queda prohibido emplear a las mujeres en trabajo de pintura industrial, que entrañe el empleo de la ceruza, del sulfato de plomo o de cualquier producto que contenga dichos pigmentos. Tampoco ser empleadas en trabajos subterráneos, salvo que se trate de una empresa en que estén laborando los miembros de una misma familia; las mujeres cualquiera sea su edad, no pueden trabajar en el lapso comprendido de las 10:00 de la noche a las 5:00 de la mañana, en ninguna de las siguientes empresas:

- a) Las minas, canteras e industrial extractivas de cualquier clase.
- b) La construcción, reconstrucción, conservación, reparación, modificación, demolición de edificios y construcción de toda clase de ferrocarriles, tranvías, puertos, muelles, canales, instalaciones para la navegación interior, caminos, túneles, puentes, viaductos, cloacas colectoras, cloacas ordinarias, pozos, instalaciones eléctricas, fábricas de gas, distribución de agua u otros trabajos de construcción, así como las obras de preparación y cimentación que preceden a los trabajos antes mencionados.
- c) El transporte de personas o mercancías por carretera, ferrocarril o vías, marítima o fluvial comprendida la manipulación de mercancías en los muelles, embarcaderos y almacenes.

Parágrafo.- (Art. 245 y 246 del Decreto 2737/89). TRABAJOS PROHIBIDOS PARA MENORES DE EDAD. 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 nocivas para la salud.
- 2.- Trabajo a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.

- 3.- Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyan 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 radioactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radio frecuencia.
- 6.- Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
- 7.- Trabajos submarinos.
- 8.- Trabajos en basureros 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 de pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
- 11.- Trabajos de pintura industrial que entrañen el empleo de la ceruza, del sulfato de plomo o de cualquier otro productor que contenga dichos elementos.
- 12.- Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, o 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, transmisiones, aceite, engrasado y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas de alta velocidad.
- 16.- Trabajos en cizallados, 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 de chorro de arena, trabajo en locales de vidrioado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
- 18.- Trabajo en soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
- 19.- Trabajo en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillo.
- 20.- Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos de 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 Trabajo y Seguridad Social.

Parágrafo.- Los trabajadores menores de dieciocho (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 Trabajo y Seguridad Social, o que tenga 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 graves riesgos para la salud o la integridad física del menor mediante un adecuado entrenamiento y la aplicación de las medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. "Quedan prohibidos a los trabajadores menores de dieciocho (18) años todo trabajo que afecte su moralidad. En especial les 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".

CAPÍTULO IX. PUBLICACIONES

Artículo 77. Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento el patrono debe publicarlo en el lugar del trabajo, mediante la fijación de dos copias de carácter legible en dos 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.

CAPÍTULO XX. VIGENCIA

Artículo 78. El presente reglamento entrar a regir ocho (8) días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento.

CAPÍTULO XXI. DISPOSICIONES FINALES

Artículo 79. Desde la fecha en que entre en vigencia este Reglamento, quedan suspendidas las disposiciones del reglamento que antes de la fecha haya tenido la Empresa.

CAPÍTULO XXII. CLÁUSULAS INEFICACES

Artículo 80. No producen ningún efecto las cláusulas del Reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador con relación a lo establecido en las leyes, contratos individuales, convenciones, fallos arbitrales, los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador.

CIUDAD: DOSQUEBRADAS.
DIRECCION: CARRERA 1 No. 18A-70
DEPARTAMENTO: RISARALDA
FECHA: MARZO DE 2003

YANETH CANO BOTERO
DIRECTORA MERCADEO Y VENTAS

GLORIA PATRICIA OSPINA OSPINA
DIRECTORA ADMINISTRATIVA

MARTHA BIBIANA MADRID MARIN
DIRECTORA FINANCIERA

ANEXO 6
AMORTIZACION