

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
JABÓN A BASE DE FIQUE, EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO**

**EDWIN ADRIAN ARTEAGA RIASCOS  
YENNIFER PAOLA ORDOÑEZ GARCÍA  
ANGIE JAZMÍN PANTOJA ANDRADE**

**UNIVERSIDAD CESMAG  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
CONTADURÍA PÚBLICA  
SAN JUAN DE PASTO  
2022**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
JABÓN A BASE DE FIQUE, EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO**

**EDWIN ADRIAN ARTEAGA RIASCOS  
YENNIFER PAOLA ORDOÑEZ GARCÍA  
ANGIE JAZMÍN PANTOJA ANDRADE**

Propuesta de trabajo bajo la modalidad de plan de negocios presentada como  
requisito para optar al título de Contador Público

**UNIVERSIDAD CESMAG  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
CONTADURÍA PÚBLICA  
SAN JUAN DE PASTO  
2022**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dedicado a Dios, a nuestras familias que sin importar las luchas diarias han estado apoyándonos incondicionalmente para cumplir nuestras metas sin decaer, pues mediante su dedicación, amor y entrega hacen que cada día nos esforcemos y luchemos sin miedo alguno, pues nos espera mucho por hacer en nuestras vidas y esto apenas es el comienzo un futuro prometedor.

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

Presidente del jurado

---

Jurado

---

Jurado

“El pensamiento que se expresa  
en esta obra es de exclusiva responsabilidad  
de sus autores y no compromete la ideología  
de la Universidad CESMAG”

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1.	<b>TÍTULO</b> 13
1.1	<b>DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL</b> 13
1.2	<b>OBJETIVOS</b> 15
1.2.1	Objetivo general 15
1.2.2	Objetivos específicos 15
1.3	<b>JUSTIFICACIÓN</b> 16
1.4	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b> 18
1.4.1	El fique en Colombia 18
1.4.2	El fique en Nariño 19
1.4.3	Comercio exterior del fique 24
1.4.4	Fábricas de jabones en Nariño 25
2.	<b>CONCEPTO DEL NEGOCIO</b> 26
2.1	<b>EN QUÉ CONSISTE EL NEGOCIO</b> 26
2.2	<b>IDENTIFICACIÓN DE BIENES Y DE SERVICIOS</b> 26
3.	<b>ANÁLISIS DEL MERCADO</b> 29
3.1	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> 29
3.1.1.	Población 30
3.1.2.	Muestra 31
3.2	Técnicas e instrumentos de recolección 33
3.3	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN</b> 33
3.3.1	Análisis encuesta aplicada a los Supermercados de San Juan de Pasto 34
3.3.2	Análisis de la encuesta desarrollada a los hogares de estrato 1, 2, y 3 de San Juan de Pasto 46
3.4	<b>ANÁLISIS DE LA DEMANDA</b> 58
3.4.1	Identificación y características de la demanda 58
3.4.2	Cálculo y proyección de la demanda 60
3.5	<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b> 62
3.5.1	Identificación de características de la oferta 62
3.5.2	Cálculo y proyección de la oferta 63
3.6	<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO</b> 63
3.7	<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b> 64
3.8	<b>DETERMINACIÓN DEL MERCADO INSATISFECHO</b> 66
3.9	<b>DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE PROVEEDORES</b> 66
3.10	<b>ESTRATEGIAS DE MERCADEO</b> 67
3.11	<b>PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO</b> 71
4.	<b>PLAN DE OPERACIONES</b> 72
4.1	<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS</b> 72
4.2	<b>LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA</b> 73
4.3	<b>IDENTIFICACIÓN DEL TAMAÑO DEL NEGOCIO</b> 76
4.4	<b>DISTRIBUCION FISICA E INGENIERIA DEL PROYECTO</b> 81

4.5	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	82
4.6	PLAN DE PRODUCCIÓN U OPERACIÓN	91
5.	ASPECTOS ORGANIZACIONALES	92
5.1	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	92
5.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	94
5.3	DESCRIPCIÓN DE MANUALES	94
5.3.1	Descripción de funciones	95
5.3.2	Descripción de procedimientos	108
5.4	REGLAMENTOS	108
5.4.1	Reglamento interno del trabajo	108
5.4.2	Reglamento de higiene y seguridad industrial	119
5.4.3	Reglamento del sistema de seguridad y salud en el trabajo	120
5.5	CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	123
6.	PLAN FINANCIERO	136
6.1	ESTUDIO ECONÓMICO	136
6.1.1	Determinación de inversiones	136
6.1.2	Cálculo de costos y gastos	139
6.1.3	Cálculo y proyección de los ingresos	153
6.1.4	Identificación punto de equilibrio	155
6.1.5	Estados financieros	159
6.1.5	Balance general	159
6.1.5.2	Estado de resultados	162
6.1.5.3	Flujo de fondos	164
6.2	EVALUACIÓN FINANCIERA	166
6.2.1	Valor presente neto (VPN)	166
6.2.2	Tasa interna de retorno (TIR)	170
6.2.3	Relación beneficio costo (RBC)	171
7.	IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES INCIDENCIAS	172
7.1	INCIDENCIAS ECONÓMICAS	172
7.2	INCIDENCIAS AMBIENTALES	172
7.3	INCIDENCIAS SOCIALES	173
8.	CONCLUSIONES	173
9.	RECOMENDACIONES	174
		175
	 <b>BIBLIOGRAFÍA</b>	 176
	 <b>ANEXOS</b>	 180

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1.</b> Índice de crecimiento poblacional 2016-2021	31
<b>Tabla 2.</b> Valor a pagar por un lote de 100 unidades de jabón a base de fique.	58
<b>Tabla 3.</b> Interés de los establecimientos de comercio en adquirir el producto	60
<b>Tabla 4.</b> Frecuencia de compra de jabones a base de fique en lotes de 100 unidades.	60
<b>Tabla 5.</b> Frecuencia de compra de jabones en período de tiempo.	61
<b>Tabla 6.</b> Proyección demanda de jabones artesanales a base de fique.	61
<b>Tabla 7.</b> Registro de competencia en el municipio de San Juan de Pasto.	62
<b>Tabla 8.</b> Precio de venta de establecimientos de comercio.	63
<b>Tabla 9.</b> Precio de venta de jabón de fique, datos según encuesta, hogares de estrato 1, 2 y 3.	64
<b>Tabla 10.</b> Cálculo de la demanda insatisfecha de jabones artesanales a base de fique.	66
<b>Tabla 11.</b> Presupuesto de la mezcla de mercadeo	71
<b>Tabla 12.</b> Ficha técnica del producto unitario	72
<b>Tabla 13.</b> Ficha técnica del producto por lotes.	73
<b>Tabla 14.</b> Matriz de macrolocalización puntuación por puntos.	75
<b>Tabla 15.</b> Matriz de microlocalización puntuación por puntos.	76
<b>Tabla 16.</b> Tamaño Producción Anual	77
<b>Tabla 17.</b> Tamaño Producción Anual proyectada	77
<b>Tabla 18.</b> Significado de la simbología.	78
<b>Tabla 19.</b> Equipo de comunicación y computo	83
<b>Tabla 20.</b> Muebles y enseres	84
<b>Tabla 21.</b> Maquinaria y equipo	87
<b>Tabla 22.</b> Plan de producción por lotes.	91
<b>Tabla 23.</b> Manual de funciones del gerente	95
<b>Tabla 24.</b> Manual de funciones del contador	96
<b>Tabla 25.</b> Manual de funciones de la secretaria-auxiliar contable	97
<b>Tabla 26.</b> Manual de funciones del operario	98
<b>Tabla 27.</b> Manual de funciones del impulsador	99
<b>Tabla 28.</b> Manual de funciones del jefe de producción	100
<b>Tabla 29.</b> Manual de funciones del auxiliar de servicios generales	101
<b>Tabla 30.</b> Inversiones Fijas	137
<b>Tabla 31.</b> Activos Diferidos	138
<b>Tabla 32.</b> Capital de trabajo	139
<b>Tabla 33.</b> Inversión.	139
<b>Tabla 34.</b> Costo de materia prima Jabón a Base de Fique por lote.	140
<b>Tabla 35.</b> Proyección del costo de materia prima	141

<b>Tabla 36.</b>	Costo Mano de Obra Directa	142
<b>Tabla 37.</b>	Proyección de la mano de obra directa	143
<b>Tabla 38.</b>	Costos Indirectos de Fabricación	144
<b>Tabla 39.</b>	Otros CIF	144
<b>Tabla 40.</b>	CIF PROYECTADOS	144
<b>Tabla 41.</b>	Nomina administrativa	146
<b>Tabla 42.</b>	Nómina del Área de Ventas	148
<b>Tabla 43.</b>	Proyección Nómina Administrativa y de Ventas	149
<b>Tabla 44.</b>	Depreciación de activos fijos.	150
<b>Tabla 45.</b>	Amortización	151
<b>Tabla 46.</b>	Consolidado De Costos Y Gastos	152
<b>Tabla 47.</b>	Precio de venta lote de jabón a base de fique	153
<b>Tabla 48.</b>	Proyección ingresos Jabón a Base de Fique	154
<b>Tabla 49.</b>	Costos Fijos	156
<b>Tabla 50.</b>	Costos Variables	156
<b>Tabla 51.</b>	Valores para sacar el punto de equilibrio	157
<b>Tabla 52.</b>	Punto de equilibrio en pesos.	157
<b>Tabla 53.</b>	Punto de equilibrio en cantidades	157
<b>Tabla 54.</b>	Balance General Inicial	160
<b>Tabla 55.</b>	Balance General Proyectado	161
<b>Tabla 56.</b>	Estado De Resultados Proyectado	163
<b>Tabla 57.</b>	Flujo de fondo inicial	164
<b>Tabla 58.</b>	Proyección Flujo de fondo	165
<b>Tabla 59.</b>	Cálculo de TIO	167
<b>Tabla 60.</b>	Flujo de producción	168
<b>Tabla 61.</b>	Flujo de inversión	168
<b>Tabla 62.</b>	Flujo de Caja	168
<b>Tabla 63.</b>	Valor presente neto (VPN)	169
<b>Tabla 64.</b>	Tasa interna de retorno (TIR).	170
<b>Tabla 65.</b>	Relación beneficio costo (RB/C)	171

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Producción de fique año por municipio 2007-2018	21
Cuadro 2. Producción de fique por departamento año 2016-2019	23
Cuadro 3. Exportación del fique 2019	25
Cuadro 4. Empresas dedicadas a la producción de jabones en Nariño	25
Cuadro 5. Diagrama de operaciones.	80

## LISTA DE GRÁFICAS

	<b>Pág.</b>
<b>Gráfica 1.</b>	Tamaño de la empresa. 34
<b>Gráfica 2.</b>	Actividad Económica. 35
<b>Gráfica 3.</b>	Comercio de jabones para el Aseo Doméstico. 36
<b>Gráfica 4.</b>	Tipos de jabones de uso doméstico Comercializados. 36
<b>Gráfica 5.</b>	Marcas de Jabones 37
<b>Gráfica 6.</b>	Presentación preferencial de jabones. 38
<b>Gráfica 7.</b>	Rango de tiempo para realizar los pedidos de jabones. 39
<b>Gráfica 8.</b>	Cantidad de lotes por pedido. 39
<b>Gráfica 9.</b>	Tipo de beneficios por parte de los proveedores. 40
<b>Gráfica 10.</b>	Formas de pago. 41
<b>Gráfica 11.</b>	Medios de Comunicación entre los proveedores. 41
<b>Gráfica 12.</b>	Conocimiento de la planta de fique 42
<b>Gráfica 13.</b>	Ventajas medioambientales de la planta de fique. 43
<b>Gráfica 14.</b>	Aceptación de los jabones artesanales. 44
<b>Gráfica 15.</b>	Precio aceptado de un lote de jabones de fique. 45
<b>Gráfica 16.</b>	Número de personas que conforman el hogar. 46
<b>Gráfica 17.</b>	Tipo de estrato. 47
<b>Gráfica 18.</b>	Hogares que utilizan jabón en barra. 48
<b>Gráfica 19.</b>	Preferencia en marcas. 49
<b>Gráfica 20.</b>	Consumo. 50
<b>Gráfica 21.</b>	Factores. 50
<b>Gráfica 22.</b>	Presentación. 51
<b>Gráfica 23.</b>	Pago promedio por jabón. 52
<b>Gráfica 24.</b>	Lugares de compra 53
<b>Gráfica 25.</b>	Medios de información. 54
<b>Gráfica 26.</b>	Información sobre el fique. 55
<b>Gráfica 27.</b>	Ventajas medioambientales del fique. 56
<b>Gráfica 28.</b>	Interés. 56
<b>Gráfica 29.</b>	Precios por jabón de 300gr. 57
<b>Gráfica 30.</b>	Precio a pagar por un pack de 2 jabones artesanales a base de fique. 58
<b>Gráfica 31.</b>	Precio a pagar por un pack de 5 jabones artesanales a base de fique. 59
<b>Gráfica 32.</b>	Lugares de compra. 65
<b>Gráfica 33.</b>	Punto de equilibrio de FIQUEBIODENAR S.A.S. 157

## LISTA DE FIGURAS

		<b>Pág.</b>
Figura 1.	Producción de fique	20
Figura 2.	Canal de distribución de los jabones artesanales a base de fique.	69
Figura 3.	Logo de la empresa	70
Figura 4.	Plano de distribución de la empresa.	81
Figura 5.	Plano de uso de suelo.	82
Figura 6.	Organigrama	94
Figura 7.	Símbolos de la norma ANSI - Diagramas de flujo	102

# 1. TÍTULO

Plan de negocios para la fabricación y comercialización de jabón a base de fique, en la ciudad de San Juan de Pasto.

## 1.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Uno de los productos de gran acogida en la limpieza de los hogares es el jabón, destacándose especialmente el jabón de ropa, ya que como lo afirma el Diario del ayuntamiento de Madrid<sup>1</sup> Desde el descubrimiento del mismo en Roma, accidentalmente en la antigüedad, por las mujeres que lavaban sus prendas en las aguas del río Tíber a los pies del monte sapo, éste se convirtió poco a poco en un bien indispensable, siendo muy eficiente para la limpieza de las prendas personales.

Ya con el tiempo se fue mejorando este producto, como según la página de internet Green Vita<sup>2</sup> menciona que el jabón fue elaborado de manera artesanal, con la ayuda de ingredientes naturales, utilizando especialmente las plantas aromáticas para el olor, pero en la actualidad su producción se ha modificado y ha aumentado fabricándose en grandes cantidades para poder llegar así a más hogares.

Por otro lado, la implementación de este artículo en el hogar ha traído consigo beneficios y consecuencias, como por ejemplo: mucha contaminación, debido a la variedad de fórmulas con químicos no amigables con el medio ambiente, que al ser vertidos sus residuos en las fuentes hídricas como Ariel Mercado afirma “se genera dificultad en la depuración de las corrientes de agua, daños a los microorganismos y cambios en los medios acuáticos”<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> CENTRO DE EDUCACIÓN AMBIENTAL CASA DE CAMPO. Historia del jabón. (en línea). En: Centro de educación ambiental casa de campo (España): 01, marzo, 2020. (consultada: 4, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://diario.madrid.es/cieacasadecampo/wp-content/uploads/sites/61/2020/03/Anexo-1-Historia-del-Jab%C3%B3n.pdf>

<sup>2</sup> GREEN VITA. ¿Qué impacto tiene el uso de jabones y detergentes en el medio ambiente (en línea)? En: Green vita healthy kitchen (Colombia): 9, septiembre, 2019. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://greenvita.com/blog/index.php/que-impacto-ambiental-tiene-el-uso-de-jabones-y-detergentes-para-el-medio-ambiente/>

<sup>3</sup> MERCADO, Ariel. Uso excesivo de jabones y detergentes en Colombia como contaminantes del agua (en línea). En: Monografías (Colombia): 2, junio de 2008. (consultada: 21, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.monografias.com/trabajos99/uso-excesivo-jabones-y-detergentes-colombia-como-contaminantes-agua/uso-excesivo-jabones-y-detergentes-colombia-como-contaminantes-agua2.shtml>

Entre los químicos y compuestos que afectan, se puede resaltar los surfactantes y sus variedades, ya que como establece la página web Chemical Safety Facts “algunos de ellos se tardan más tiempo que otros, en descomponerse, por el grado de contaminación que se da como consecuencia de los largos periodos en los que este químico queda expuesto en el medio”<sup>4</sup>. Según Montse Peirón<sup>5</sup> Los surfactantes además de ser de los más abundantes en las fórmulas, cambian la solubilidad de las grasas y de las proteínas, y en consecuencia alteran el funcionamiento de las membranas celulares de los seres vivos. Es decir, son tóxicos en alguna medida para la vida acuática.

Si bien todos los surfactantes pueden llegar a descomponerse, el tiempo es indispensable para su biodegradación, por lo que a mayor tiempo de biodegradación mayor será el impacto ambiental causado.

Además de los surfactantes, también los fosfatos, causan la eutrofización, generando una afectación grave en los ecosistemas acuáticos, de igual manera los bloqueantes, los fosfonatos, los policarboxilatos que no se biodegradan en el agua.

Ahora bien, el empaque utilizado en este producto “el jabón de ropa” también afecta gravemente al ambiente por su tiempo de biodegradación es extremadamente alto.

Por lo anteriormente expuesto, una alternativa a esta afectación, es la propuesta de utilizar materias primas ecológicas, como por ejemplo las plantas y entre ellas el fique, que contiene propiedades limpiadoras, biodegradables como lo son las saponinas y está a su vez se compone de hecogenina que ayudan al medio ambiente.

Esta materia prima el fique cuyo origen según la página de internet Refimax, “se da sobre todo en las regiones andinas de Colombia, Venezuela y Ecuador, donde prevalecen en condiciones tropicales durante casi todo el año. En Colombia, el Fique se cultiva en la parte alta de la sierra templada y fría. En sus orígenes, el Fique crecía casi de manera espontánea y los habitantes de estas regiones lo desfibraban para la fabricación de alpagatas, redes y cuerdas para sus labores

---

<sup>4</sup> CHEMICAL SAFETY FACTS, Surfactantes (en línea). En: Chemical safety facts (Colombia): s.f. (consultada: 12, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.chemicalsafetyfacts.org/es/temas-de-quimica-y-videos/>

<sup>5</sup> OPCIONS. El impacto ambiental de los detergentes convencionales (en línea). En: Opción (España): noviembre, 2018. (consultada: 20, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://opcions.org/es/consumo/impacte-ambiental-dels-detergents/>

domésticas, igualmente sus subproductos eran utilizados con fines medicinales”<sup>6</sup>. Esta planta es una de las fibras vegetales más representativas de la América Tropical, que ofrece infinidad de utilidades industriales y artesanales al mundo brindando fibras largas, duras con atributos importantes para la producción de cordeles, empaques y textiles entre otros. Se combina con otras fibras naturales para diversificar la gama de productos”<sup>7</sup>. Según Prieto, “el fique es una fibra biodegradable que al descomponerse se emplea como alimento y abono; además, no contamina el agua y permite hacer producción limpia. Sus ventajas son tanto ambientales como de economía, facilidad y calidad”<sup>8</sup>.

Por esto, se puede afirmar que los beneficios obtenidos del cultivo, producción y transformación de esta planta de fique, que crece de forma natural, no necesita de mucha inversión, tampoco químicos fuertes, además no genera desechos tóxicos que perjudiquen el medio ambiente.

De esta manera, el siguiente plan de negocios busca evaluar la idea de negocio que está centrada en la fabricación de un jabón biodegradable, que contribuya con la conservación, mitigación del daño al medio ambiente, como una propuesta para un cambio y ayude a la reducción de la contaminación de las fuentes hídricas y la biodiversidad, promoviendo el uso de jabones ecológicos a base de fique como materia prima, y por otro lado promover el cultivo de esta planta que tiene como ventaja que su cultivos se dan a lo largo de todo el año, impulsando estos cultivos para generar más trabajo en el sector rural.

## 1.2 OBJETIVOS

**1.2.1 Objetivo general.** Formular un plan de negocios para la producción y comercialización de jabones a base de fique para la ciudad de San Juan de Pasto.

### 1.2.2 Objetivos específicos

❖ Realizar un estudio de mercado para la producción y comercialización de jabones a base de fique para la ciudad de San Juan de Pasto.

---

<sup>6</sup> BIODISEÑOS REFIMAX. Historia del Fique en Colombia (en línea). En: Biodiseños refimax (Colombia): 28, agosto, 2009. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://refimax.blogspot.com/2009/08/historia-del-fique-en-colombia.html>.

<sup>7</sup> FIQUEAO. Hablemos del FIQUE (en línea). En: fiqueao (Colombia): 5, junio, 2013. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://fiqueao.blogspot.com/2013/06/hablemos-del-fique.html>.

<sup>8</sup> PRIETO, María. Fibra de fique (en línea). En: Lifestyle (Colombia). 22, julio, 2009. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.nuevawmujer.com/bienestar/2009/07/22/fibra-de-fique.html>.

- ❖ Realizar un plan de operaciones técnicas para la producción y comercialización de jabones a base de fique para la ciudad de San Juan de Pasto.
- ❖ Realizar un estudio administrativo para la producción y comercialización de jabones a base de fique para la ciudad de San Juan de Pasto.
- ❖ Realizar un estudio financiero para la producción y comercialización de jabones a base de fique para la ciudad de San Juan de Pasto.
- ❖ Identificar incidencias económicas, sociales y ambientales generadas por la producción y comercialización de jabones a base de fique para la ciudad de San Juan de Pasto.

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

El presente plan de negocios se desarrollará con el propósito de dar a conocer a la población de la ciudad de Pasto un nuevo producto amigable con el medio ambiente, muy práctico e innovador debido a su componente principal el fique que es un restaurador ecológico y social.

La ley 2069 de 2020 la cual impulsa el emprendimiento en Colombia, según el artículo 57 de la presente ley el cual modifica al artículo 6 de la 1014 de 2006 menciona en el párrafo segundo, “En aquellos departamentos en donde se defina la creación de la Red Regional de Emprendimiento, el Gobierno Nacional realizará el respectivo acompañamiento de estas, con el fin de fortalecer el ecosistema de emprendimiento regional”<sup>9</sup>.

Esta propuesta pretende realizar la formulación de un plan de negocios para la fabricación y comercialización de jabón de ropa a base de fique, en la ciudad de San Juan de Pasto, ya que en la actualidad se han venido fabricando productos que utilizan químicos muy fuertes que a largo plazo han presentado niveles de contaminación que afectan directamente las fuentes hídricas y como tal el medio ambiente.

Al presentar un nuevo jabón de barra elaborado a base de fique se pretende llegar a todos los hogares y también a la comunidad rural que se dedica al cultivo del fique ya que con este producto se potenciaría la producción del mismo en las

---

<sup>9</sup> CONGRESO DE COLOMBIA. "POR MEDIO DEL CUAL SE IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA" (en línea). En: Congreso de la república (Colombia): 31, diciembre, 2020. (consultada: 21, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf> p. 29.

zonas de Nariño donde se lleve a cabo, ya que está una planta que tiene la oportunidad de ser cultivada en diferentes climas.

Este jabón de barra al ser un derivado del fique contiene saponina de la cual se extrae la hecogenina “son glucósidos naturales ampliamente distribuidas en el reino vegetal y hasta el presente se las ha detectado en más de 500 géneros de plantas”<sup>10</sup>. La presente propuesta busca ofrecer una alternativa al consumidor para que opte por demandar productos amigables con el medio ambiente es decir consumir de manera sostenible, por ello se desea elaborar jabones artesanales ecológicos que ayuden de manera significativa a reducir la contaminación, ya que con el consumo de jabones que es un producto necesario pero que en su proceso de elaboración se desperdician y contaminan grandes cantidades de un recurso no renovable como lo es el agua y al utilizarlo, se desprenden químicos que contaminan las fuentes hídricas entonces el objetivo es ayudar a disminuir la contaminación, con la elaboración de un producto biodegradable que genere un mínimo de componentes tóxicos para el medio ambiente.

El proyecto se desarrollará en la ciudad de San Juan de Pasto como mercado objetivo, dado que el uso de jabón de barra es una necesidad y por ello están presentes en la vida cotidiana por su uso constante está dentro del consumo familiar, presentando en este caso una alternativa para optar por consumir jabones más naturales que no sean tan contaminantes o de difícil descomposición ya que por esto se está perjudicando a diferentes hábitats.

La investigación ofrecerá un producto innovador cien por ciento nariñense de producción limpia, cuya materia prima es el fique, por ende, lo que se pretende es promover el uso de jabones naturales biodegradables que beneficien a los clientes en su uso y la comercialización en las diferentes zonas comerciales del departamento. Su importancia radica en aportar una opción viable para producir jabones con materias primas más ecológicas que ayudan al medio ambiente, además de ayudar a fortalecer el sector agrícola de Nariño potencializando el cultivo del fique y convirtiéndose de esta manera en una actividad económica más rentable innovadora que genere más empleo en la región

---

<sup>10</sup> COLMENARES GARCIA, Mauricio Y CASTELLANO CORREDOR, María Cristina. Evaluación del efecto sanitizante de un extracto biodegradable obtenido de la especie *Solanum marginatum*, de uso etnobotánico en Boyacá (en línea). *En*: Scielo (Colombia): 01, septiembre, 2010. (consultada: 14, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-24742011000100002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-24742011000100002).

## 1.4 ANÁLISIS DEL SECTOR

El sector agrícola del Departamento de Nariño (Colombia) y su diversidad en climas en el transcurso del año, sirven para el cultivo de distintos productos como son frutas, hortalizas, tubérculos, cereales, fibras entre otros como lo describe el plan de desarrollo departamental del año 2020-2023.

Por ejemplo, se puede resaltar “la papa con un (76.5%), en menor medida el tomate (5.6%) y la arveja (3.3%), la suma de otros cultivos representa el 14.55% restante. En lo referente a cultivos permanentes, se destacan la caña panelera (21.11%), el plátano (30%), y el coco (11.25%) (DNP, 2019)”<sup>11</sup>. En el 14.55% se encuentra el cultivo del fique el cual por las diferentes actividades que se desarrollan en la actualidad se ha desplazado esta actividad agrícola y se la ha reemplazado por otra como puede ser el café y la papa ya que estos son los cultivos de mayor estabilidad en la región.

### 1.4.1 El fique en Colombia

**Historia del fique:** Afirman Porras, José Delio y Orozco, Nuber Arley, que “esta planta tiene su origen en la América Tropical, especialmente en la región Andina de Colombia y Venezuela, de allí se difundió hacia la Costa Oriental del Brasil y el norte, hacia las Antillas”<sup>12</sup>.

El cultivo de fique “es una práctica ancestral heredada de la época precolombina y el tejido de fibras naturales como el algodón y el fique, eran la base de la economía y la cultura de los pueblos que habitaban el territorio antes de la llegada de los españoles”<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> ROJAS CABRERA, Jhon Alexander. Plan de Desarrollo departamental: Mi Nariño en defensa de lo nuestro (en línea). En: Nariño (Colombia): 21, octubre, 2016. (consultada: 11, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://rap-pacifico.gov.co/wp-content/uploads/2020/07/Plan-de-Desarrollo-Mi-Nari%C3%B1o-en-Defensa-de-lo-Nuestro-2020-2023-2.pdf>

<sup>12</sup> CARTILLA TÉCNICA DEL CULTIVO DEL FIQUE. Fenalfique (en línea). En: Ministerio de Agricultura(Colombia): 2019. (consultada: 18, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Fique/Normatividad/2019-06-30%20Cartilla%20T%C3%A9cnica%20del%20Cultivo%20del%20Fique.pdf>

<sup>13</sup> *Ibíd.*, <https://fenalfique.com/wp-content/uploads/2019/06/cartilla-fique-2019.pdf>.

En Colombia el fique como lo establece la página web Vivo Boreal, “es una planta de la familia Agavaceae y del género *Furcraea*, por lo cual en el país se cultiva dos especies nativas que son: *Furcraea cabuya* y *Furcraea macrophylla*. Se da principalmente en la zona andina, destacándose los departamentos de Antioquia, Boyacá, Cundinamarca, Cauca, Nariño y Santander, es por ello que es considerado actualmente la segunda fibra importante después del algodón”<sup>14</sup>.

**1.4.2 El fique en Nariño** Según Ramírez Velasco Gerardo, *et al*<sup>15</sup> Los artesanos del departamento de Nariño quienes cultivan la planta de fique lo hacen principalmente para realizar empaques, que son utilizados para el embalaje de algunos productos agrícolas, entre ellos se puede destacar los municipios de Samaniego, Guaitarilla, Pasto, Imues, Chachagüí y Nariño y Providencia, quienes producen el hilo de cabuya para dicho proceso.

Estos empaques se comercializan con mayor proporción en el mercado papero regional de Pasto, Túquerres e Ipiales, “con una producción reportada, según Porras José Delio y Orozco, Nuber Arlay, mensualmente hay un rendimiento de 868.000 sacos de fique”<sup>16</sup>. Entre los mercados locales se tiene principalmente a Pasto, Guaitarilla, el Tambo y la Unión, en cuanto a mercado nacional se destacan Cauca, y Medellín que es el mayor comprador. Por otra parte, a nivel internacional el producto que ya es transformado se comercializa principalmente en los países de Ecuador y Venezuela.

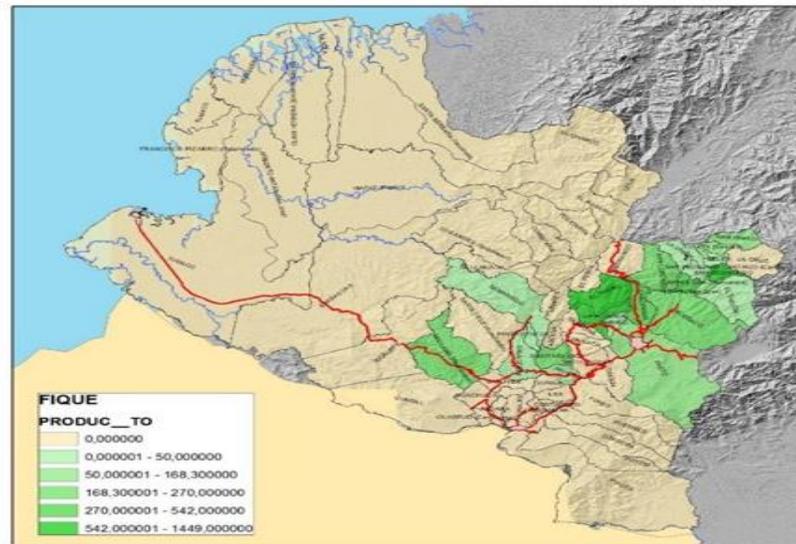
---

<sup>14</sup> VIVO, Boreal. Conoce esta fibra natural y su trabajo artesanal (en línea). En: Vivo Boreal (Colombia): 6, diciembre, 2018. (consultada: 18, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://vivoboreal.com/el-fique-conoce-esta-fibra-natural-y-su-trabajo-artesanal/>

<sup>15</sup> RAMÍRES VELASCO, Gerardo, *et al*. Plan departamental de extensión agropecuaria: Documento técnico de formulación (en línea). En: Nariño (Colombia): 2019. (consultada: 20, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: [www.minagricultura.gov.co/2Fministerio%2Fdirecciones%2FDocuments%2FPDEA%2527s%2520Aprobados%2FPDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751](http://www.minagricultura.gov.co/2Fministerio%2Fdirecciones%2FDocuments%2FPDEA%2527s%2520Aprobados%2FPDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751)

<sup>16</sup> Ibíd., [www.minagricultura.gov.co/2Fministerio%2Fdirecciones%2FDocuments%2FPDEA%2527s%2520Aprobados%2FPDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751](http://www.minagricultura.gov.co/2Fministerio%2Fdirecciones%2FDocuments%2FPDEA%2527s%2520Aprobados%2FPDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751)

Figura 1. Producción de fique



Fuente: Representación gráfica de la producción obtenida en la cadena productiva del Fique en Nariño. Fuente: (SADR, 2016)

En la figura anterior muestra los municipios de Nariño en los cuales la producción de fique es alta o baja, distinguiéndose con los diferentes tonos del color verde. El nivel de producción de fique en cada municipio se lo puede identificar así; el color verde oscuro muestra donde hay mayor producción de fique y el color verde claro la baja producción de fique. La cadena productiva de esta planta se integra por 20 Municipios: El Tambo, San Bernardo, Chachagüí, Samaniego, Nariño, Providencia, La Florida, San Lorenzo, San Pablo, Arboleda, San José de Albán, La Unión, El Tablón de Gómez, Mallama, Colón, Génova, Cartago, Guaitarilla, Imues y Buesaco.

Cuadro 1. Producción de fique al año por municipio 2007-2018

AÑO	AREA COSECHADA POR HECTAREA												TOTAL
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
MUNICIPIO													TOTAL
SAN BERNADO	596	590	740	766	734	731	514	499	282	630	726	736	7517
SAN LORENZO	430	430	515	545	545	435	545	352	300	200	290	290	4877
CHACHAGUI	552	552	582	424	324	274	200	190	220	218	213	218	3967
PASTO	410	410	500	524	494	462	100	112	100	105	105	105	3427
BUESACO	330	330	250	250	280	277	277	90	280	281	282	282	3209
ARBOLEDA	97	280	290	310	300	320	270	93	331	271	271	261	3094
GUAITARILLA	268	222	200	322	327	327	328	213	214	200	200	200	3021
EL TAMBO	1	1	1	835	905	880	1	1	1	1	1	2	2630
MALLAMA	133	140	130	194	191	186	191	78	185	180	180	180	1968
LA FLORIDA	1	1	1	1	1	1	1	734	651	1	2	2	1397
ALBAN	77	152	167	167	167	147	53	94	49	84	86	91	1334
SAN PABLO	160	101	106	113	113	119	99	111	119	99	70	70	1280
SAN PEDRO DE CARTAGO	88	103	104	106	113	113	134	134	154	40	70	70	1229
COLON	75	82	110	120	130	145	125	63	3	120	120	125	1218
IMUES	174	168	185	185	130	120	80	15	30	50	15	15	1167
SAMANIEGO	200	200	200	20	20	35	50	48	39	48	52		912
PROVIDENCIA	80	45	45	45	45	75	108	90	148	3	1	3	688
BELÉN	15	20	20	20	83	80	83	69	59	49	49	49	596
NARIÑO	90	76	48	22	16	9	12	38	38	6	8	8	371
LA CRUZ	15	15	74	64	54	44	64	13	23	0	0	0	366
LA UNIÓN	31	10	26	36	20	20	20	20	20	20	15	0	238
EL TABLO	22	22	17	17	5	5	10	18	10	12	2	1	141
CONSACA	0	35	77	5	5	0	0	0	0	0	0	0	122
TUQUERRES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	40	42	91

Fuente: Esta investigación

En el cuadro anterior se detalla las cantidades de fique por hectáreas que se producen en los diferentes municipios del departamento de Nariño.

- ❖ En primer lugar, se encuentra San Bernardo con una producción de 7.517 toneladas en el periodo 2007 al 2018.
- ❖ En segundo lugar, se encuentra San Lorenzo con una producción de 4.877 toneladas en el periodo 2007 al 2018.
- ❖ En el lugar diecinueve se encuentra Nariño (N) con una producción de 371 toneladas en el periodo 2007 al 2018, como se evidencia en la Cuadro, en algunos años la producción se ha elevado, debido a que en Nariño se ha

realizado proyectos en los cuales se ha incentivado el cultivo de fique, y de igual manera la baja en otros años se da ya que se ha reemplazado el fique por otros productos que generan ingresos a los campesinos o por la caída del proyecto que consistía en extraer la hecogenina para crear pastillas a base de la misma.

Cuadro 2. Producción de fique por departamento año 2016-2019

DPTO	ÁREA SEMBRADA (Has.)				ÁREA COSECHADA (Has.)				PRODUCCIÓN (Ton.)				RENDIMIENTO (Ton/Ha)			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
<b>NARIÑO</b>	5.959	5.982	6.123	6.201	5.167	5.775	5.947	6.238	6.937	7.454	7.742	8.287	1,34	1,29	1,30	1,33
<b>CAUCA</b>	5.198	5.199	5.556	5.627	4.118	5.119	5.346	5.608	5.950	7.528	7.537	8.067	1,44	1,47	1,41	1,44
<b>SANTANDER</b>	1.090	898	1.010	1.023	673	595	895	939	843	1.356	1.377	1.474	1,25	2,28	1,54	1,57
<b>ANTIOQUIA</b>	1.731	2.061	2.254	2.283	793	683	761	798	1.168	1.040	1.123	1.202	1,47	1,52	1,48	1,51
<b>GUAJIRA</b>	279	314	469	475	54	77	269	282	270	385	1.091	1.168	5,00	5,00	4,21	4,14
<b>RISARALDA</b>	106	106	106	107	106	106	106	111	85	85	85	91	0,80	0,80	1,80	0,82
<b>BOYACÁ</b>	37	35	37	37	35	35	35	37	23	24	23	25	0,68	0,68	0,67	0,67
<b>N. SANTANDER</b>	15	14	14	14	15	6	6	6	8	3	3	3	0,50	0,50	0,50	0,51
<b>CALDAS</b>	42	1	1	1	32	1	1	1	37	1	1	1	1,16	1,00	1,00	1,02
<b>TOTAL</b>	<b>14.457</b>	<b>14.610</b>	<b>15.570</b>	<b>15.768</b>	<b>10.993</b>	<b>12.397</b>	<b>13.366</b>	<b>14.020</b>	<b>15.321</b>	<b>17.876</b>	<b>18.982</b>	<b>20.318</b>	<b>13,64</b>	<b>14,54</b>	<b>13,91</b>	<b>13,01</b>

Fuente: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Fique/Documentos/2019-06-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

En el anterior cuadro se muestra la cantidad de áreas sembradas de fique por departamento. El primer departamento en producir fique es en Nariño con 8.287 toneladas, con lo cual se puede interpretar que el producto en el departamento aún tiene una gran acogida tras las diferentes situaciones que se han presentado en el transcurso de los años.

Además de obtener una fibra muy útil a partir del fique, los campesinos afirman que no se aprovecha la planta al 100%, es por ello que se ha buscado diferentes alternativas para obtener mayores beneficios, como la Universidad Jorge Tadeo Lozano y la Corporación colombiana de investigación agropecuaria<sup>17</sup>, junto con diferentes gremios y entidades, han buscado generar soluciones que ayuden a revolucionar este sector, sobre todo en cómo se hace el desfibrado y aún más a aprovechar los tres subproductos del fique que son: fibra, bagazo, y jugo, y así aumente la seguridad laboral de las personas dedicadas a esta labor y sus ingresos.

Del fique, por ejemplo, según investigaciones realizadas por la Universidad Jorge Tadeo Lozano y la Corporación colombiana de investigación agropecuaria, “del jugo se pueden elaborar jabones, champús, productos de aseo, pesticidas, biocontroladores de plagas, abonos líquidos, insecticidas, herbicidas, y con el bagazo del sisal, una planta que es familia del fique se puede llegar a producir alimentos para los rumiantes”<sup>18</sup>.

**1.4.3 Comercio exterior del fique:** Afirma Muñoz Vanegas, Carlos Alberto que “las exportaciones de fique a nivel nacional representan el 0.17% de las exportaciones mundiales para este producto, teniendo la posición de 50 en las a nivel mundial. De manera histórica el país exporta fique a México, Ecuador y Venezuela, ya que el uso de productos amigables se ha convertido en tendencia mundial, entonces esta fibra y sus subproductos cuentan con un gran potencial exportador, llegando a nuevos mercados como: Israel. Bélgica, República Dominicana, entre otros”<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> UTADEO. Fibra, jugo y bagazo de fique recibe patente de utilidad por parte de la SIC (en línea). En: Universidad Jorge Tadeo Lozano (Colombia): 9, septiembre, 2019. (consultada: 18, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/maquina-que-extrae-fibra-jugo-y-bagazo-del-fique-recibe-patente-de-utilidad-por-parte-de-la-sic>

<sup>18</sup> Ibíd., <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/maquina-que-extrae-fibra-jugo-y-bagazo-del-fique-recibe-patente-de-utilidad-por-parte-de-la-sic>

<sup>19</sup>MUÑOZ VANEGAS, Carlos Alberto. Cadena Agroindustrial del Fique (en línea). En: Ministerio de Agricultura (Colombia): 31, marzo, 2020. (consultada: 19, octubre, 2021). Disponible en la dirección

Cuadro 3. Exportación del fique 2019

<b>PAÍS DESTINO EXPORTACIONES 2019</b>	
(TON/HA)	
MÉXICO	438
VENEZUELA	113
PERÚ	33
ECUADOR	14
COSTA RICA	4
OTROS	2
<b>TOTAL</b>	<b>604</b>

Fuente: Ministerio de Agricultura, 2020

En la Cuadro anterior se puede ver los países donde Colombia realizó exportaciones de fique, teniendo un valor de 438 toneladas por hectárea hacia México siendo el país donde más se exportó y por otro lado hacia otros países se exportó 2 toneladas por hectárea, dando un valor total de 604 toneladas por hectárea.

**1.4.4 Fábricas de jabones en Nariño:** En el departamento de Nariño se observa que existen empresas dedicadas a la fabricación de jabones las cuales son:

Cuadro 4. Empresas dedicadas a la producción de jabones en Nariño.

FRANCESSK BELLEZA A FLOR DE PIEL EU	<b>PASTO</b>
PRODUCTOS RIO MAYO S.A.S	<b>SAN PABLO</b>
BIODETERQUIM S.A.S	<b>PASTO</b>
PRODUCTOS BIODEGRADABLES DE NARIÑO S.A.S	<b>BUESACO</b>
PASTUSA LABORATORIOS A BIC	<b>PASTO</b>
MARAVAL COSMETICS A BIC	<b>TUMACO</b>

Fuente: Esta investigación.

electrónica: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Fique/Documentos/2019-06-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

En la Cuadro anterior se determinó que, estas son las únicas empresas que se dedican a la elaboración de jabón, pero ninguna está ubicada en el municipio de Nariño (N), por lo cual al plantear el plan de negocios en el municipio de Nariño se puede obtener una ventaja competitiva frente a materia prima y lugar de elaboración, así mismo, se fomenta la actividad económica y se obtiene ventaja competitiva mediante la utilización de materia prima natural.

## **2. CONCEPTO DE NEGOCIO**

### **2.1 EN QUÉ CONSISTE EL NEGOCIO**

La empresa se dedicará a la fabricación y comercialización de jabón a base de fique en San Juan de Pasto, con el fin de aprovechar y generar ingresos a partir del jugo de la planta de fique. Esta planta es muy reconocida en el país y especialmente en el departamento de Nariño además requiere pocos insumos para su cultivo, sin embargo, los agricultores de la región no han logrado potencializar esta planta pues el sector fiquero está un poco abandonado y eso se debe a la falta de apoyo del gobierno.

Es por ello que se quiere sacar el mayor provecho a partir del jugo de la misma planta, realizando jabones a base del jugo de fique, aprovechando que es biodegradable debido a su rápida descomposición cuando entra en contacto con las fuentes hídricas, ayudando a minimizar la contaminación causada por la espuma en su disposición.

Por consiguiente, se espera que este tipo de jabón artesanal a base de fique sea un producto innovador en el mercado, ya que además de ser amigable con el medio ambiente, no maltrata la ropa, no daña las telas y proporciona un olor agradable y duradero en las prendas.

### **2.2 IDENTIFICACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS A PRODUCIR**

El jabón a base de fique tiene como principal objetivo minimizar la contaminación de las fuentes hídricas debido a la mala disposición después del lavado de la cabuya ya que este procedimiento altera el pH alterando las condiciones bióticas del mismo y así poder crear un producto a través del aprovechamiento de este residuo que ayude a la limpieza de las prendas, sin dañar las fibras.

A continuación, se presentará el producto y los beneficios que trae consigo:

Como primer paso se recolecta la materia prima que es el fique, el cual será comprado en la planta de producción, se corta y muele la planta hasta obtener el jugo de la misma se adiciona los demás ingredientes necesarios para realizar el jabón, de coloca en los respectivos moldes para que tome la forma adecuada, una vez listo se coloca en los respectivos empaques de manera individual y después en la caja el cual serán realizados a base cartón.

Este producto, el jabón a base de fique podrá ser adquirido de manera muy fácil por medios de los diferentes supermercados que se encuentran en San Juan de Pasto.

## **SERVICIOS.**

**Comercialización:** La empresa realizará diferentes actividades con el fin de dar a conocer el producto, la distribución se realizará por medio de los diferentes supermercados, almacenes de cadena y minimarket. Lo cual es un beneficio ya que al tener un recorrido en el mercado poseen mayores canales de distribución por ello serán intermediarios entre la empresa y cliente.

**Punto de venta propio:** En el cual se dará a conocer directamente el producto al cliente y de igual manera se puede realizar una explicación más a fondo de los componentes y beneficios del producto ya que esta será una información directa de la empresa productora y no de intermediario.

### 3. ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado, es aquel lugar geográfico en el cual se encuentran los oferentes dispuestos a producir o vender y los demandantes como las personas que tienen necesidades insatisfechas y se encuentran dispuestas a comprar, es por ello que llevan a cabo las respectivas transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

Cuando se va a realizar un estudio de mercado, es de gran importancia ver si en realidad existe un mercado para el producto a ofrecer y así se podrá evidenciar futuras oportunidades existentes y de esta manera poder minimizar riesgos y evaluar el mismo desempeño, para tomar decisiones acertadas y así demostrar la viabilidad comercial del proyecto, apoyado con un estudio, identificando las variables y las características intrínsecas y extrínsecas de mercado como los mayoristas, minoristas, precio, calidad, canales de distribución, competencia entre otros<sup>20</sup>.

#### 3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

##### **Objetivo General**

El objetivo de la investigación de mercado es elaborar un análisis sobre cómo se comporta el mismo y así lograr identificar que prefieren y con qué frecuencia la población podría adquirir el nuevo producto que se quiere ingresar al mercado y lograr así diseñar la oferta de los jabones a base de fique.

##### **Objetivos Específicos**

- Establecer cuáles son las razones por las que los clientes de los estratos 1, 2, 3, adquirirán los jabones a base de fique y la frecuencia.
- Determinar la aceptación del producto en los diferentes establecimientos de comercio, para conocer si les gustaría comercializar con los jabones artesanales a base de fique y la frecuencia en la cual los adquirirán.
- Determinar los aspectos más importantes en el momento de escoger un punto de venta, teniendo en cuenta el acceso al sitio, el ambiente de este, el horario de atención.
- Analizar el nivel de conocimiento e interés de los encuestados sobre las ventajas de utilizar los jabones a base de fique.
- Definir el rango de precios promedio que los clientes están dispuestos a pagar, con el fin de calcular y proyectar la demanda.

---

<sup>20</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. Bogotá: Editorial Eco ediciones, 2001, p. 81

Este proyecto va dirigido a la población de la ciudad de San Juan de Pasto, a todas las personas que realizan labores de limpieza en el hogar de los estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de San Juan de Pasto, por lo que es un producto de consumo necesario e indispensable, ofertado entre los valores que oscilan entre:

- Un jabón cuesta entre \$1.800 y \$2.500.
- Pack de dos jabones entre \$3.500 y \$4.500.
- Pack de cinco entre \$10.000 y \$11.000.

Este valor se incrementará por el intermediario, como estrategia inicial se toma a los estratos mencionados anteriormente. Además, se tendrá en cuenta la aceptación de los establecimientos de comercio y personas que se dediquen a la comercialización de estos productos (actividad comercial CIIU 4645) ya que estos también hacen parte del desarrollo del proyecto.

**3.1.1. Población.** Para realizar esta investigación, se tomó como población a los supermercados de San Juan de Pasto, especificando su actividad económica con el código CIIU 4645 (Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador) quienes serán los clientes potenciales.

Para poder determinar el número total de los establecimientos de comercio, se ha recopilado la información de la cámara de comercio de la ciudad, totalizando un número aproximado de 242 establecimientos de comercio dedicados a esta actividad comercial, de igual manera fue necesario realizar una encuesta a los hogares quienes son los consumidores finales del producto en desarrollo, cuyo número según datos del año 2015 suministrados por CENTRALES ELÉCTRICAS DE NARIÑO S.A. E.S.P.(CEDENAR), es aproximadamente de 74.792 comprendidos entre los estratos 1 al 6<sup>21</sup> y su proyección se realizó con base en el ICP (ÍNDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL) para determinar el número de hogares hasta el año 2021, y para la población de hogares de San Juan de Pasto se tomó como población los estratos 1 al 3 dando un total de 68.332.

---

<sup>21</sup> CENTRALES ELÉCTRICAS DE NARIÑO S.A. E.S.P. (CEDENAR). Número de familias según estrato socioeconómico. San Juan de Pasto. 2015.

Tabla 1. Índice de crecimiento poblacional 2016-2021

ESTRATO	HOGARES 2015	ÍNDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
		1,38%	1,53%	1,54%	1,37%	1,08%	0,98%
1	13.889	14.081	14.102	14.103	14.079	14.039	14.025
2	33.625	34.089	34.139	34.143	34.086	33.988	33.955
3	20.155	20.433	20.463	20.465	20.431	20.373	20.353
4	5.530	5.606	5.615	5.615	5.606	5.590	5.584
5	1.729	1.753	1.755	1.756	1.753	1.748	1.746
6	14	14	14	14	14	14	14
<b>TOTAL</b>	<b>74.942</b>	<b>75.976</b>	<b>76.089</b>	<b>76.096</b>	<b>75.969</b>	<b>75.751</b>	<b>75.676</b>

Fuente: Esta investigación.

**3.1.2. Muestra.** Para calcular la muestra representativa a los establecimientos de comercio, se ha utilizado la fórmula de población y muestra de Excel de la página FISTERRA para tener referencia el tamaño muestral. La muestra se calcula en base a los 242 establecimientos de comercios que están dedicados a la actividad comercial 4645 de San Juan de Pasto, teniendo un margen de confianza del 95% y un margen de error del 5%. A continuación, se evidencia la aplicación de este método y el resultado de las encuestas a desarrollar y el mismo método se utiliza para calcular la muestra respectivamente hacia los hogares, con la proyección anteriormente realizada a los hogares proyectados del año 2021. Se toma como muestra los estratos 1, 2 y 3.

### MUESTRA PARA ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO

Para obtener la muestra de los establecimientos de comercio se tuvo en cuenta la información de la base de datos de cámara de comercio del año 2020, tomando aquellos que estén identificados con la actividad 4645 del código CIU, además se destacó su posicionamiento en el mercado por más de 10 años, dando un valor de 242 establecimientos existentes en San Juan de Pasto con estas características.

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

$n = 69$  Establecimientos de comercio

**n** = Tamaño de la muestra buscado.

**N = (242)** Tamaño de la población.

**Z = (1,96)** Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC).

**e = (10% = 0.1)** Error estadístico máximo aceptado.

**p = (0,05)** Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

**q = (1 - q) = (0,05)** Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

Para la determinación del tamaño muestral se realizó el cálculo de la fórmula utilizando la página web de Fistera<sup>22</sup>, dando un valor para la muestra representativa de 69 establecimientos de comercio necesarios para aplicar el instrumento de recolección.

## MUESTRA PARA HOGARES

Para obtener la muestra de los hogares, se tuvo en cuenta la información de la población de las personas de San Juan de Pasto, cuyos datos fueron obtenidos de la empresa CENTRALES ELÉCTRICAS DE NARIÑO S.A. E.S.P. (CEDENAR), de los estratos 1 al 6 del año 2015 y por lo cual fueron proyectados desde el año en mención hasta el año 2021 utilizando el Índice de Crecimiento Poblacional del año 2021.

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

$n = 96$  hogares de San Juan de Pasto

**n** = Tamaño de la muestra buscado.

**N = (68.332)** Tamaño de la población de los estratos 1, 2 y 3 del año 2021.

**Z = (1,96)** Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC).

**e = (10% = 0,1)** Error estadístico máximo aceptado.

**p = (0,05)** Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

**q = (1-q) = (0,05)** Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

---

<sup>22</sup> FISTERA. Determinación del tamaño muestral (en línea). En: s.l : 01, diciembre, 2010 (consultada: 08, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.fistera.com/formacion/metodologia-investigacion/determinacion-tamano-muestral/#>

Para la determinación del tamaño muestral se realizó el cálculo de la fórmula utilizando la página web de Fisterra<sup>23</sup>, dando un valor para la muestra representativa de 96 hogares de San Juan de Pasto, necesarios para aplicar el instrumento de recolección.

### 3.2 Técnicas e instrumentos de recolección.

La técnica escogida para aplicar al plan de negocios en la población de San Juan de Pasto es la encuesta dirigida a las personas de los estratos 1, 2 y 3 y a los establecimientos de comercio. Esta técnica es considerada como instrumento para la recolección de la información cuantitativa como hace referencia Hernández, Sampieri “cuando hablamos de una investigación cuantitativa se da por entendido el ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado”<sup>24</sup>.

Para la investigación se formuló dos tipos de encuestas, en primer lugar se enfocó hacia la población de los clientes potenciales de los estratos 1, 2, 3 de San Juan de Pasto, quienes serán los consumidores finales para determinar qué clase de gustos y preferencias tienen a la hora de escoger un jabón para lavar su ropa, igualmente también se tuvo en cuenta la aceptación de los establecimientos de comercio y se aplicó un total de 59 encuestas dirigidas hacia ellos, dedicados a la actividad 4645 **(Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador)** de la ciudad de San Juan de Pasto, los cuales serán el intermediario entre el cliente y la empresa, de igual manera se aplicó algunas encuestas a personas de la ciudad de San Juan de Pasto

### 3.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- **Empresas:** En cuanto a la información que suministra la encuesta realizada a los 69 establecimientos de comercio dedicados a la actividad 4645 **(Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador)** de la ciudad de San Juan de Pasto es la siguiente:

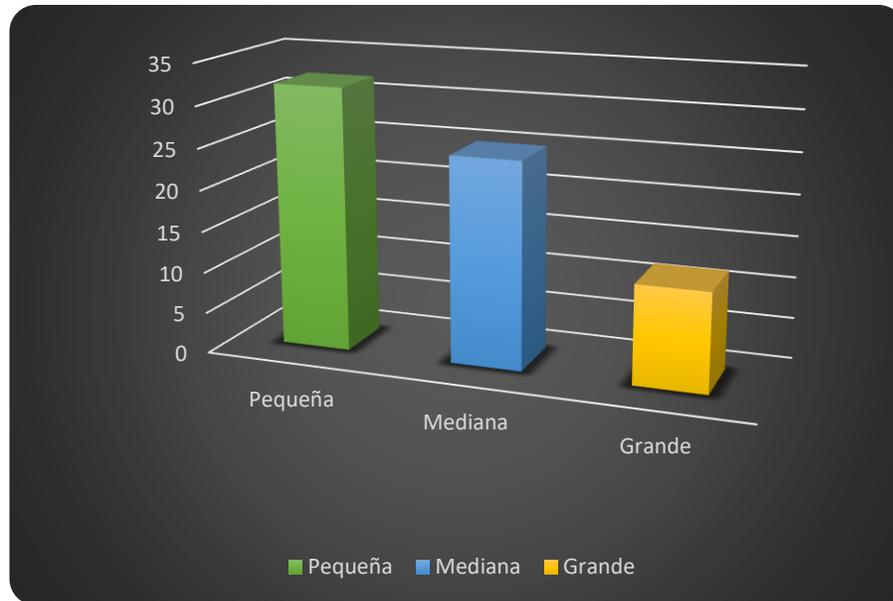
---

<sup>23</sup> Ibid, <https://www.fisterra.com/formacion/metodologia-investigacion/determinacion-tamano-muestral/#>

<sup>24</sup> MCGRAW HILL INTERAMERICANA. Metodología de la investigación, citado por HERNÁNDEZ, Roberto. Enfoque cualitativo y cuantitativo (en línea). En: Portafolio académico (Colombia): s.f. (consultada: 30, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-herandez-sampieri/>

### 3.3.1 Análisis encuesta aplicada a los Supermercados de San Juan de Pasto.

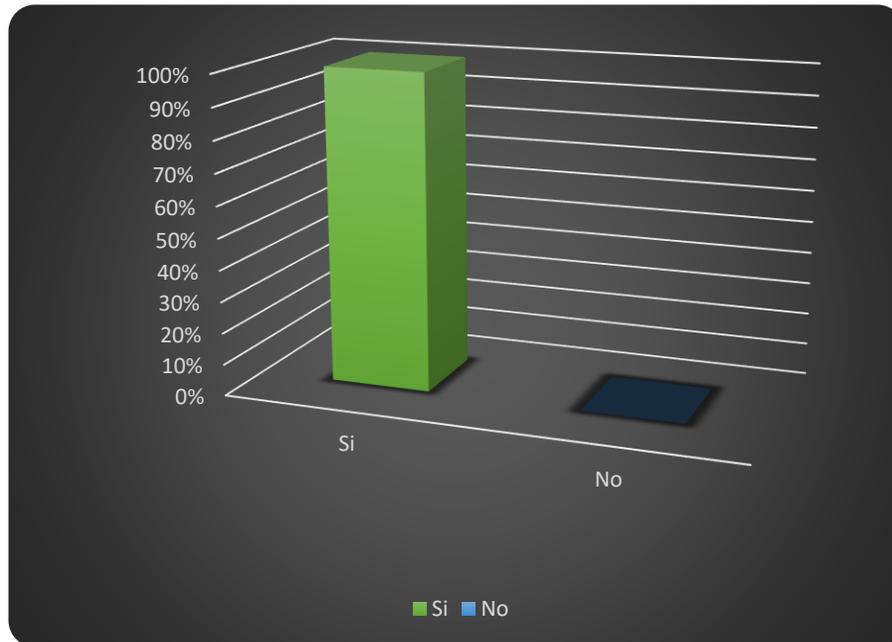
Gráfica 1. Tamaño de la empresa.



De la encuesta realizada a la muestra de 69 establecimientos de comercio de la ciudad de San Juan de Pasto, lo cuales están dedicados a la actividad económica 4645 código CIU, en referencia a la pregunta del tamaño de su empresa, se evidencia que aproximadamente el 46,38% son empresas pequeñas, 36,23% medianas empresas y el 17,39% son grandes empresas. De este modo se puede apreciar que predomina en la muestra las 32 pequeñas empresas, seguido de las 25 medianas empresas y por último 12 grandes empresas, así como se muestra en el gráfico 1.

De la información anterior se concluye que las pequeñas empresas serán a quienes se tenga mayor relevancia y por ende hacia ellos se dirigirá las estrategias de promoción y venta, al igual se realizará estrategias más atractivas para llamar la atención hacia el producto para las medianas y grandes empresas.

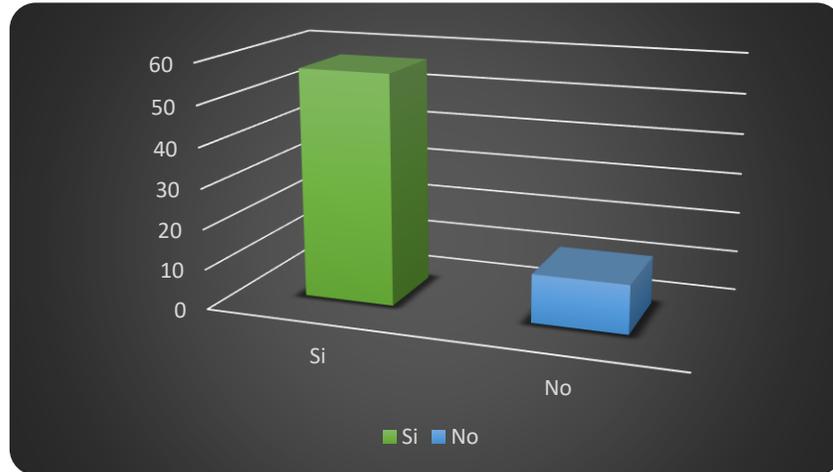
Gráfica 2. Actividad Económica.



Al realizar la pregunta a la muestra a los 69 establecimientos comerciales con la actividad económica CIU 4645, todas las empresas equivalentes al 100% respondieron que trabajan con dicha actividad comercial.

Analizando estos resultados se determina que el producto jabones artesanales a base de fique tiene una alta oportunidad de mercado, con lo que el desarrollo del proyecto empieza a dar viabilidad ya que si podría ser aceptado por las empresas ya que están trabajando con la actividad 4645 en la que se encuentran los jabones artesanales.

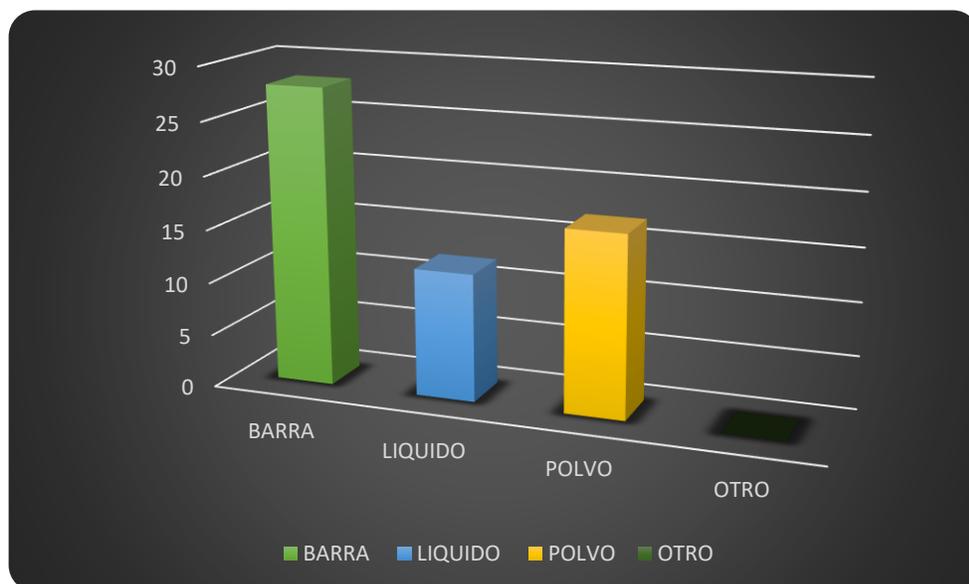
Gráfica 3. Comercio de jabones para el Aseo Doméstico.



Al aplicar la encuesta se realizó la pregunta si se comercializa con jabones para el aseo doméstico o no y la respuesta aplicada a la muestra a los 69 establecimientos comerciales con la actividad económica CIU 4645, es que aproximadamente el 82.61% equivalente a 57 empresas SI comercializan con este tipo de jabones y aproximadamente el 17.39% equivalente a 12 empresas No comercializan con este tipo de jabón, así como se evidencia en el gráfico 3.

Teniendo en cuenta la información anterior se puede deducir que la mayoría de las empresas encuestadas comercializan jabones para el uso doméstico, lo cual es una ventaja para el plan de negocios a realizar.

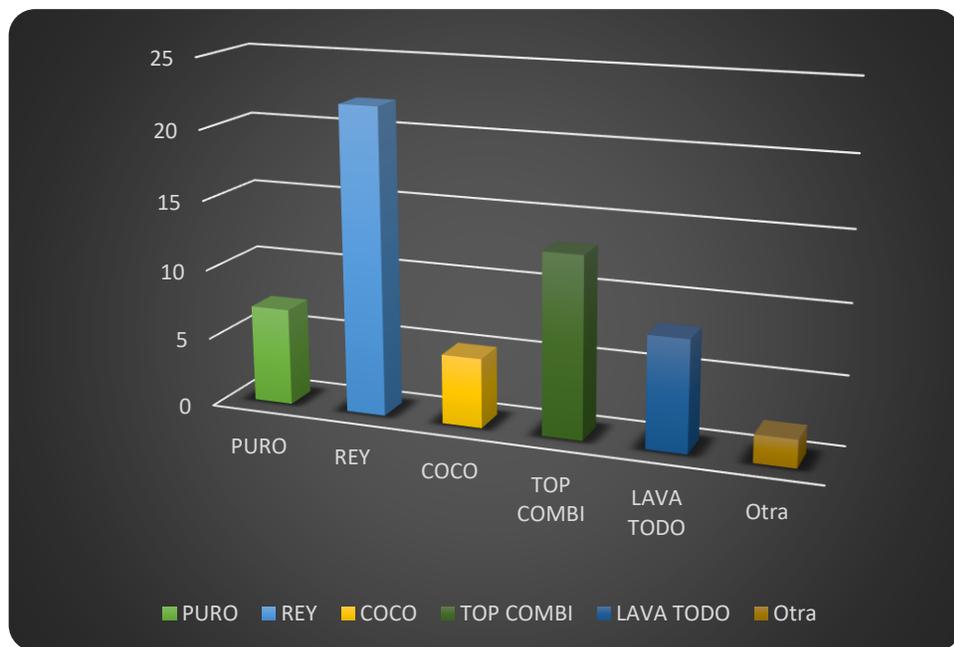
Gráfica 4. Tipos de jabones de uso doméstico Comercializados.



Al realizar la pregunta a la muestra a los 69 establecimientos comerciales con la actividad económica CIIU 4645 se tuvo como resultado que 28 empresas encuestadas comercializan con jabones para el aseo doméstico en barra, de las mismas empresas encuestadas, 17 empresas comercializan jabones en polvo y 12 trabajan con jabones presentación en jabón líquido, así como se observa en el gráfico 4.

Con los resultados obtenidos en la pregunta realizada se demuestra que la mayoría de las empresas encuestadas trabajan con los tres tipos de presentaciones pero la presentación de jabón para el uso doméstico que tiene más aceptación en el mercado es el jabón en barra ya que de las 69 empresas encuestadas 57 si comercializan jabones para el aseo doméstico resultado positivo para el proyecto en desarrollo, dado que el plan de negocios para la producción y comercialización de jabones artesanales a base de fique producirá jabones en barra.

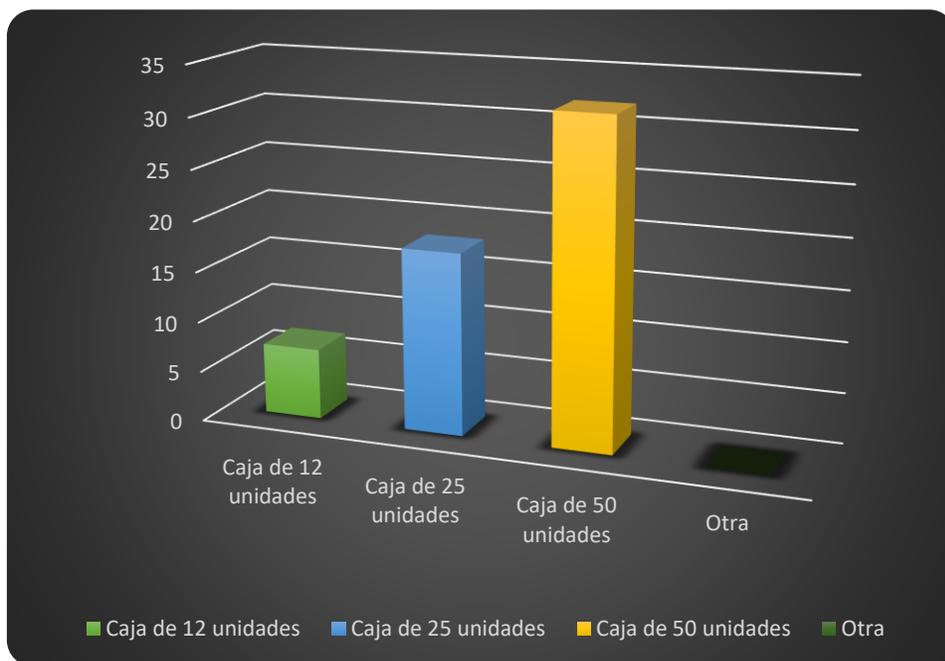
Gráfica 5. Marcas de Jabones.



En relación con la pregunta de la gráfica 5, se realizó la pregunta (¿Qué marca de jabón usted comercializa?) a los 57 establecimientos comerciales con la actividad económica CIIU 4645 que respondieron que, si trabajan con jabones para el aseo doméstico y se tuvo como resultado que 22 empresas trabajan con la marca de jabón Rey, 13 con la marca top, 8 empresas trabajan con la marca Lava Todo, con la marca puro trabajan 7 empresas, marca coco 5 empresas y 2 empresas trabajan con otras marcas de jabón como Único, Fab, Super, entre otros.

Teniendo en cuenta la información recolectada en la pregunta realizada se resuelve que si bien la mayoría de las empresas encuestadas trabajan con las diferentes marcas de jabones, aunque las marcas más apetecidas por las empresas son la marca Rey y Top puesto que estos jabones en barra son los más vendidos, pues con toda la información se puede concluir que los jabones artesanales a base de fique si tendrían oportunidad de competir, realizando con ello estrategias de mercado con las que pueda competir con las marcas más apetecidas por las empresas comercializadoras de jabones en barra para el aseo doméstico.

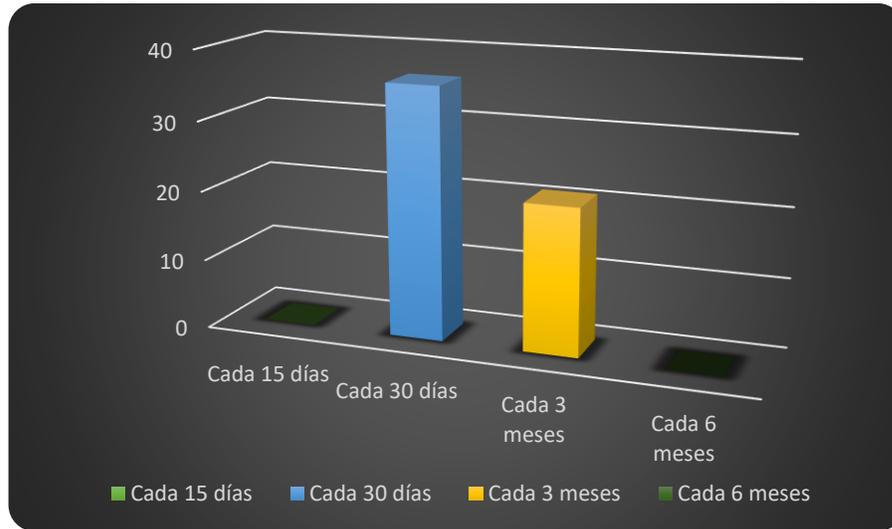
Gráfica 6. Presentación preferencial de jabones.



Al realizar la pregunta de la presentación de preferencia se tuvo como resultado que 32 empresas que equivalen a aproximadamente a 56,14% prefieren comprar la caja de 50 unidades, 18 empresas que equivalen a aproximadamente el 31,58% prefieren la caja de 25 unidades y 7 empresas que equivalen a aproximadamente el 12,28% prefieren la presentación de la caja de 12 unidades, así como se evidencia en la gráfica 6.

Al analizar estos resultados se concluye que la presentación de preferencia por la mayoría de las empresas es la caja de 50 unidades, dato importante a la hora de proyectar la producción y presentación de los jabones a base de fique.

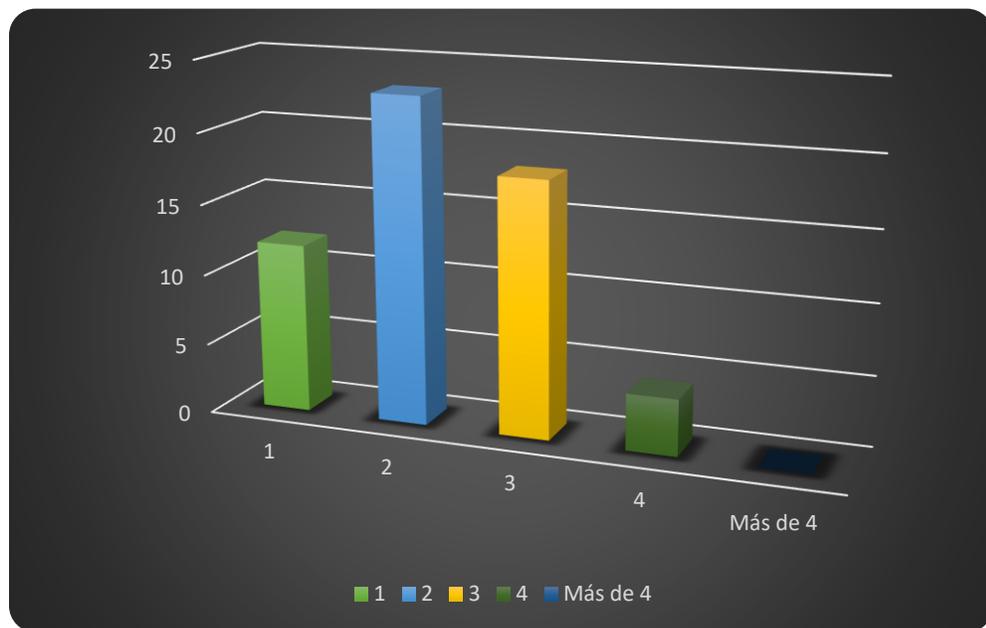
Gráfica 7. Rango de tiempo para realizar los pedidos de jabones.



Se realizó la pregunta del tiempo para realizar un pedido, teniendo como resultado que aproximadamente el 63,16% que equivale a 36 empresas realizan pedidos cada 30 días y aproximadamente el 36,84% que equivale a 21 empresas hacen pedidos cada 3 meses.

La información anterior sirve como referente para realizar las estrategias de producción, además de servir para el cálculo de la demanda actual y futura.

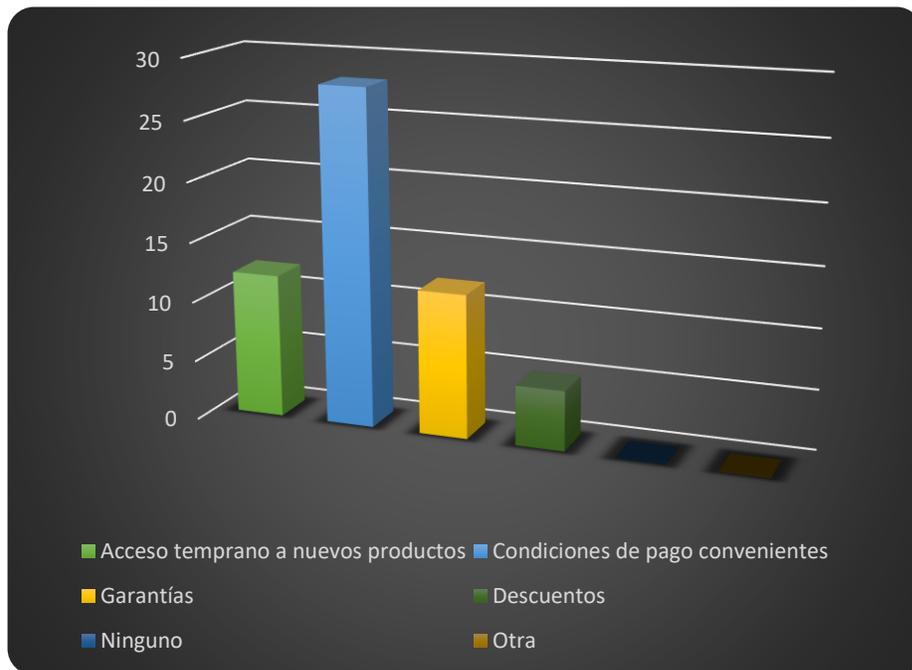
Gráfica 8. Cantidad de lotes por pedido.



Se realizó la pregunta de la cantidad de lotes de jabón para el aseo doméstico que la empresa pedía por pedido y se tuvo como resultado que 12 empresas que equivalen aproximadamente el 21,05% realizan 1 lote por pedido; 23 empresas que equivalen aproximadamente el 40,35% realizan 2 lotes por pedido; 18 empresas que equivalen aproximadamente el 31,58% realizan 3 lotes por pedido; 4 empresas que equivalen aproximadamente el 7,02% realizan 4 lotes por pedido y ninguna de las empresas encuestadas realiza más de 4 lotes por pedido.

La información anterior sirve para realizar una análisis y proyección de la futura demanda, pues de esta manera se evidencia la cantidad de lotes que la demanda adquiere, sirviendo como base guía en la cantidad de producción requerida para el proyecto en desarrollo, además de determinar si el plan de negocios es viable y factible.

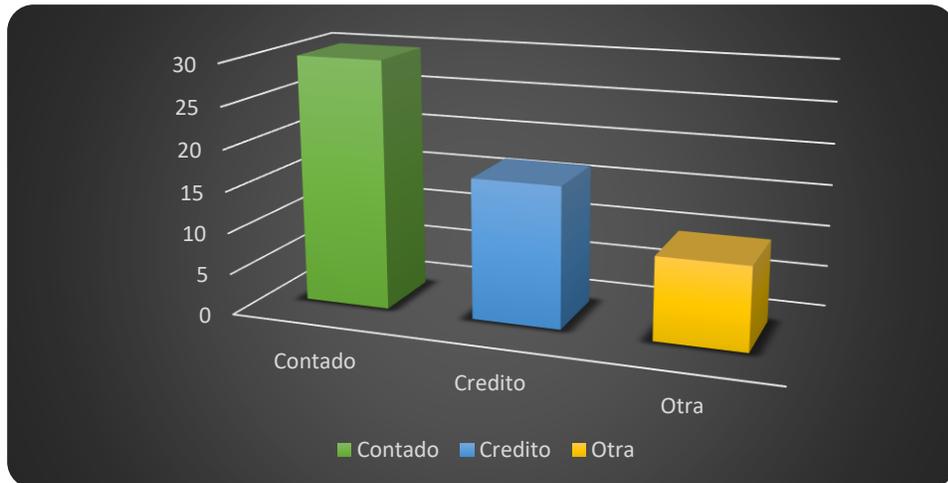
Gráfica 9. Tipo de beneficios por parte de los proveedores.



Se realizó la pregunta de los tipos de beneficios que los proveedores ofrecen a sus clientes y se tuvo como resultados que 28 empresas tienen beneficios en las condiciones de pago, 5 empresas tienen beneficios en descuentos, 12 empresas tienen acceso temprano a nuevos productos, 12 empresas obtienen garantías.

Analizando la información anterior se puede deducir que tipo de beneficios podrían tener los futuros clientes, al igual que implementar estrategias en las cuales las empresas puedan tener mayores beneficios a la hora de realizar sus pedidos.

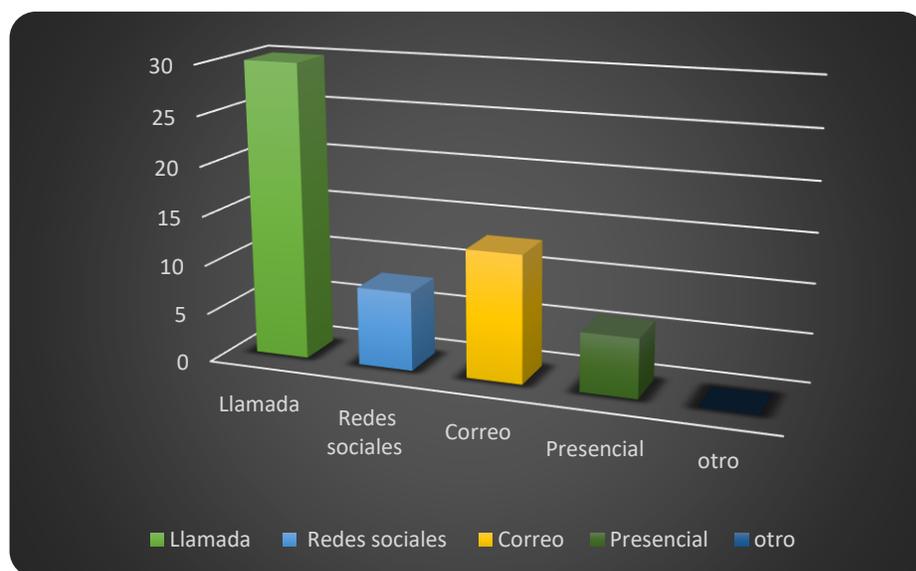
Gráfica 10. Formas de pago.



Se realizó la pregunta de la forma de pago preferida y se obtuvo como resultado que 30 empresas que equivale a un 52,63% aproximadamente que prefiere pagar de contado a momento de realizar una compra; 17 empresas que equivalen a un 29,82% aproximadamente prefieren pagar a crédito a momento de realizar una compra y 10 empresas que equivalen a un 17,54% aproximadamente prefieren otro método de pago (Cuotas, 50/50) a momento de realizar una compra.

Como se puede observar en el gráfico 10, la forma de pago preferida por las empresas es de contado, siendo esto una ventaja para el proyecto a desarrollar pues de esta manera se puede deducir que la empresa tendría una fluidez en el efectivo o equivalentes al efectivo.

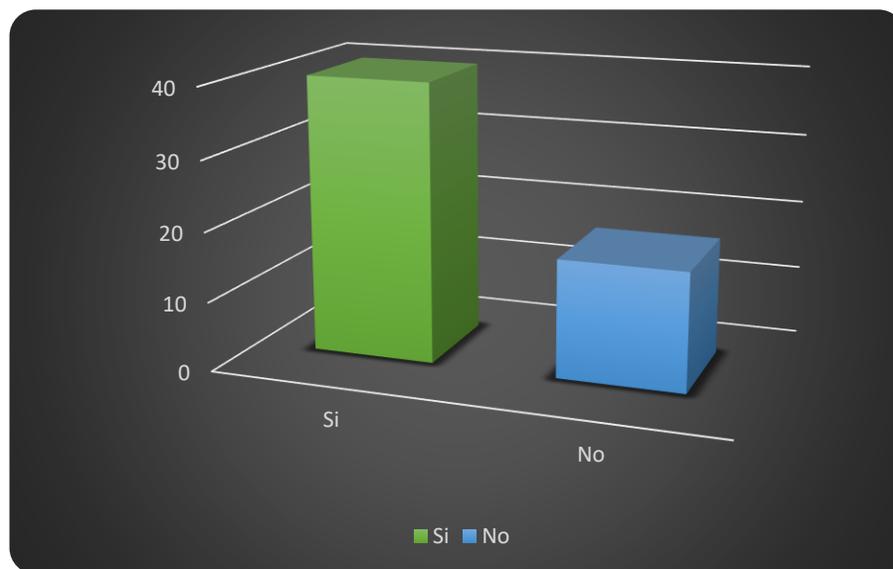
Gráfica 11. Medios de Comunicación entre los proveedores.



En relación con la gráfica 11, se puede analizar que los medios más utilizados entre el cliente y proveedor son las llamadas con una participación del 52,63% aproximadamente, el correo con una participación del 22,81% aproximadamente, las redes sociales con una participación del 14,04% aproximadamente y presencial con una participación del 10,53%.

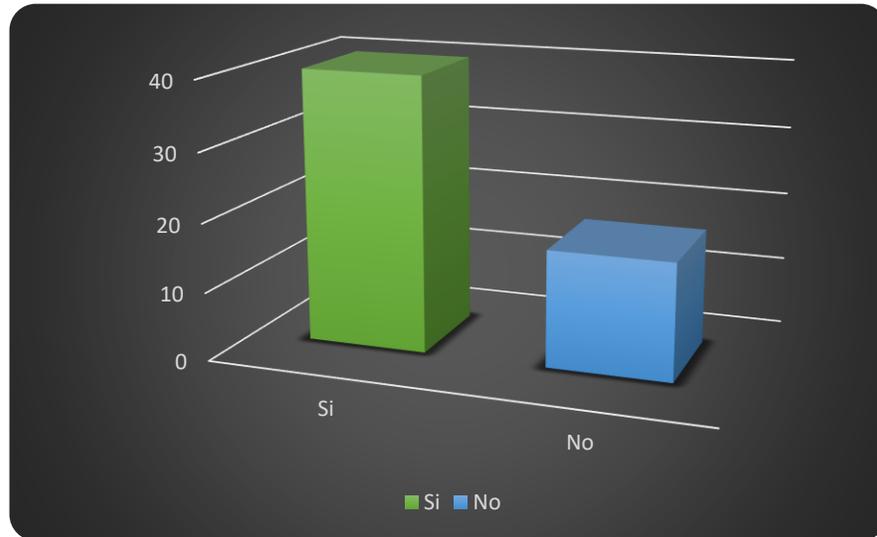
Con la información anterior se puede evidenciar que las llamadas y los correos electrónicos son los medios de comunicación más utilizados al momento de contactarse entre las partes (Vendedor/Comprador).

Gráfica 12. Conocimiento de la planta de fique.



Al realizar la pregunta orientada al conocimiento de la planta de fique, se obtuvo como resultado que 40 empresas que equivale al 70,18% aproximadamente conocían dicha planta y 17 empresas que equivalen al 29,82% aproximadamente no conocían de la planta de fique.

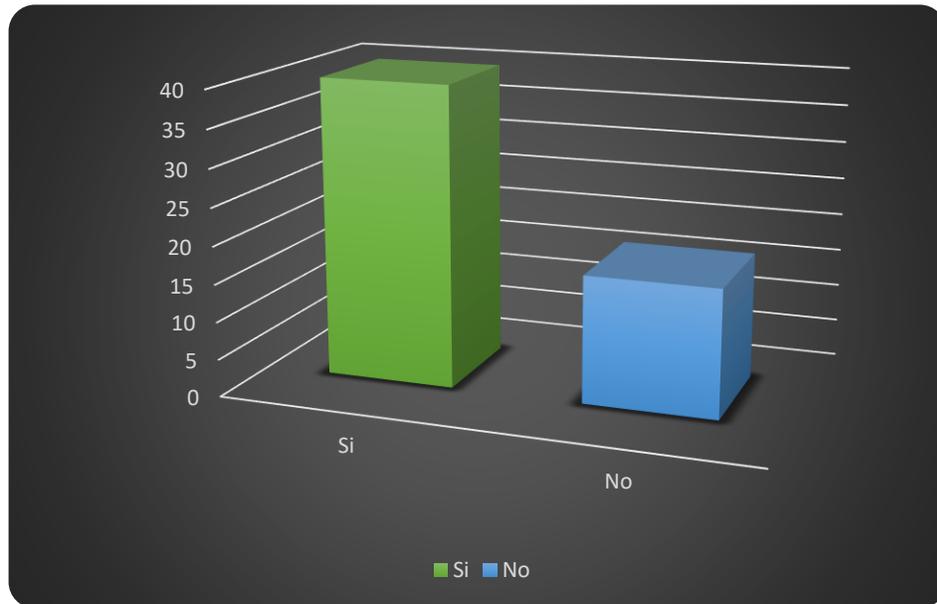
Gráfica 13. Ventajas medioambientales de la planta de fique.



Al realizar la pregunta de la gráfica 13, se observa que 40 empresas tenían conocimiento de los beneficios medioambientales que contiene la planta de fique y 17 empresas no tenían idea de los beneficios medioambientales que tiene dicha planta.

De la información anterior se puede concluir que el conocimiento de los beneficios que la planta de fique posee no es 100% popularizado, pues el 70,18% de la empresas solo tienen este conocimiento y el otro 29,82% no conoce de los beneficios de la planta anteriormente nombrada, lo cual es una alternativa para dar a conocer los atributos de la planta de fique, pues hoy en día el cuidado medioambiental es lo principal lo cual sería una oportunidad para que el jabón a base de fique tenga una gran acogida por el mercado.

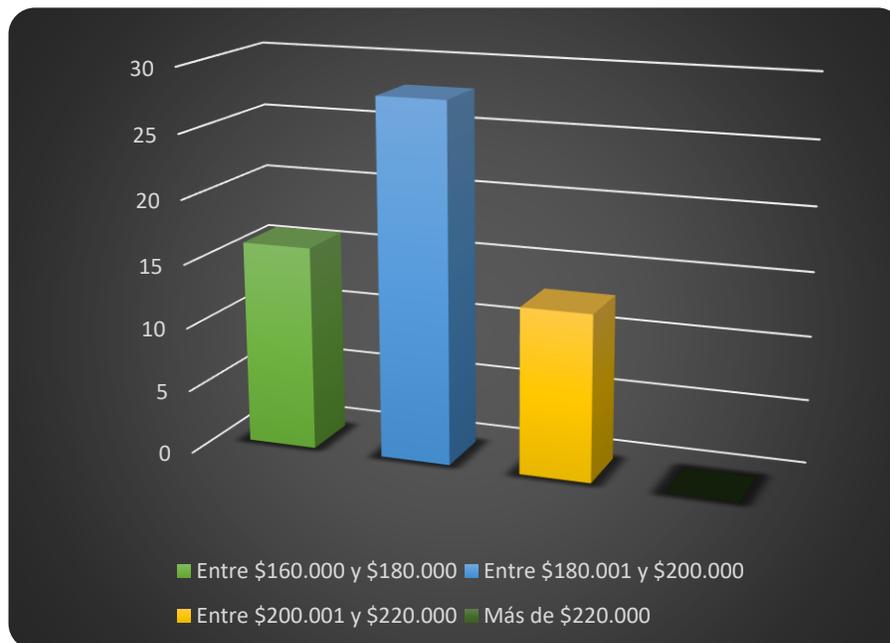
Gráfica 14. Aceptación de los jabones artesanales.



Al realizar la pregunta sobre el interés de adquirir o no adquirir los jabones a base de fique se tuvo como resultado que de las 57 empresas encuestadas a 40 empresas les gustaría adquirir este producto y 17 empresas no estarían interesadas en adquirir los jabones a base de fique, así como se observa en la gráfica 14.

Con la anterior información se deduce que 70,18% de las empresas encuestadas están interesadas en adquirir jabones artesanales a base de fique, con lo que se evidencia como una ventaja muy fundamental para el desarrollo del plan de negocios de jabones a base de fique, puesto que tiene un alto nivel de viabilidad.

Gráfica 15. Precio aceptado de un lote de jabones de fique.

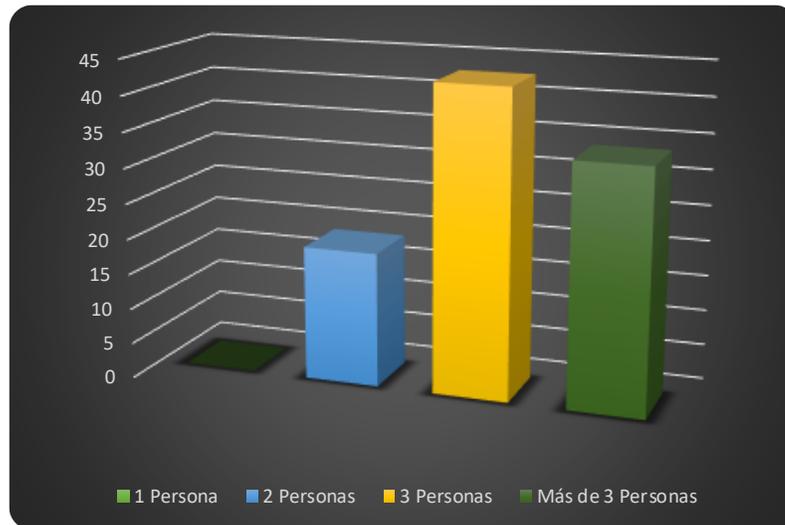


Como se muestra en la gráfica anterior el precio con mayor acogida es entre \$160.000 y \$180.000, el cual tiene una aceptación de 16 empresas equivalentes a 28,07%, el precio de \$180.001 a \$200.000 tiene una aceptación de 28 empresas equivalentes a 49,12% y el precio de \$200.001 a \$220.000 tiene una aceptación de 13 empresas equivalentes a 22,81%, con lo anterior se puede determinar un precio promedio para la venta de lotes de jabones a base de fique.

**Hogares:** La información que suministra la encuesta desarrollada a los hogares de estrato 1,2 y 3 del año 2021 de la ciudad de San Juan de Pasto, es la siguiente:

### 3.3.2 Análisis de la encuesta desarrollada a los hogares de estrato 1, 2, y 3 de San Juan de Pasto.

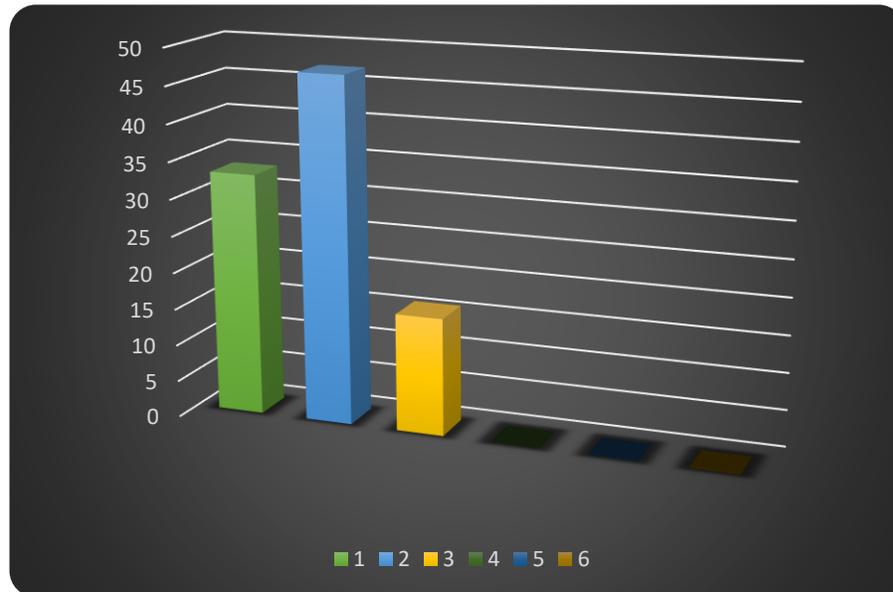
Gráfica 16. Número de personas que conforman el hogar.



En la encuesta realizada a 96 personas cabeza de hogar, con la pregunta referente al número de personas con que está conformado su hogar, los resultados fueron; que de las 96 personas, 43 de ellas equivalente al 44,79% conforman su hogar por tres personas, 34 de ellas equivalente al 35,42% conforman su hogar por dos personas y 19 personas equivalente al 19,79% conforman su hogar por más de tres personas en las que están incluidos hijos, padres, abuelos, pareja, primos entre otros como se puede ver en el gráfico 16.

Se puede apreciar que en la muestra del 44,79% predominan los hogares conformados por tres personas, este se convierte en el mercado meta para el proyecto, por ello se desarrollarán diferentes estrategias para la promoción y venta del producto, logrando llamar la atención de los consumidores.

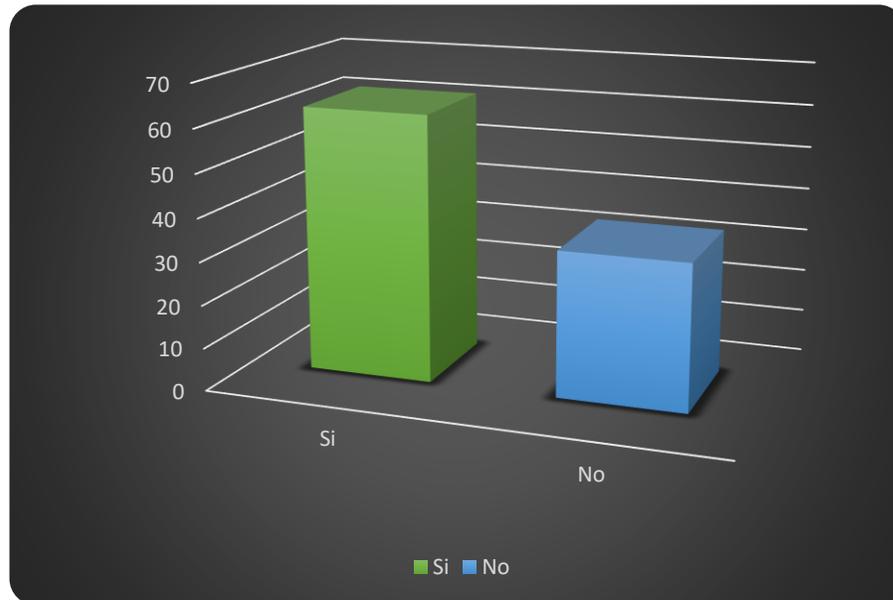
Gráfica 17. Tipo de estrato.



Como se observan en la gráfica anterior de la muestra aplicada a los 96 hogares, 47 familias equivalentes al 48,96% pertenecen al estrato dos y 33 familias equivalentes al 34,38% pertenecen al estrato uno y 16 familias equivalentes al 16,67% pertenecen al estrato tres, algunas de ellas afirmaron que su puntaje ha incrementado debido al cambio de puntuación del Sisbén puesto que el puntaje se sustituyó por una letra la cual determina la nueva estratificación de cada hogar generando en algunos de ellos cambios de nivel de estrato pasando de uno a dos.

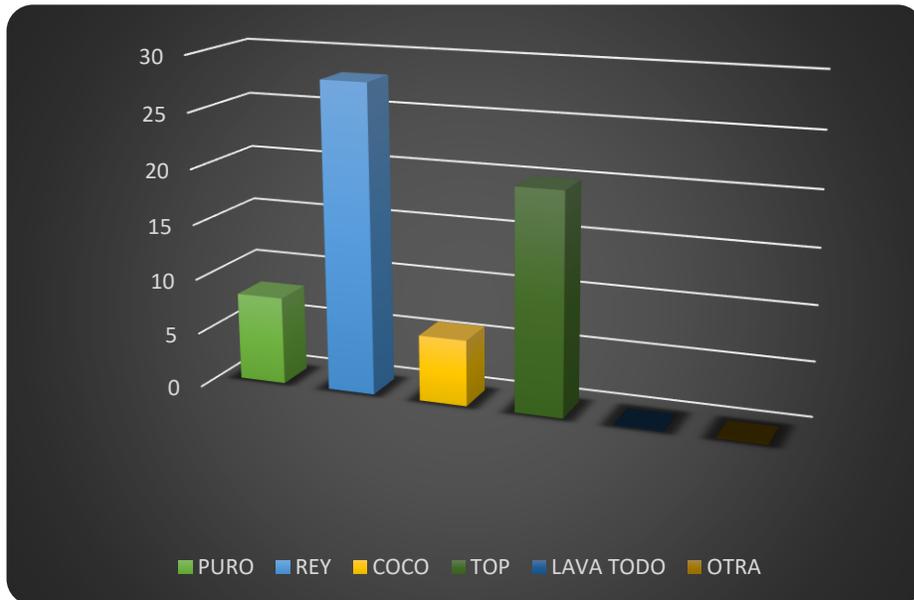
Realizando el análisis de los datos, se puede afirmar que: la mayoría de la muestra se encuentra en el estrato dos, teniendo la capacidad de adquisición mayor para el jabón a base de fique.

Gráfica 18: Hogares que utilizan jabón en barra.



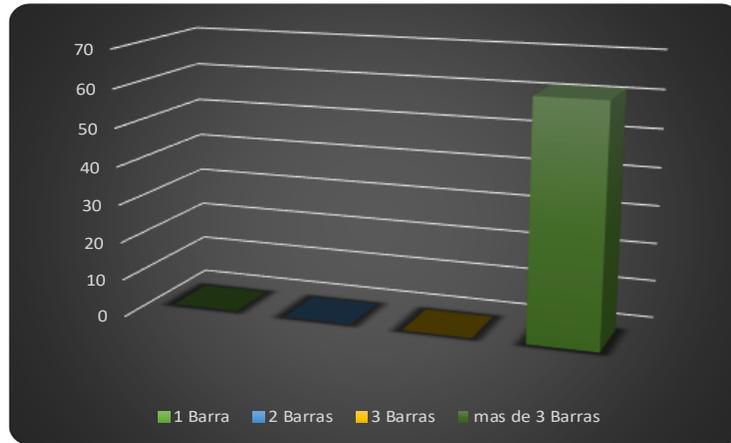
De la pregunta realizada a 96 hogares como muestra, se determina que 62 hogares equivalentes al 64,58% utilizan jabón para el aseo doméstico en barra, ya sea por precio como por accesibilidad o por su facilidad de disponibilidad, ya que este se lo puede encontrar en tiendas de barrio, minimarket y supermercados los cuales están más accesibles para la persona que necesita de este producto. Por otro lado, a 34 hogares equivalentes al 35,42%, respondieron que no utilizan el jabón en barra y esto se debe a que ellos al tener una lavadora, por ello omiten el uso de jabón en barra, eligiendo un jabón líquido o detergente para la limpieza de sus prendas.

Gráfica 19. Preferencia en marcas.



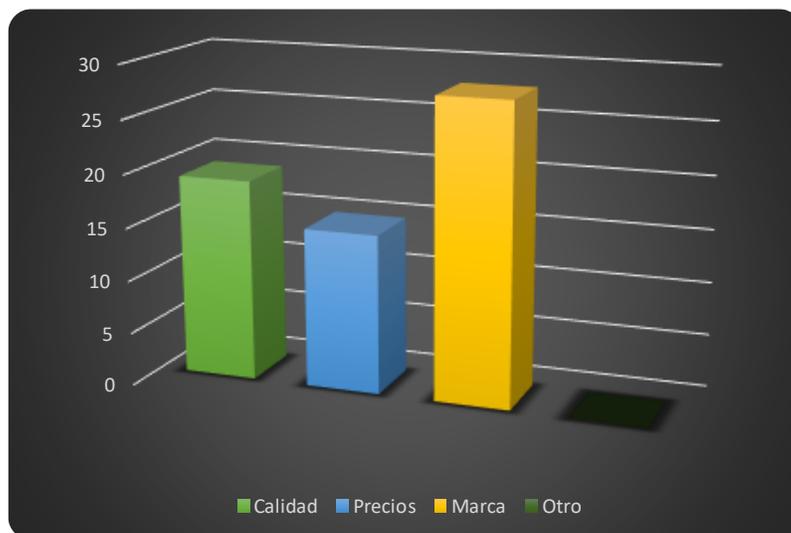
Mediante la encuesta realizada a los hogares, se obtuvieron los datos que se muestran en la gráfica anterior, evidenciándose las preferencias que tienen las personas por algunas marcas de jabones en barra. Se puede determinar que unos 28 hogares equivalentes al 45,16% prefieren el jabón REY el cual es muy reconocido en cualquier lugar ya que es una marca con gran trayectoria en el mercado utilizada principalmente para lavar las prendas como también para realizar algunos tratamientos médicos. 20 hogares equivalentes al 32,26% prefieren el jabón Top siendo también reconocida como una marca líder en el mercado por su trayectoria, bondades y por su fragancia. También se tiene el jabón Puro con una acogida de 8 hogares equivalente al 12,90%, y por último está el jabón de Coco con un poco menos de aceptación puesto que 6 hogares de la muestra es decir el 9,68% prefieren esta marca de jabón.

Gráfica 20. Consumo.



De los hogares encuestados, 62 hogares equivalentes al 100% respondieron que consumen más de 3 jabones en barra al mes, comentan que esto se debe a que en sus casas viven entre dos o tres personas por lo cual el consumo de jabón es mayor de igual manera afirman que si llegan algunas visitas el consumo puede variar entre cuatro y cinco barras al mes, este consumo también depende el tamaño del jabón al cual está acostumbrado a consumir.

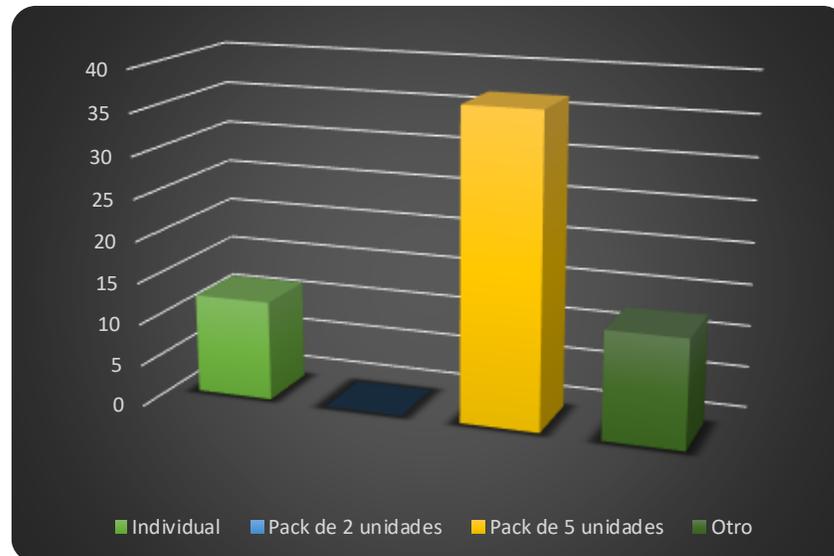
Gráfica 21. Factores.



En la gráfica anterior se muestra los factores de preferencia los cuales tienen como punto de partida para seleccionar un jabón, 28 hogares equivalentes al 45,16% prefieren elegir un jabón por la marca, basándose en el buen nombre al uso continuo del producto o por recomendaciones, puesto que, de igual manera, además se dice que la preferencia de marca se genera también por legado es

decir por el uso continuo de las generaciones de abuelos a padres de padres a hijos de hijos a nietos, etc. Es por ello que se genera la preferencia por marca, ya que 19 hogares que equivalen al 30,65% prefieren la calidad debido a que ellos buscan un jabón que al momento de utilizarlo no maltrate ni desgaste sus prendas; 15 familias equivalentes al 24,19% prefieren el precio el cual genera una mayor accesibilidad a un producto por la economía.

Gráfica 22. Presentación.



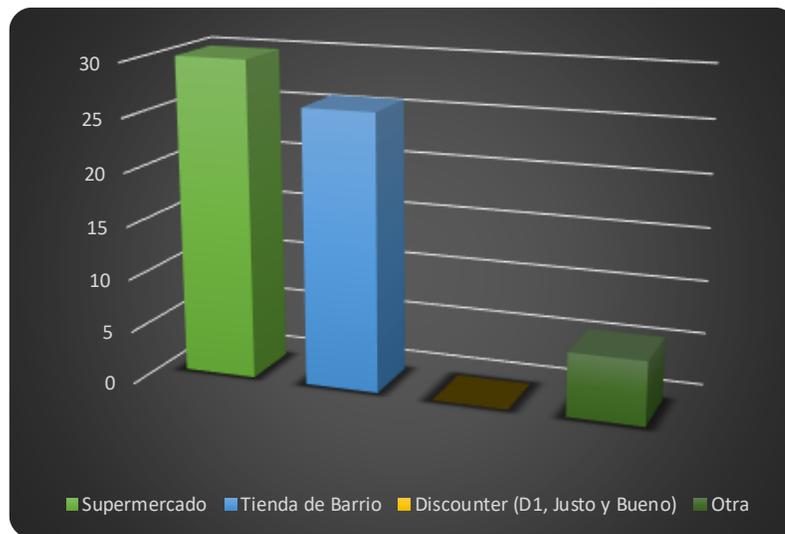
En la gráfica anterior se muestra que 37 hogares equivalentes al 59,68% prefieren el pack de 5 unidades ya que este por precio genera una economía al llevar más unidades por un valor total a menos costo; 15 hogares equivalentes al 20,97% prefieren otra presentación en cuanto a la cantidad de jabones y 12 hogares equivalentes al 19,35% prefieren la presentación individual de jabones.

Gráfica 23. Pago promedio por jabón.



En la gráfica anterior se muestra la preferencia en precios para los jabones y se observa que 32 hogares estarían dispuestos adquirir un jabón que no sobrepase los \$3.000 pesos; 21 hogares pagarían por un jabón entre \$2.000 y \$2.500 y 9 hogares estarían dispuestos a pagar por un jabón entre \$3.001 y \$3.500.

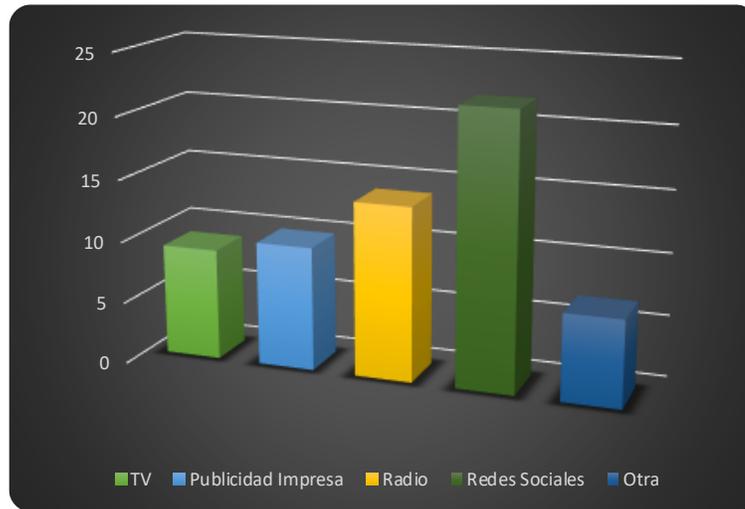
Gráfica 24. Lugares de compra.



En la gráfica anterior se muestran los lugares de preferencias de los hogares de la ciudad de Pasto, donde se evidencia que 30 hogares equivalentes al 48,39% prefieren comprar jabones para el aseo doméstico en supermercados ya que en estos se puede observar mayor variedad de productos y seleccionar el preferido por los hogares, además de tener la oportunidad de mirar nuevas alternativas de

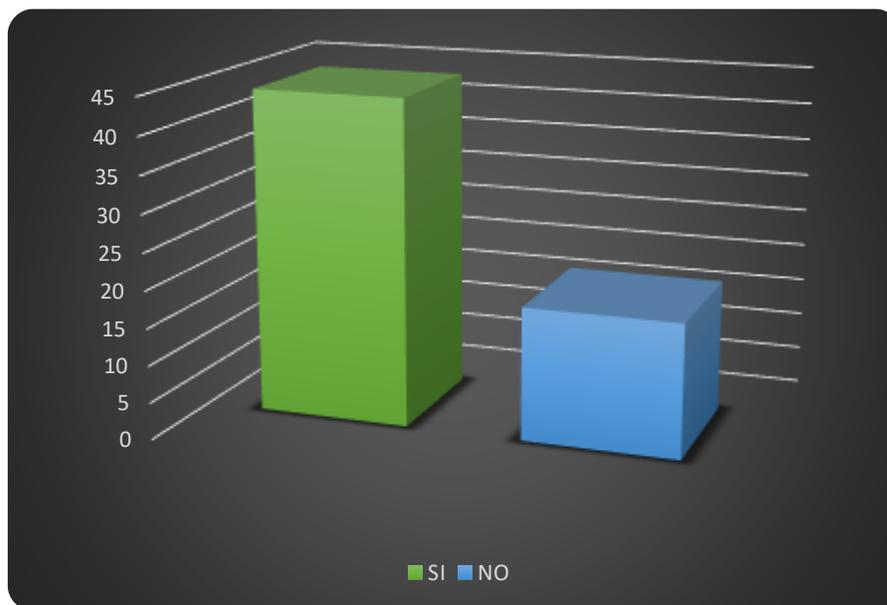
compra; 26 hogares prefieren comprar su jabón en las tiendas de barrio por la facilidad de compra y 6 hogares realizan su compra por otros medios como por ejemplo: pedidos por tiendas virtuales, pues hoy en día la tecnología ayuda en este tipos de procesos, evitando dirigirse al lugar de compra.

Gráfica 25. Medios de información.



En la gráfica anterior se observa que la información que percibe las familias de estrato 1,2 y 3 de la ciudad de pasto en su mayoría proviene de las redes sociales las cuales en la actualidad han tenido mucho auge porque a través de la emergencia sanitaria COVID 19 estos medios se convirtieron en un sistema informativo inmediato. Se evidencia que la preferencia de los hogares en cuanto los medios de comunicación de preferencia son las redes sociales equivalente a 22 hogares puesto que la mayoría de las personas tienen acceso; Al igual también se evidencia que 14 hogares reciben información por medio de la Radio; 10 hogares reciben información de los jabones para el aseo doméstico por publicidad impresa; 9 hogares reciben información de los jabones para el aseo de la ropa por medio de la TV y 7 hogares reciben información de los jabones para el aseo de la ropa por otros medios como por ejemplo el voz a voz.

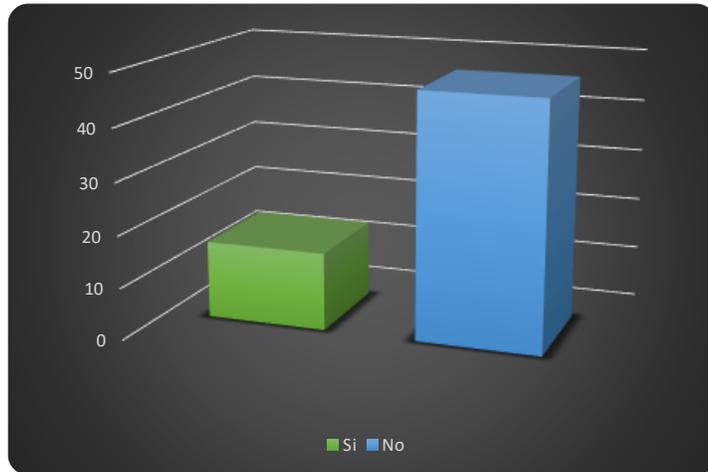
Gráfica 26. Información sobre el fique.



En la gráfica anterior se observa que la gran mayoría de hogares en este caso 44 de ellos conocen los beneficios que la planta de fique tiene y 18 hogares desconocen sobre la planta de fique, aunque la información que tienen sobre esta planta es muy básica pues sólo saben que se la puede utilizar para desarrollar artesanías, desconociendo otros usos como el de desarrollar productos como el jabón artesanal o pastillas anticonceptivas.

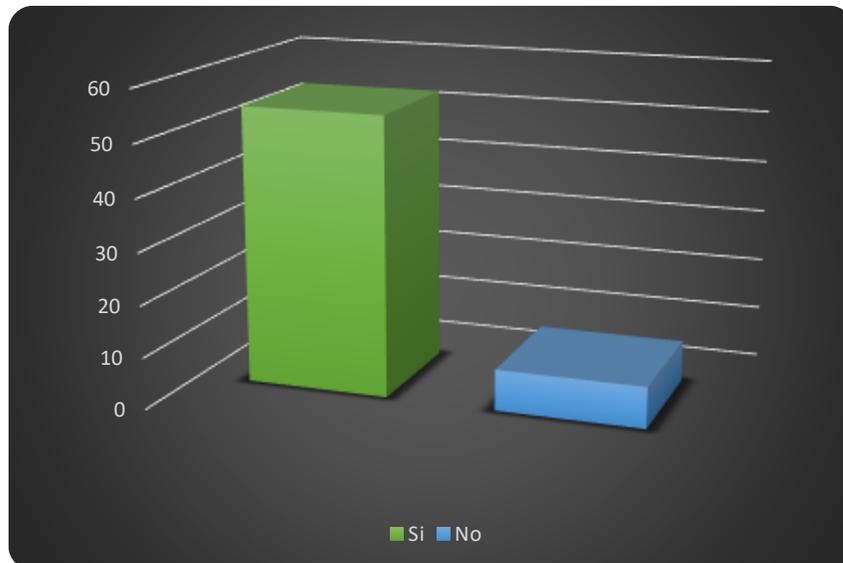
En la información que poseen la mayoría de los hogares desconocen muchos de los beneficios que posee la planta de fique y también productos y subproductos que se pueden generar a través de esta.

Gráfica 27. Ventajas medioambientales del fique.



En la gráfica se muestra que 47 hogares equivalentes a 75,81% no conocen sobre los beneficios medioambientales que tiene la planta del fique por lo cual desconocen que esta planta es biodegradable, al igual desconocen la diversidad de productos que se pueden producir a partir de la planta de fique. Pues esta inicia desde su extracción de hilo para la elaboración de costales hasta el jugo el cual es desechado porque no genera ningún beneficio, pero esto no es así ya que ese jugo que no está siendo valorado sirve como materia prima en la elaboración de productos en este caso jabón para la ropa. Solo el 24,19% que equivale a 15 hogares conocen todas las virtudes de la planta de fique.

Gráfica 28. Interés.



Como se observa en la gráfica anterior 54 hogares equivalentes al 87,10% están interesadas en adquirir un producto innovador, nuevo que ayude con el medio ambiente; 8 hogares equivalentes al 12,90% no están interesadas en adquirir el producto por los desconocimientos de los beneficios de la materia prima de la cual se desarrollará el jabón.

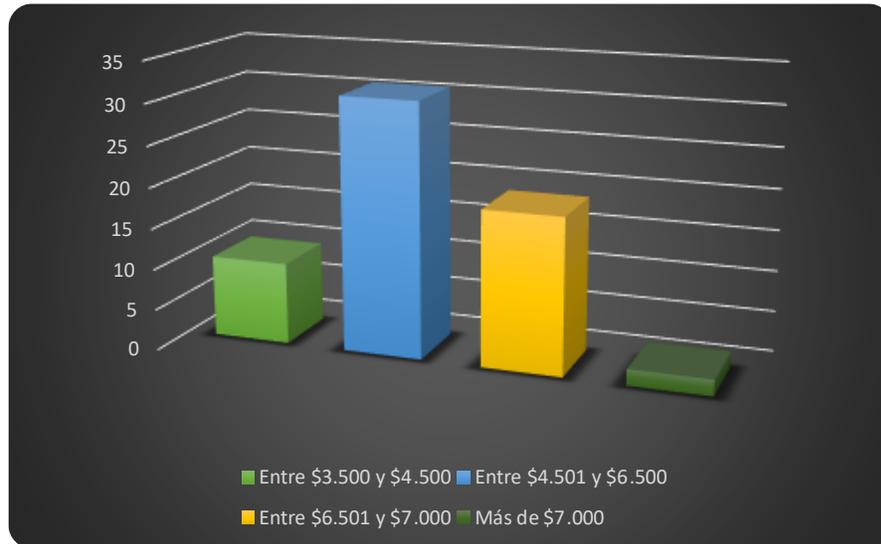
Analizando que la mayoría de las familias si estarían interesadas en adquirir un jabón para el aseo doméstico en barra a base de fique, se puede deducir que el plan de negocios en desarrollo va hacer viable y factible.

Gráfica 29. Precios por jabón de 300gr.



A la pregunta sobre el precio a pagar por un jabón artesanal a base de fique, se puede evidenciar que 27 hogares equivalentes al 43,55% están dispuestos a pagar entre 2.501 y \$3.000 pesos, 19 hogares equivalentes al 30,65% están dispuestos a pagar entre \$3.001 y \$3.500. 13 hogares que son iguales al 20,97% están dispuestos a pagar entre \$1.800 y \$2.500 y 3 hogares que son iguales al 4,84% están dispuestos a pagar más de \$3.500. La información sirve para deducir que el precio con más aceptación está entre 2.501 y \$3.000 pesos representando una buena aceptación para el producto, además de ser positivo para el proyecto a realizar.

Gráfica 30. Precio a pagar por un pack de 2 jabones artesanales a base de fique.



A la pregunta sobre el precio que se pagaría por un pack de 2 jabones artesanales a base de fique, se puede evidenciar que 31 hogares equivalentes al 50% están dispuestos a pagar entre \$4.501 y \$6.500 pesos; 19 hogares equivalentes al 30,65% están dispuestas a pagar entre \$6.501 y \$7.000 y 10 hogares que son iguales al 16,13% están dispuestos a pagar entre \$3.500 y \$4.500. Se evidencia que el precio con más aceptación en la futura demanda es entre \$4.501 y \$6.500 representando una buena aceptación para el producto y como tal para la viabilidad del plan de negocios.

Gráfica 31. Precio a pagar por un pack de 5 jabones artesanales a base de fique.



A la pregunta sobre el precio que pagaría por un pack de 5 jabones artesanales a base de fique, se puede visualizar que 28 hogares equivalentes al 45,16% están dispuestos a pagar entre \$11.001 y \$12.000 pesos, 16 hogares equivalentes al 25,81% están dispuestas a pagar entre \$12.001 y \$13.000. 13 hogares que son iguales al 20,97% están dispuestos a pagar entre \$10.000 y \$11.000, lo cual da a entender que el precio con más aceptación es el de \$11.001 y \$12.000 pesos representando una buena aceptación para el producto a desarrollar.

Tabla 2. Valor a pagar por un lote de 100 unidades de jabón a base de fique.

PRECIO DE VENTA	
CONCEPTO	LOTE (100 UNDS)
PRECIO SEGÚN ENCUESTA A EMPRESAS	\$ 180.001
	\$ 200.000
<b>PRECIO PROMEDIO DE VENTA</b>	<b>\$ 190.001</b>

Al realizar la pregunta del gráfico 15, se evidencia que 16 de empresas que equivalen aproximadamente un 28.07% escogen el rango de precio entre \$160.000 y \$180.000 a pagar por un lote de 100 unidades; 28 empresas que equivalen aproximadamente un 49.12% estarían dispuestos a pagar entre \$180.001 y \$200.000 por un lote de 100 unidades y 13 empresas que equivalen aproximadamente un 22.81% estarían dispuestos a pagar entre \$200.001 y \$220.000 por un lote de 100 unidades.

Con la anterior información se analiza el rango de precio con mayor aceptación y se tiene en cuenta al momento de determinar el precio por un lote de 100 unidades, así como se muestra en la gráfica 15. El rango de precio con mayor participación es entre \$160.000 y \$180.000 resultado obtenido de la encuesta aplicada a las empresas que servirá como base para establecer el precio de venta.

### 3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

**3.4.1 Identificación y características de la demanda.** Analizando la información obtenida de la población encuestada, hogares y establecimientos de comercio que trabajen con la actividad económica CIIU 4546 se puede determinar que las familias de los estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Pasto, optan por comprar jabones para el aseo doméstico en barra.

Para llevar a cabo el cálculo de la demanda, para el plan de negocios para la fabricación y comercialización de jabones artesanales a base fique en San Juan

de Pasto, se tomará como referencia los resultados recolectados mediante las encuestas aplicadas a los hogares de estratos 1, 2 y 3 y a las encuestas realizadas a las empresas que se dediquen a la actividad económica CIIU 4645 las cuales aportan valores reales a cerca de los gustos, preferencias y frecuencia de consumo.

La mayoría de las empresas encuestadas con la actividad económica CIIU 4546 de San Juan de Pasto comercializan jabones para el aseo doméstico, lo cual es positivo para el plan de negocios pues de esta manera se determinó que de los 69 establecimientos de comercio encuestados 57 si trabajan con jabones en barra para el aseo doméstico, evidenciando con ello que los jabones en barra si tienen una buena acogida en el mercado, pues para los hogares de estrato 1, 2, y 3 es más común adquirir jabones en barra para el uso doméstico, debido a que no se cuenta con lavadora; además se evidencio el tipo de presentación de jabones en barra de preferencia tanto para los establecimientos de comercio como para los consumidores finales (hogares) demostrando que las empresas prefieren adquirir el producto en mención en lotes de 100 unidades.

Los hogares prefieren adquirir jabones para el uso doméstico en la presentación de pack de 5, pues esto se da debido a que los hogares están conformados por más de una persona lo que genera un uso constante de jabón. Por otra parte, también es importante resaltar que la mayoría de las empresas al igual que los hogares si conoce o ha oído hablar de la planta de fique, sin embargo, la mayoría de las empresas y los hogares desconocen que el fique contiene ventajas medioambientales, como ser biodegradable, lo cual hace que al descomponerse no se contamine el agua permitiendo con ello hacer una producción limpia.

La demanda ( empresas y hogares estrato 1,2 y 3) al conocer los beneficios de la planta de fique y con ello las virtudes que tendrán los jabones artesanales a base de dicha planta, la mayoría están interesados en adquirir un jabón en barra para la limpieza de la ropa con los beneficios biodegradables que tiene la planta en mención con lo que se demuestra que el jabón artesanal a base de fique desde ya tiene un alto grado de aceptación dato positivo para el desarrollo del proyecto, además de su frecuencia de consumo pues para las empresas la mayoría realiza pedidos cada treinta días, mientras que en todos los hogares el consumo mensual es de más de tres barras de jabón.

Con la información anterior se evidencia que el consumo de jabones en barra para el aseo doméstico es aceptable y constante con lo que se demuestra que la empresa en creación produciría constantemente el producto ya mencionado, esto con el fin de satisfacer toda las empresas y hogares estrato 1,2 y 3 de San Juan de Pasto. Pues hoy en día a la hora de adquirir un jabón en barra para uso doméstico se tiene en cuenta diferentes factores de preferencia como lo es la marca, debido al transcurso de tiempo que lleva en el mercado, pues el tener mucho tiempo de constancia en el mercado ha hecho que su demanda en el pasar

de los años incrementemente y sea fiel a sus todos sus productos dado que ese grado de confianza y consumo también se da por calidad y precios.

Con respecto a los tipos de beneficios les ofrecen sus proveedores a los establecimientos de comercio se demuestra.

**3.4.2 Cálculo y proyección de la demanda.** Con la información obtenida al aplicar las encuestas a los establecimientos de comercio que trabajan con la actividad económica 4645 (Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador), se estimó la demanda del producto a producir y comercializar, ya que al momento de preguntar si les gustaría o no les gustaría adquirir jabones artesanales a base de fique teniendo en cuenta todas las virtudes y beneficios que la planta de fique contiene y que por ende el producto a producir tendrá buena acogida.

Tabla 3. Interés de los establecimientos de comercio en adquirir el producto

CONSUMO	No. EMPRESAS	PORCENTAJE (%)
Si	57	82,61%
No	12	17,39%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>242</b>	

En base a la pregunta realizada en la encuesta, ¿Estaría usted interesado en adquirir jabones artesanales a base de fique?, se logra evidenciar que el 82.61% que equivale a 57 establecimientos de comercio que trabajan con la actividad económica CIIU 4645 respondieron de manera afirmativa, mientras que el 17.39% que equivalen a 12 establecimientos de comercio responden que no comprarían el producto a desarrollar.

Tabla 4. Frecuencia de compra de jabones a base de fique en lotes de 100 unidades.

CANTIDAD LOTE (100Unds)	PARTICIPACIÓN (%)	No. EMPRESAS	No. LOTES POR PEDIDO	No. UND POR PEDIDO
1	21,05%	12	12	1200
2	40,35%	23	46	4600
3	31,58%	18	54	5400
4	7,02%	4	16	1600
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>57</b>	<b>128</b>	<b>12.800</b>

Tabla 5. Frecuencia de compra de lotes jabones en período de tiempo.

TIEMPO	PARTICIPACIÓN (%)	No. LOTES POR PEDIDO	No. LOTES ANUAL	No. UND ANUALES
Cada 30 días	63%	81	970	97011
Cada 3 meses	37%	47	189	18863
<b>TOTAL</b>			<b>1.159</b>	<b>115.874</b>

Con referencia a la pregunta ¿Cada cuánto tiempo realiza pedidos de jabones? Y ¿Cuántos lotes de jabón en barra para el aseo doméstico pide por pedido?, se ha determinado la frecuencia del uso de los jabones artesanales a base de fique mensual y anualmente, esto con ayuda de los instrumentos de recolección de información (encuestas) su participación en relación con el total de la población encuestada, al obtener la frecuencia se multiplica la frecuencia mensual por 12 meses para de esta manera obtener la frecuencia anual.

Tabla 6. Proyección demanda de jabones artesanales a base de fique.

DEMANDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% CRECIMIENTO DEL SECTOR DE ASEO Y COSMETICA EN COLOMBIA	1,5%	17	18	18	18	18
<b>EMPRESAS</b>	<b>1.159</b>	<b>1.176</b>	<b>1.194</b>	<b>1.212</b>	<b>1.230</b>	<b>1.248</b>

Para poder proyectar la demanda se tuvo en cuenta el crecimiento del sector de aseo y cosméticos en Colombia, dado que en la página web de Procolombia se refiere a “las ventas del sector de belleza y cuidado personal en Colombia el cual ha presentado un crecimiento exponencial en los últimos cinco años (2020 - 2024) alcanzando un crecimiento promedio anual de ventas de 1,5%, por USD 3.297 millones en 2024”<sup>25</sup>. De esta manera para la misma proyección se basa en un dato fiable para la proyección a cinco años.

<sup>25</sup> PROCOLOMBIA. El crecimiento del sector aseo y cosméticos en Colombia continúa (en línea). En: PROCOLOMBIA (Colombia). s.f. (consultada: 21, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://procolombia.co/noticias/colombia-hoy/el-crecimiento-del-sector-de-aseo-y-cosmeticos-en-colombia-continua#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20a%20nivel,USD%203.297%20millones%20en%202024>

### 3.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

**3.5.1 Identificación y características de la oferta.** Mediante la realización de una investigación por diferentes medios de comunicación veraz, se ha logrado determinar que en San Juan de Pasto no hay existencia de una empresa que dedique a la producción y comercialización de jabones artesanales a base de fique, debido a la situación anterior toma más fuerza la idea de incrementar al mercado un producto innovador que cuenta con beneficios como ayudar al medio ambiente. Además de ser apetecido por el mercado por otro lado, sería la primera empresa en el municipio de Nariño(N) dedicada a la producción y comercialización de jabones artesanales a base de la planta de fique.

Tabla 7. Registro de competencia en el municipio de San Juan de Pasto.

COMPETENCIA EN EL MERCADO		
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	PRECIO
	Es una marca reconocida por su trayectoria en el mercado de jabones para el aseo doméstico. Pues esta marca lleva mucho tiempo posicionada, además de ser muy apetecida por los clientes a nivel nacional	\$ 2.300
	Es una marca reconocida por el tiempo que lleva en el mercado, por sus fragancias intensas, por sus ingredientes y presentaciones. Esta marca es muy apetecida en el mercado.	\$ 2.600

Al analizar la competencia, se puede concluir que el fuerte de los productos mencionados, es el tiempo y la permanencia en el mercado, sin embargo, sus productos no están enfocados a la preservación y ayuda al medio ambiente, puesto que el jabón artesanal a base de fique además de ser innovador es ecológico, pretendiendo brindar al cliente un bien para el hogar y que al momento de utilizarlo sea biodegradable, tan rápido que no cause ningún daño a las fuentes hídricas, por este motivo se quiere aprovechar esta oportunidad para poder brindar al consumidor un jabón para el aseo doméstico que provenga de la planta de fique pues hoy en día no hay buena disposición de este residuo de esta planta ya que actualmente no es valorado y por ende tiene mala disposición. Es por esta razón

que con el plan de negocios en desarrollo se desea aprovechar al máximo el jugo del fique destacando sus beneficios y virtudes.

**3.5.2 Cálculo y proyección de la oferta.** Como en San Juan de Pasto no existe una empresa enfocada a la producción y comercialización de jabones a base de fique, no se ha podido determinar la oferta de manera directa, aunque de manera indirecta si se encuentra a las empresas como Dersa y La Fabril, que fabrican producto denominados “el Rey” y “Top”, estas dos marcas al ya estar posicionadas en el mercado, cuentan con una amplia demanda que satisfacer, por ende su oferta es demasiado grande para tomarla como base para hacer la proyección y desarrollo del presente plan de negocios.

### 3.6 DETERMINACIÓN DEL PRECIO.

Para determinar el precio del jabón a base de fique se analizó las encuestas realizadas a los hogares y establecimientos de comercio del San Juan de Pasto, obteniendo la siguiente información:

Al realizar la encuesta a las empresas dedicadas a la actividad 4645 (**Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador**) se determina que los precios de aceptación se encuentran:

- Entre \$180.001 y \$200.000 dispuestos a pagar por una caja de 100 unidades de jabón artesanal a base de fique de 300gr.

Tabla 8. Precio de venta de establecimientos de comercio.

PRECIO DE VENTA	
CONCEPTO	LOTE (100 UNDS)
PRECIO SEGÚN ENCUESTA A EMPRESAS	\$ 180.001
	\$ 200.000
<b>PRECIO PROMEDIO DE VENTA</b>	<b>\$ 190.001</b>

Con la información anterior y tomando los datos de la encuesta realizada a las empresas, se obtiene que el precio de venta unitario más aceptado dentro del mercado un lote de 100 unidades es de \$180.001.

Para determinar el precio el cual puede ser de agrado para los consumidores finales se determinó que según las encuestas aplicadas a las familias de los estratos 1, 2 y 3 del año 2021 de la ciudad de San Juan de Pasto se tiene como posibles precios de venta los siguientes datos:

- Entre \$2.501 y \$3.000 dispuestos a pagar por un jabón artesanal a base de fique de 300gr.
- Entre \$4.501 y \$6.500, dispuestos a pagar por el pack de 2 jabones artesanales a base de fique.
- Entre \$11.001 y \$12.000, dispuestos a pagar por el pack de 5 jabones artesanales a base de fique.

Tabla 9. Precio de venta de jabón de fique, datos según encuesta, hogares de estrato 1, 2 y 3.

PRECIO DE VENTA	
CONCEPTO	VALOR UNITARIO
PRECIO SEGÚN ENCUESTA A HOGARES	\$ 2.501
	\$ 3.000
<b>PRECIO PROMEDIO DE VENTA</b>	<b>\$ 2.751</b>

Con la información anterior y tomando los datos de la encuesta se obtiene que el precio de venta unitario más aceptado dentro del mercado está entre \$2.751; el pack por 2 unidades está entre \$5.501 y el pack por 5 unidades está entre 11.501.

### 3.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La empresa JABONES “FIQUEBIODNAR” va a manejar 2 canales de distribución; que son:

- Nivel 0 - Canal directo (del productor al consumidor). Según Quiroa el nivel 0, consiste en que la empresa al no tener intermediarios realizará todas las tareas de marketing, almacenaje, transporte y comercialización de sus productos y se puede dar de dos formas: en forma física cuando los vendedores de la empresa son los responsables de llevar el producto que comercializan hasta el cliente y de forma digital o por otros medios se da cuando la empresa utiliza las Tic’s<sup>26</sup>. Este nivel será aplicado a largo plazo por parte de la empresa, por lo cual no genera impacto en las utilidades de la empresa.

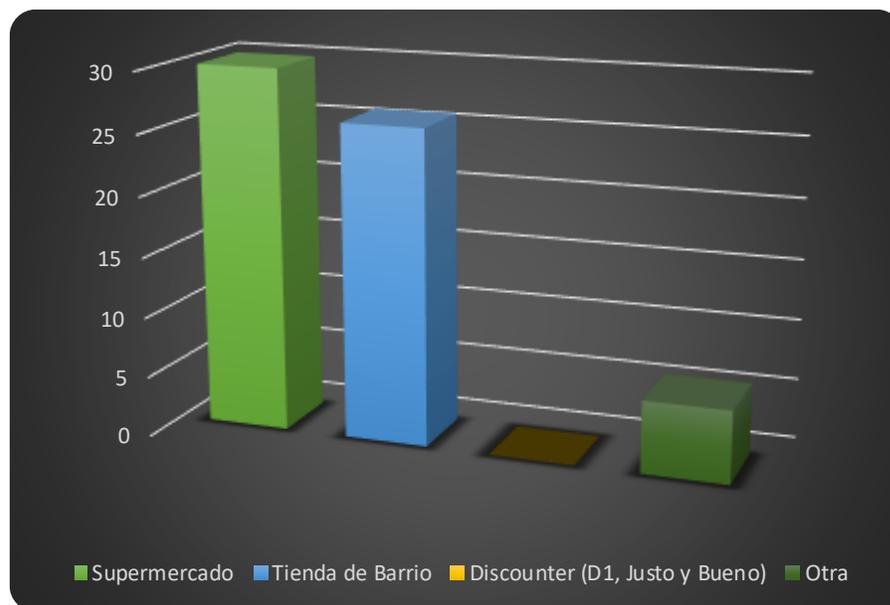
<sup>26</sup> QUIROA, Myriam. Tipos de canales de distribución. En: (Guatemala). 05 de octubre de 2020 (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-marketing.html>

- Nivel 1 - Canal indirecto (del Productor a los minoristas, mayoristas y de éstos a los Consumidores). la empresa en este tipo de canal implica que vende y comercializa sus productos por medio de intermediarios ya sean minoristas o mayoristas los cuales se convierten en el punto de relación entre clientes y consumidores”<sup>27</sup>.

Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los minoristas que son tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, gasolineras, boutiques, entre otras.

Este nivel va a tener un alto impacto en las utilidades de la empresa ya que se va a vender en grandes cantidades.

Gráfica 32. Lugares de compra.



Como se aprecia en la gráfica anterior los canales de distribución principales para las familias de estrato 1, 2, y 3 son los supermercados con una participación de 30 hogares que equivalen al 48,39%; las tiendas de barrio también se deben tener en cuenta pues 26 hogares que equivalen a aproximadamente el 41,94% adquieren jabones para el aseo doméstico en estos lugares es por ello que poco a poco la se debe realizar estrategias en donde los jabones a base de fique puedan incursionar en las tiendas de barrio de los sectores más principales, ya que estos lugares

<sup>27</sup> Ibid, <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-marketing.html>

tienen gran afluencia de personas y por ende el producto puede darse a conocer más rápido.

### 3.8 DETERMINACIÓN DEL MERCADO INSATISFECHO

El cálculo del mercado insatisfecho se realizó determinando la diferencia entre la demanda que existe y la oferta vigente, para evidenciar que parte del mercado aún no satisface sus necesidades debido a diferentes motivos como, por ejemplo: la inexistencia del mismo o porque los oferentes no cumplen con sus necesidades o expectativas el demandante necesita. De esta manera se ha aprovechado estas necesidades no satisfechas y se darán nuevas oportunidades de competencia con los jabones artesanales a base de fique en San Juan de Pasto, resaltando principalmente sus beneficios medioambientales, calidad, precio que trae consigo la utilización del mismo.

Tabla 10. Cálculo de la demanda insatisfecha de jabones artesanales a base de fique en lotes de 100 unidades.

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
1	1.176	0	1.176
2	1.194	0	1.194
3	1.212	0	1.212
4	1.230	0	1.230
5	1.248	0	1.248

Para la proyección del mercado insatisfecho se tomó el mismo valor de la demanda insatisfecha debido a que para el presente plan de negocios no hay oferta existente puesto que es un producto nuevo e innovador en el mercado por lo tanto no tiene una competencia directa.

### 3.9 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE PROVEEDORES

- La materia prima que se utilizará para realizar el jabón a base de fique se obtendrá principalmente del municipio de Nariño y de sus municipios aledaños, debido a que este es un lugar estratégico tanto por su cercanía a la ciudad de San Juan de Pasto y es un punto de producción vigente de fique. Con ello se incentiva la producción de esta planta en todos los municipios y se genera nueva oportunidad de producción y empleo.

Para ampliar la información acerca de los sectores productivos de fique se realizaron algunas entrevistas con personas expertas en el tema.

Según diálogo con el señor Weimar Cabrera Moncayo, agente de compras encargado de la bodega de la COMPAÑÍA DE EMPAQUES DE MEDELLÍN S.A.S, ubicada en el Municipio de la Florida – Nariño. Comenta que “La compañía está funcionando hace 13 años en el Municipio de la Florida. La cual es el centro de acopio de la fibra de fique proveniente de tres zonas organizadas así:

- Zona uno: Corregimiento del Rodeo en el cual se encuentran las veredas el Maco, Bellavista, Alto Rodeo, el Placer.
- Zona dos: Conformada por la vereda Panchindo y el casco urbano por los señores Antonio García, Silvio Ramos y Luis Ortega productores de fique.
- Zona tres: Conformada por las veredas Barranquito, Cacique, los Corregimientos de Plazuelas, Robles, Tunja y Matituy las dos anteriores entregan la mitad de su producción a la bodega ubicada en la Florida (Nariño) y la otra parte es entregada a la bodega ubicada en el municipio del Tambo (Nariño).

Como se observa la materia prima a utilizar para la elaboración de jabón a base de fique, se la puede encontrar en los diferentes municipios de la región y de igual manera los diferentes tipos de fique que existen en la actualidad.

### **3.10 ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

Para dar a conocer los jabones artesanales a base de fique es necesario crear estrategias que se encuentran en relación con la mezcla de mercadeo. Según Sánchez dice “Las estrategias de marketing son uno de los principales aspectos a trabajar dentro de las labores relacionadas con el marketing, ya que establecen las vías a seguir a la hora de conseguir los objetivos comerciales planteados por una empresa u organización, por lo que su correcto diseño es esencial para su funcionamiento a corto y largo plazo”<sup>28</sup>.

Es así como las estrategias de mercadeo brindan la posibilidad de alcanzar los objetivos propuestos, creando alternativas encaminadas a dar a conocer los jabones artesanales a base de fique a una gran cantidad de clientes los cuales puedan adquirir el producto a un precio establecido, buscando la aceptación en el mercado, hasta llegar a ser altamente competitivo en el mercado.

#### **Estrategias de producto**

La empresa se ofrecerá la fabricación y comercialización de jabones artesanales a base de fique, todo ello con el fin de aportar al medio ambiente, así pues, al

---

<sup>28</sup> SÁNCHEZ GALÁN, Javier. Estrategias de marketing (en línea). En: ECONOMIPEDIA.COM (Colombia). 29, septiembre, 2015 (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-marketing.html>

implementar el uso del jabón a base de fique se estaría mitigando y ayudando directamente a disminuir la contaminación en las aguas hídricas puesto que con la rápida degradación que tiene el producto en mención se está contribuyendo al ecosistema y por otra parte se está aprovechando los beneficios de la planta de fique. De esta forma lo que se busca es poder brindar al consumidor (hogares) los beneficios que conlleva el demandar este producto mediante su consumo frecuente.

La materia prima para el desarrollo del proyecto y por ende a la producción de los jabones artesanales a base de fique será obtenida del municipio de Nariño y fincas aledañas productoras de la planta de fique. Para que la producción del producto ya mencionado anteriormente sea eficiente y eficaz se deben desarrollar estrategias relacionadas con el producto como las siguientes:

- Incluir variedad de presentaciones que sean de interés y agrado para los establecimientos de comercio y los hogares de San Juan de Pasto.
- Brindar la posibilidad al cliente de escoger entre los diferentes canales de distribución del producto.
- Incluir diseños llamativos para la presentación de los jabones artesanales, los cuales generan interés en los hogares y del mismo desarrollar buen nombre para que a futuro el producto llegue a ser muy reconocido.

### **Estrategias de precio**

La determinación del precio es un factor fundamental para el éxito de la empresa, pues según la página web Certus dice que “La administración de la empresa debe considerar todo posible factor antes de asignar el precio a un producto. Por lo general, las variables que influyen son el segmento en el que se compete, la capacidad de pago del consumidor, las condiciones del mercado, las acciones de la competencia, el costo de tanto de las materias primas como el de fabricación y el margen de ganancia”<sup>29</sup>.

Para determinar el precio de los jabones artesanales a base de fique se tiene en cuenta que es un producto innovador, pues la materia prima de la que se va a disponer se obtiene de la planta de fique, en el proceso de desfibrado donde se extrae el jugo de la fibra natural de fique se obtiene una materia prima de muy bajo costo. Por otra parte, también se debe tener en cuenta que al ser un producto innovador y como consecuencia no hay empresas en la ciudad de Pasto que se dediquen a la elaboración de jabones artesanales a base de fique que son ecológicos y como tal ayudan a mitigar la contaminación del medio ambiente; con esta información se concluye:

---

<sup>29</sup> CERTUS. ¿Cómo asignar un precio? Estrategias de fijación de precios (en línea). En: CERTUS.COM (Colombia). 24, marzo, 2020 (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.certus.edu.pe/blog/estrategias-fijacion-precios/>

- **Primero:** Se debe establecer un precio inicial el cual sea bajo, porque esto ayudará a que el producto tenga una mayor acogida en el mercado y por ende sea competitivo.
- **Segundo:** Cuando el producto ya esté posicionado en el mercado, sea competitivo y tenga buena aceptación siendo el producto apetecido por los clientes, se puede realizar un incremento en el precio generando con ello que el consumidor tenga una sensación de confianza en la calidad del jabón aún mayor que la inicial.

Con base a la información anterior se ha determinado un precio de venta estimado el cual será accesible para:

- Establecimientos de comercio: el precio de venta unitario más aceptado dentro del mercado para una caja de 25 unidades es de \$42.500 y para una caja de 50 unidades el precio es de \$82.500, aproximadamente.
- Hogares de estrato 1, 2 y 3: el precio de venta unitario más aceptado dentro del mercado está entre \$2.751; el pack por 2 unidades está entre \$5.501 y el pack por 5 unidades está entre 11.501.

### Estrategias de plaza o distribución

Se denomina plaza a los puntos de venta del producto o su respectiva distribución, por lo que es necesario realizar estrategias para tener un control adecuado del mismo. Para el presente plan de negocios se manejará los siguientes canales:

Canal indirecto: Se maneja una cadena de distribución que incluye a minoristas o detallistas en el cual por medio de ellos llegue el producto al consumidor final y de esta manera él mismo sea innovador y accesible a todo el público.

Figura 2. Canal de distribución de los jabones artesanales a base de fique.



En la parte de la distribución de los jabones artesanales a base de fique se emplea una distribución intensiva con el fin de exponer el producto en todos los lugares posibles como los establecimientos de comercio y de esta manera que su comercialización sea más amplia.

## Estrategias de publicidad y promoción

Para dar a conocer los jabones artesanales a base de fique, se debe implementar unas buenas estrategias de publicidad que ayuden a dar a conocer el nuevo e innovador producto, junto con los beneficios que aporta su consumo frecuente, entre ellos.

- Realizar publicidad de los jabones artesanales para el aseo doméstico a base de fique en las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, ya que este es un medio que tiene visualizaciones más frecuentes que una página web.
- El voz a voz, ya que este medio se considera que sigue siendo el sistema más efectivo para dar a conocer un producto o servicio.
- Ofrecer descuentos y promociones en los puntos de venta para que el consumidor se fije en el producto.
- Dar muestras de jabones artesanales a base de fique en los establecimientos de comercio para impulsar el producto.
- Incluir descuentos a los supermercados por una compra mayor a la de periodos anteriores.
- Realizar acuerdos con supermercados los cuales realicen eventos especiales y por medio de esto dar a conocer los jabones a base de fique.

Por otro lado, para la fabricación y comercialización de jabones artesanales a base de fique, requiere de un logo, símbolo y un eslogan para su reconocimiento y posicionamiento.

- **MARCA:** “JABONES FIQUEBIODNAR”
- **LOGO:**

Figura 3. Logo de la empresa



- **SLOGAN:** Limpieza y pureza, ¡No solo a tus prendas!

Se utilizan colores relacionados con la planta de fique para que el producto se asemeje a la materia prima.

### 3.11 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO

El presupuesto de la mezcla de mercadeo ayuda a prever las salidas de dinero que se necesitarán en el negocio al momento de ponerlo en marcha, consecuencia de ello se requiere establecer estrategias de mercadotecnia, que hacen referencia a las acciones que se deben realizar para lograr los objetivos relacionados con el marketing, con el fin de dar a conocer los jabones artesanales a base de fique en el mercado y además impulsar las ventas, generar una mayor participación en el mercado. A continuación, se presenta la mezcla de mercadeo (ver tabla 14).

Tabla 11. Presupuesto de la mezcla de mercadeo

<b>PUBLICIDAD</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>VOLANTES</b>	<b>UNIDADES</b>	1000	\$ 180	\$ 180.000
<b>PUBLICIDAD EN REVISTAS O PERIÓDICOS</b>	<b>MESES</b>	12	\$ 40.000	\$ 480.000
<b>PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES</b>	<b>MESES</b>	12	\$ 40.000	\$ 480.000
<b>CREACIÓN DE PÁGINA WEB</b>	<b>UNIDADES</b>	1	\$ 400.000	\$ 400.000
<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>				<b>\$ 1.540.000</b>

Se debe resaltar que dicho presupuesto se verá reflejado en el plan financiero.

## 4. PLAN DE OPERACIONES

### 4.1 FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Tabla 12. Ficha técnica del producto unitario.

NOMBRE DEL PRODUCTO	JABÓN ARTESANAL A BASE DE FIQUE
DISEÑO DEL PRODUCTO	
DESCRIPCIÓN	<p>Los jabones son elaborados a base de fique y otros componentes necesarios para su terminación, estos son eficientes para extraer manchas de las prendas y dejarlas limpias sin dañar las fibras y por otra parte ayuda a disminuir la contaminación causada por la espuma.</p>
INGREDIENTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jugo de Fique.....82ml</li> <li>- Aceite reutilizable .....160ml</li> <li>- Soda Caustica .....30gr</li> <li>- Agua .....78ml</li> <li>- Olor a lavanda .....8ml</li> </ul>
MEDIDAS	<p>La medida de cada unidad de jabón a base de fique será de:  Largo: 11 cm  Ancho: 7 cm  Alto: 3 cm</p>

<b>PRESENTACIÓN</b>	Caja de cartón Largo: 12 cm Ancho: 8 cm Alto: 3,5 cm
<b>EMPAQUE</b>	Caja de papel Kraft unitario

Tabla 13. Ficha técnica del producto por lotes.

<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	<b>JABÓN ARTESANAL A BASE DE FIQUE</b>
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Los jabones a base de fique ya elaborados y listos para la venta son empacados en una caja de material de papel Kraft, en donde se almacenarán 100 unidades de jabón individual.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Caja de cartón Largo: 65 cm Ancho: 42 cm Alto: 20 cm
<b>EMPAQUE</b>	Caja de papel Kraft lote

#### 4.2 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.

El estudio de la localización del negocio es muy importante, debido que de esta manera se puede identificar el domicilio fiscal de la empresa, permitiendo con ello que los clientes potenciales lleguen a la empresa y/o fábrica sin ningún

inconveniente para que de esta manera pueda adquirir fácilmente el producto artesanal a producir.

Para identificar la localización de la empresa se abarca dos etapas importantes que son:

**Macro localización:** Se determina como el lugar más adecuado donde se ubicará el proyecto, identificando factores de estudio con mayor incidencia e importancia en la localización. Se pueden destacar algunos de ellos como: la ubicación del mercado donde se comercializará el producto del proyecto, la facilidad de acceder a las materias primas, nivel de competencia de la mano de obra, facilidad de transporte, fuentes de suministro de agua, energía eléctrica, combustible, disposiciones legales, fiscales.

La empresa productora y comercializadora de jabón a base de fique se ubicará dentro del departamento de Nariño, el cual cuenta con diferentes actividades económicas enfocadas al comercio y la prestación de servicios como: servicios bancarios, comerciales y de transporte, se destaca la manufactura artesanal de muebles y artículos de cuero, actividades agropecuarias como el cultivo de papa principalmente, hortalizas, frijol, cebada, entre otros; las industrias dedicadas a la producción de alimentos y bebidas, producción de materia prima, explotación del sector lechero, sector ovino, la cría de cuyes, pesca entre otros.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado se evidencia que no hay ninguna empresa dedicada a la fabricación y comercialización de jabón a base de fique, determinando que es un producto relativamente nuevo e innovador, tanto a nivel regional y nacional, facilitando el ingreso de este proyecto en el mercado.

El municipio de San Juan de Pasto cuenta con los servicios públicos necesarios para que funcione la empresa como acueducto y alcantarillado, prestado por la empresa EMPOPASTO, servicio de energía eléctrica, suministrado por las Centrales Eléctricas de Nariño CEDENAR S.A., alumbrado público a cargo de Servicio Público de alumbrado SEPAL S.A., aseo y recolección de basuras prestado por la Empresa Metropolitana de Aseo de Pasto EMAS S.A., servicio de gas domiciliario prestado por MONTAGAS S.A. y SUPERGAS E.S.P., transporte público prestado por el Sistema Estratégico de Transporte Público SETP ciudad sorpresa, además la ciudad cuenta con diversas empresas privadas que prestan servicios de transporte, internet, telefonía y televisión por suscripción tales como Claro, Movistar, DIRECTV, entre otros y supermercados de grandes superficies, por otra parte, se debe aclarar que la ciudad cuenta con vías en buen estado, como pavimentadas, intercambiadores viales, parques, centros religiosos, escenarios deportivos, sitios turísticos, plazas de mercado, varios centros de educación superior y técnica.

En conclusión, la empresa de jabón a base de fique es un proyecto viable y de emprendimiento para San Juan de Pasto, porque cuenta con todos los elementos indispensables para entrar en funcionamiento y trascendencia en el tiempo.

Al realizar la matriz de puntuación se seleccionó tres municipios del departamento de Nariño, los cuales están más cerca de la ciudad de San Juan de Pasto en la cual se comercializará el producto, uno de los municipios de Nariño (N), otro el municipio de Pasto y por último el corregimiento de Catambuco.

Tabla 14. Matriz de macro localización puntuación por puntos.

MATRIZ DE PUNTUACIÓN							
FACTORES	NARIÑO			LA FLORIDA		PASTO	
	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN
EXISTENCIA DE VÍAS	16%	8	1,28	10	1,6	6	0,96
SEGURIDAD PUBLICA	13%	7	0,91	10	1,3	7	0,91
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	5%	6	0,3	10	0,5	6	0,3
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	19%	10	1,9	2	0,38	2	0,38
PROXIMIDAD AL MERCADO DE PRODUCTOS	15%	6	0,9	10	1,5	10	1,5
COSTO DE SERVICIOS	10%	10	1	2	0,2	10	1
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	15%	10	1,5	6	0,9	4	0,6
TRANSPORTE	7%	10	0,7	7	0,49	7	0,49
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>8,49</b>	<b>57</b>	<b>6,87</b>	<b>52</b>	<b>6,14</b>

**Micro localización:** Define el terreno más conveniente para la ubicación definitiva y más apropiada del proyecto. Además, se define como la localización o la selección puntual del sitio para la instalación del proyecto de igual manera se tiene en cuenta la encuesta realizada a las familias en la cual se puede determinar los lugares concurridos por las mismas.

Tabla 15. Matriz de micro localización puntuación por puntos.

<b>MATRIZ DE PUNTUACIÓN</b>							
	<b>VERGEL</b>			<b>PRIMAVERA</b>		<b>CRISTALES</b>	
<b>FACTORES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
EXISTENCIA DE VÍAS	10%	10	1	5	0,5	9	0,9
SEGURIDAD PUBLICA	5%	4	0,2	4	0,2	8	0,4
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	10%	5	0,5	4	0,4	7	0,7
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	19%	7	1,33	3	0,57	4	0,76
PROXIMIDAD AL MERCADO DE PRODUCTOS	20%	10	2	8	1,6	6	1,2
COSTO DE SERVICIOS	10%	10	1	9	0,9	5	0,5
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	15%	10	1,5	10	1,5	2	0,3
TRANSPORTE	11%	10	1,1	7	0,77	1	0,11
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>66</b>	<b>8,63</b>	<b>50</b>	<b>6,44</b>	<b>42</b>	<b>4,87</b>

En la tabla anterior se puede evidenciar que la micro localización de la empresa más conveniente para el desarrollo del proyecto es la vereda de Vergel ubicada en el municipio de Nariño pues tiene una puntuación de 8,63 a diferencia de vereda Primavera con 6,44 y la vereda Cristales con 4,87.

#### **4.3 IDENTIFICACIÓN DEL TAMAÑO DEL NEGOCIO**

Para la identificación del tamaño de la empresa es fundamental ya que de esta manera se ayuda a identificar fácilmente qué cantidad de lotes de jabones a base de fique se deben producir en un periodo determinado.

Para establecer el tamaño óptimo de la planta se analizó la capacidad de producción de la empresa, teniendo en cuenta los lotes que se van a producir en un periodo de un año.

Tabla 16. Tamaño Producción Anual

<b>TAMAÑO PRODUCCIÓN</b>	
<b>PEDIDO</b>	<b>AÑO 0</b>
<b>UNIDADES</b>	<b>115.874</b>
<b>LOTES</b>	<b>1.159</b>

El tamaño de la producción de jabones a base de fique para el año 0 será de 1.159 unidades, estas se calculan en base a la tasa de crecimiento del sector de aseo y cosmética en Colombia que fue de 1,5% para el año 2021 (Tabla 8).

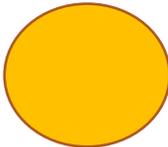
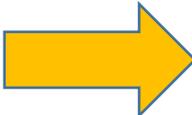
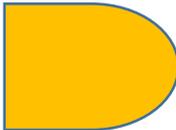
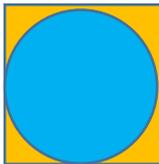
Tabla 17. Tamaño Producción Anual proyectada

<b>TAMAÑO DE LA PRODUCCIÓN</b>				
<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1.176	1.194	1.212	1.230	1.248

La tabla anterior corresponde a la producción por lotes de jabones artesanales a base de fique, evidenciando el tamaño de jabones que se debe producir anualmente (tabla 17).

- **DESCRIPCIÓN DE PROCESOS**

Tabla 18. Significado de la simbología.

CONVENCIÓN	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
OPERACIÓN		Significa que se está efectuando un cambio o transformación en algún componente del producto, aplicando medios mecánicos, físicos o químicos, o en una combinación de ellos.
TRANSPORTE		Desplazar algún elemento en una determinada actividad.
ESPERA		Se presenta cuando hay que esperar un tiempo determinado para realizar la siguiente actividad.
INSPECCIÓN		Controla el correcto desempeño de una actividad.
ALMACENAMIENTO		Se realiza para materia prima, insumos y producto terminado.
OPERACIÓN COMBINADA		Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos acciones.

- **RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA:** La primera actividad a desarrollar para la producción del jabón artesanal a base de fique es recepcionar la materia prima que es el jugo de fique el cual es obtenido por parte de los campesinos dueños del fique.
- **COLAR EL JUGO DE FIQUE:** Una vez obtenido el jugo de fique, se procede a realizar su respectiva colación para eliminar impurezas que hayan venido del anterior paso.

- **MEZCLA DEL JUGO DE FIQUE CON ACEITE RECICLADO:** ya obtenido el jugo de manera óptima se procede a mezclar con un ingrediente fundamental para que se obtenga la consistencia necesaria y el espesor con el fin de formar el producto.
- **SE REVUELVE LA MEZCLA:** se procede a revolver el producto hasta que llegue al punto de espesor para que pueda ser pasado a los moldes y obtenga su tamaño comercial.
- **MOLDEAMIENTO DEL JABÓN DE FIQUE:** se vierte la mezcla del jabón en unos moldes especiales para el mismo proceso en donde el jabón toma su forma y tamaño adecuado con el cual va a hacer empaçado.
- **REPOSO DEL JABÓN DE FIQUE:** el jabón pasa a un estado de reposo durante cinco minutos necesarios para que seque totalmente el producto en el molde.
- **DESMOLDEAMIENTO DEL JABÓN DE FIQUE:** ya pasados los cinco minutos se procede a desmoldar los jabones de sus moldes y pasarlos a una zona de secado.
- **SECADO DEL JABÓN DE FIQUE:** una vez pasado el jabón a esta zona se procede a dejar durante quince días para que tome su color y dureza necesaria y óptima hasta formar una capa blanca causante de formar la espuma.
- **ALMACENAMIENTO DEL JABÓN DE FIQUE:** al pasar el tiempo necesario para el secado se procede a almacenar en estanterías.
- **TERMINACIÓN DEL JABÓN DE FIQUE:** se procede a terminar el producto mediante a la pulición con espátula para que tome una forma más adecuada para su presentación
- **EMPAQUETAMIENTO DEL JABÓN DE FIQUE:** se procede a empacar el producto, colocar etiquetas que identifiquen el producto para pasarlo a distribuirlo a los puntos de distribución.
- **EMPAQUETAMIENTO E INSPECCIÓN DE LAS 12 UNIDADES EN CADA CAJA:** Al tener ya listos los jabones de fique, se procede al empacamiento por cada caja, 12 jabones y se almacenan en bodega.
- **DISTRIBUCIÓN DE LAS CAJAS DE JABÓN DE FIQUE A LOS DISTINTOS SUPERMERCADOS:** Conforme se vayan realizando los pedidos por los clientes, se irá despachando las cajas de jabón de fique.

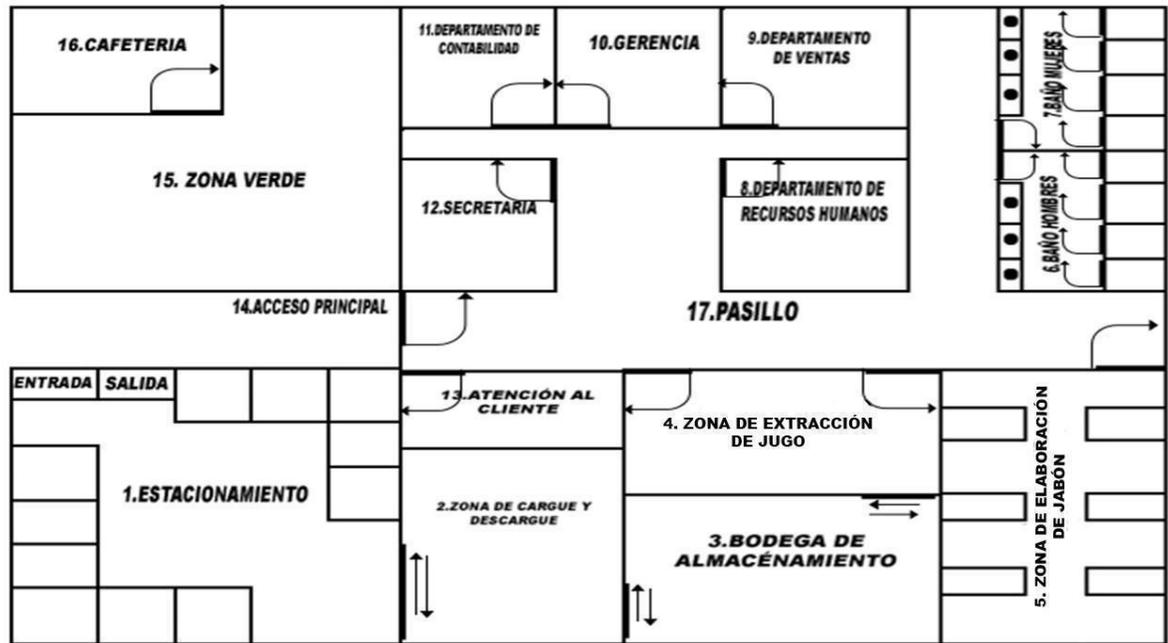
## DIAGRAMA DE OPERACIONES

Cuadro 5. Diagrama de operaciones.

<b>DIAGRAMA DE PROCESOS</b>			
<b>FABRICACIÓN DE JABÓN A BASE DE FIQUE</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN</b>	<b>SÍMBOLO DEL EVENTO</b>	<b>DISTANCIA (M)</b>	<b>TIEMPO (MIN)</b>
RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA		8,2	30
INSPECCIÓN DE MATERIA PRIMA		10	25
LA MATERIA PRIMA ES ADECUADA PARA LA TRANSFORMACIÓN		15	20
ENTRADA DE MATERIA PRIMA		20	15
TRASLADO AL DEPARTAMENTO DE PROCESO		15	10
EXTRACCIÓN DE JUGO DE FIQUE		5,5	30
COLAR EL JUGO DE FIQUE		5,5	10
REVOLVER MEZCLA DE JUGO DE FIQUE		4,5	45
MEZCLA LISTA PARA MOLDEAR		10	15
TRASLADO AL ÁREA DE MOLDAJE DE JABÓN		15	10
MOLDEAMIENTO DE JABÓN A BASE DE FIQUE		4,5	10
TRASLADO JABÓN AL PUNTO DE REPOSO		15	10
REPOSO DE JABÓN A BASE DE FIQUE		4,5	35
DESMOLDA MIENTO DEL JABÓN		5	10
TRASLADO AL ÁREA DE JABÓN TERMINADO		15	10
ALMACÉN Y SECADO DEL JABÓN A BASE DE FIQUE		4,5	35
TRASLADO AL DEL DEPARTAMENTO DE JABÓN TERMINADO		20	10
SUPERVISIÓN DE CALIDAD		15	30
PASA A ALMACENAMIENTO PARA VENTA Y ENTREGA		20	20

#### 4.4 DISTRIBUCIÓN FÍSICA E INGENIERÍA DEL PROYECTO

Figura 4. Plano de distribución de la empresa.



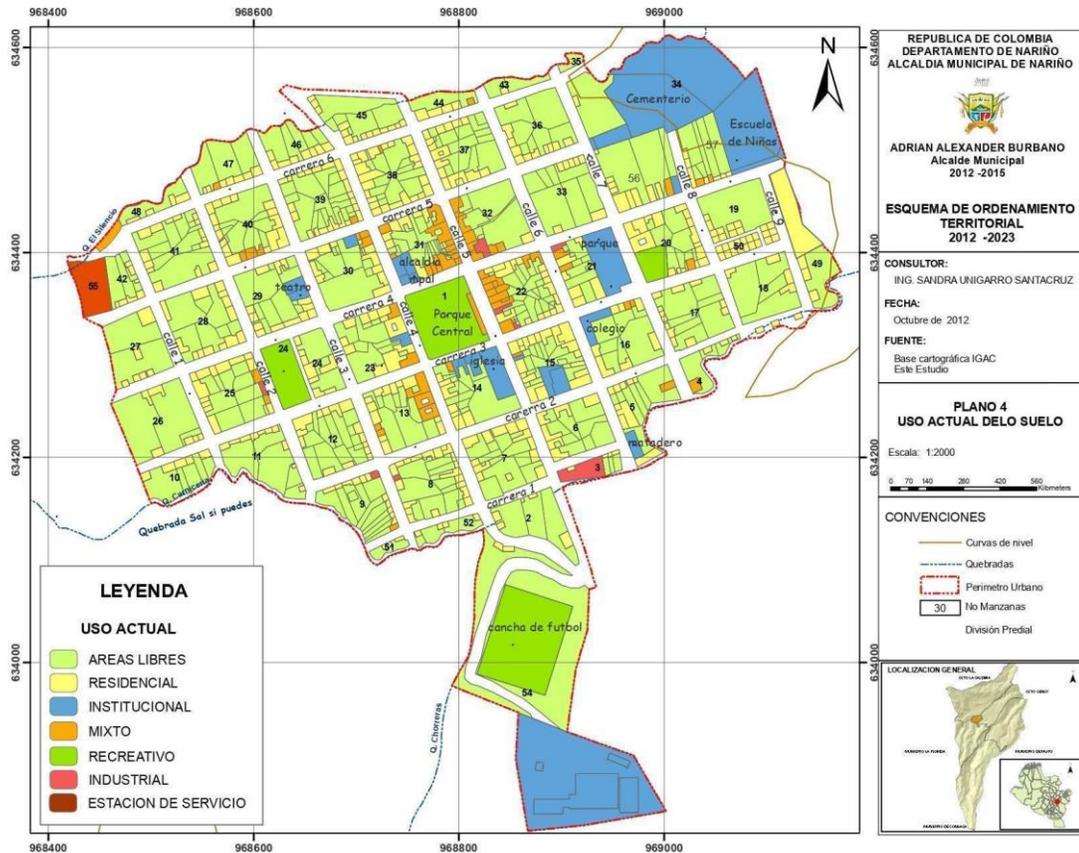
Fuente. Esta investigación

En la distribución de la planta se pueden identificar las diferentes áreas de la empresa e instalaciones para la producción y comercialización del producto. En ella se encuentra como primero el acceso principal de la empresa, seguida del estacionamiento el cual será utilizado por los empleados y para el cargue y descarga de materia prima, el lugar de producción está dividido en dos partes, la primera parte comprende el área de extracción de jugo y la segunda comprende el área de elaboración del jabón desde su inicio, su molde y sus acabados finales, el área que tiene acceso a bodega es el área de elaboración, gerencia está ubicado en un lugar central ya que así podrá tener contacto con las demás áreas y por último se ubica la cafetería fuera de la empresa con la intención de que al momento de terminar las actividades los trabajadores puedan tener un lugar en el cual puedan descansar para volver a retomar sus actividades.

Según el plan de ordenamiento territorial del municipio de Nariño, se ha identificado una de las zonas en la cual se pueden desarrollar procesos industriales (ver imagen 6) ubicada al Sureste del municipio entre la carrera 4 calle 2, en la cual se puede llevar a cabo la construcción de la empresa<sup>30</sup>, ya que cumple con los requerimientos establecidos para las actividades industriales.

<sup>30</sup> ALCALDIA DE NARIÑO. Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Nariño. Nariño(N). 2013. p. 122.

Figura 5. Plano de uso de suelo.



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Nariño (N)

#### 4.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para el proceso de fabricación y comercialización de jabón a base de fique, se determinará qué utensilios e instrumentos serán necesarios para el debido proceso.

Los principales instrumentos necesarios para la fabricación de jabón a base de fique son:

Tabla 19. Equipo de comunicación y computo

<b>EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>COMPUTADOR</b> 	UNIDADES	3	\$ 2.500.000	\$ 7.500.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://www.alkosto.com/portatil-hp-al007-14-coretm-i7-plata">https://www.alkosto.com/portatil-hp-al007-14-coretm-i7-plata</a>			
<b>IMPRESORA</b> 	UNIDADES	1	\$ 370.000	\$ 370.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://www.exito.com/impresora-l121-epson-l121-3033989/p">https://www.exito.com/impresora-l121-epson-l121-3033989/p</a>			
<b>TELÉFONO</b> 	UNIDADES	1	\$ 110.000	\$ 110.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://www.alkosto.com/telefono-inalambrico-motorola-m-400-negro/p/183420003049">https://www.alkosto.com/telefono-inalambrico-motorola-m-400-negro/p/183420003049</a>			
<b>TOTAL EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTO</b>				<b>\$ 7.980.000</b>

Tabla 20. Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>ESCRITORIOS</b> 	UNIDADES	3	\$ 420.000	\$ 1.260.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/518524/estacion-de-trabajo-quadratta-725x1264x1095cm-rovere/518524/?queryId=2d9505f2-d6bf-493e-b7b4-0df2068af131">https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/518524/estacion-de-trabajo-quadratta-725x1264x1095cm-rovere/518524/?queryId=2d9505f2-d6bf-493e-b7b4-0df2068af131</a>			
<b>ARCHIVADORES</b> 	UNIDADES	1	\$ 360.000	\$ 360.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/495666/pedestal-archivador-metalico-70x38x47-gris/495666/?queryId=e5f0e1db-2a58-4a7f-8314-b5c53a5202cb">https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/495666/pedestal-archivador-metalico-70x38x47-gris/495666/?queryId=e5f0e1db-2a58-4a7f-8314-b5c53a5202cb</a>			

<p><b>ESTANTERIAS</b></p> 	<p>UNIDADES</p>	<p>2</p>	<p>\$ 365.000</p>	<p>\$ 730.000</p>
<p><b>FUENTE</b></p>	<p><a href="https://www.mecalux.com.co/estanterias-metalicas/estanterias-picking?src=gg&amp;param1=g&amp;param2=racking_shelving_picking&amp;param3=estanterias_comercios&amp;param4=c&amp;param5=estanteria%20de%20comercios&amp;utm_source=google&amp;utm_medium=cpc&amp;gclid=Cj0KCQjwy5maBhDdARIsAMxrkw1HUirNGcy6EwATFp6-subRX-ZAhBsOuVBI4r7uqanMTB8QV3gzbvEaAlxHEALw_wcB">https://www.mecalux.com.co/estanterias-metalicas/estanterias-picking?src=gg&amp;param1=g&amp;param2=racking_shelving_picking&amp;param3=estanterias_comercios&amp;param4=c&amp;param5=estanteria%20de%20comercios&amp;utm_source=google&amp;utm_medium=cpc&amp;gclid=Cj0KCQjwy5maBhDdARIsAMxrkw1HUirNGcy6EwATFp6-subRX-ZAhBsOuVBI4r7uqanMTB8QV3gzbvEaAlxHEALw_wcB</a></p>			
<p><b>SILLAS DE OFICINA</b></p> 	<p>UNIDADES</p>	<p>3</p>	<p>\$ 280.000,00</p>	<p>\$ 840.000,00</p>
<p><b>FUENTE</b></p>	<p><a href="https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/258651/silla-ejecutiva-con-brazos-negra-y-azul/281074/">https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/258651/silla-ejecutiva-con-brazos-negra-y-azul/281074/</a></p>			

<p><b>MESA DE JUNTAS</b></p> 	<p>UNIDADES</p>	<p>1</p>	<p>\$ 1.200.000</p>	<p>\$ 1.200.000</p>
<p><b>FUENTE</b></p>	<p><a href="https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/518345/mesa-de-juntas-bc-28-2000-75x200x100-negro/518345/?queryId=ffa5cd59-929f-47e9-9b41-e60c6aa6ac96">https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/518345/mesa-de-juntas-bc-28-2000-75x200x100-negro/518345/?queryId=ffa5cd59-929f-47e9-9b41-e60c6aa6ac96</a></p>			
<p><b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b></p>				<p><b>\$ 4.390.000</b></p>

Tabla 21. Maquinaria y equipo

<b>MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>GRAMERA</b> 	UNIDADES	1	\$ 50.000	\$ 50.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://www.exito.com/gramera-digital-cafe-cocina-pesa-bascula-acero-inoxidable-100849370-mp/p">https://www.exito.com/gramera-digital-cafe-cocina-pesa-bascula-acero-inoxidable-100849370-mp/p</a>			
<b>CANASTILLAS</b> 	UNIDADES	10	\$ 28.000	\$ 280.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-879585698-canastilla-plastica-blanca-cerrada-JM#searchVariation=174387240400&amp;position=9&amp;search_layout=stack&amp;type=pad&amp;tracking_id=7465650a-2408-408d-81f8-09e20734c879&amp;is_advertising=true&amp;ad_domain=VQCATCORE_LST&amp;ad_position=9&amp;ad_click_id=MTFkOWRjZDItOWQ2MS00NTA1LTk4YTktNjVhNDFkNjZmMWRh">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-879585698-canastilla-plastica-blanca-cerrada-JM#searchVariation=174387240400&amp;position=9&amp;search_layout=stack&amp;type=pad&amp;tracking_id=7465650a-2408-408d-81f8-09e20734c879&amp;is_advertising=true&amp;ad_domain=VQCATCORE_LST&amp;ad_position=9&amp;ad_click_id=MTFkOWRjZDItOWQ2MS00NTA1LTk4YTktNjVhNDFkNjZmMWRh</a>			

<p><b>CANECA PLASTICA 8 GALONES</b></p> 	UNIDADES	4	\$ 48.000	\$ 192.000
FUENTE	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-565103139-caneca-plastica-de-8-gls-tapa-aro-JM?variation=57313637527#reco_item_pos=2&amp;reco_backend=machinalis-seller-items&amp;reco_backend_type=low_level&amp;reco_client=vip-seller_items-above&amp;reco_id=fd91c8ba-d40a-4307-ae03-90292ef628c5">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-565103139-caneca-plastica-de-8-gls-tapa-aro-JM?variation=57313637527#reco_item_pos=2&amp;reco_backend=machinalis-seller-items&amp;reco_backend_type=low_level&amp;reco_client=vip-seller_items-above&amp;reco_id=fd91c8ba-d40a-4307-ae03-90292ef628c5</a>			
<p><b>MESAS DE PLASTICO DE 180x74x75 cm</b></p> 	UNIDADES	3	\$ 280.000	\$ 840.000
FUENTE	<a href="https://www.linio.com.co/p/mesa-portafolio-plegable-180cm-policarbonato-exterior-jardin-rz7nr1?adjust_t=1zira0_f1h7ws&amp;adjust_google_network=x&amp;adjust_google_placement=&amp;adjust_campaign=LICO-LAB-AO-INSTI-INS00019-General-Abr22-GG-Performance_Max-Conversion-Mix&amp;adjust_adgroup=&amp;utm_term=&amp;gclid=Cj0KCQjwguGYBhDRARIsAHgRm48GUpxtGtllKcDFAAgDeSR6We2YrLuoROg1-CUuDLM1YpJFHRSRgAaAI_nEALw_wcB">https://www.linio.com.co/p/mesa-portafolio-plegable-180cm-policarbonato-exterior-jardin-rz7nr1?adjust_t=1zira0_f1h7ws&amp;adjust_google_network=x&amp;adjust_google_placement=&amp;adjust_campaign=LICO-LAB-AO-INSTI-INS00019-General-Abr22-GG-Performance_Max-Conversion-Mix&amp;adjust_adgroup=&amp;utm_term=&amp;gclid=Cj0KCQjwguGYBhDRARIsAHgRm48GUpxtGtllKcDFAAgDeSR6We2YrLuoROg1-CUuDLM1YpJFHRSRgAaAI_nEALw_wcB</a>			

<p><b>SILLAS DE PLASTICO</b></p> 	UNIDADES	4	\$ 198.000	\$ 792.000
<p><b>FUENTE</b></p>	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-610302089-silla-eterna-con-brazos-rimax-JM?searchVariation=77743215737#searchVariation=77743215737&amp;position=7&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=9e418e01-9b6e-45f6-82a6-239ec355a19e">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-610302089-silla-eterna-con-brazos-rimax-JM?searchVariation=77743215737#searchVariation=77743215737&amp;position=7&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=9e418e01-9b6e-45f6-82a6-239ec355a19e</a>			
<p><b>PALA ESPÁTULA PARA MEZCLAR</b></p> <input checked="" type="checkbox"/> 	UNIDADES	2	\$ 100.000	\$ 200.000
<p><b>FUENTE</b></p>	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-453661777-pala-espatula-para-mezclar-restaurante-en-acero-inoxiable-24-JM#position=8&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=76fd0c94-7b4b-4b36-9504-db7dd88dcf16">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-453661777-pala-espatula-para-mezclar-restaurante-en-acero-inoxiable-24-JM#position=8&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=76fd0c94-7b4b-4b36-9504-db7dd88dcf16</a>			

<p><b>GAVERA x50</b></p> 	UNIDADES	3	\$ 180.000	\$ 540.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://www.imestrada.com/tienda/cana/accesorios/gaveras/">https://www.imestrada.com/tienda/cana/accesorios/gaveras/</a>			
<p><b>AGITADOR</b></p> 	UNIDADES	2	\$ 612.000	\$ 1.224.000
<b>FUENTE</b>	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-863457344-mezclador-de-pintura-cemento-electrico-xtremepowerus-1600w-JM?matt_tool=70147493&amp;matt_word=&amp;matt_source=google&amp;matt_campaign_id=14633851809&amp;matt_ad_group_id=122277564930&amp;matt_match_type=&amp;matt_network=g&amp;matt_device=c&amp;matt_creative=545410559217&amp;matt_keyword=&amp;matt_ad_position=&amp;matt_ad_type=pla&amp;matt_merchant_id=526738318&amp;matt_product_id=MCO863457344&amp;matt_product_partition_id=1403869200214&amp;matt_target_id=aud-1789979865300:pla-1403869200214&amp;qclid=CjwKCAjwKmaBhBMEiwAyINuWDX9QDXtBTdghQB70z919gISmIRpruuFq26QngQH2F0ot8AKYpHgVxoCOGwQAvD_BwE">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-863457344-mezclador-de-pintura-cemento-electrico-xtremepowerus-1600w-JM?matt_tool=70147493&amp;matt_word=&amp;matt_source=google&amp;matt_campaign_id=14633851809&amp;matt_ad_group_id=122277564930&amp;matt_match_type=&amp;matt_network=g&amp;matt_device=c&amp;matt_creative=545410559217&amp;matt_keyword=&amp;matt_ad_position=&amp;matt_ad_type=pla&amp;matt_merchant_id=526738318&amp;matt_product_id=MCO863457344&amp;matt_product_partition_id=1403869200214&amp;matt_target_id=aud-1789979865300:pla-1403869200214&amp;qclid=CjwKCAjwKmaBhBMEiwAyINuWDX9QDXtBTdghQB70z919gISmIRpruuFq26QngQH2F0ot8AKYpHgVxoCOGwQAvD_BwE</a>			
<b>TOTAL MAQUINARÍA EQUIPO Y HERRAMIENTAS</b>				<b>\$ 4.118.000</b>

#### 4.6 PLAN DE PRODUCCIÓN U OPERACIÓN

Tabla 22: Plan de producción por lotes.

<b>LOTES A PRODUCIR</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MES 1	97	98	99	101	102	104
MES 2	97	98	99	101	102	104
MES 3	97	98	99	101	102	104
MES 4	97	98	99	101	102	104
MES 5	97	98	99	101	102	104
MES 6	97	98	99	101	102	104
MES 7	97	98	99	101	102	104
MES 8	97	98	99	101	102	104
MES 9	97	98	99	101	102	104
MES 10	97	98	99	101	102	104
MES 11	97	98	99	101	102	104
MES 12	97	98	99	101	102	104
<b>TOTAL</b>	<b>1.159</b>	<b>1.176</b>	<b>1.194</b>	<b>1.212</b>	<b>1.230</b>	<b>1.248</b>

El cuadro anterior representa la producción mensual del jabón a base de fique en los cinco primeros años, teniendo en cuenta el cálculo y proyección de la oferta. En el año 2021 se observa la producción para satisfacer la demanda actual estimada.

## 5. ASPECTOS ORGANIZACIONALES

### 5.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

#### MISIÓN

Somos una empresa inspirada en ayudar al cuidado y limpieza de las prendas personales, ubicada en San Juan de Pasto, el cual tiene como fin, mediante la investigación, fabricación y comercialización de un jabón a base de fique, lograr aprovechar un subproducto de la misma planta y a partir del jugo obtener beneficios económicos y generar empleo en la región, desarrollando productos innovadores y de calidad para responder las necesidades de nuestros clientes.

#### VISIÓN

JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S., se consolidará como una empresa con gran reconocimiento en la Ciudad de Pasto para el año 2026 con una excelente propuesta para la limpieza de las prendas, fabricado a partir de componentes naturales, llegando a incursionar en los supermercados más importantes de San Juan de Pasto, resaltando que su uso y disposición contiene ventajas biodegradables para las fuentes hídricas.

#### VALORES:

- **HONESTIDAD:** para el fortalecimiento de la relación y vínculo comercial con los clientes.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** es la capacidad de trabajar en colaboración con los demás, de hacer sentir que formamos parte de un equipo, complementándose entre sí en pro de agilizar, mejorar la ejecución de las actividades y de esta manera alcanzar los objetivos de la organización.
- **RESPONSABILIDAD:** garantizar la calidad, e integridad de los productos libre de químicos
- **COMPROMISO:** Tener la capacidad de cumplir profesionalmente con el desarrollo y crecimiento constante de los intereses de la empresa.
- **RESPECTO:** Aceptar y reconocer el derecho ajeno, con el fin de tener buenas relaciones interpersonales y alcanzar una paz y tranquilidad en el lugar de trabajo.
- **CONFIANZA:** Tener seguridad en sí mismo, para así transmitirla hacia los demás.
- **SOSTENIBILIDAD:** Lograr un equilibrio y crecimiento económico, ambiental y social, que sea capaz de satisfacer las necesidades de la empresa y quienes pertenecen a ella.

## **POLÍTICAS EMPRESARIALES**

- La empresa de jabón a base de fique, cumplirá de manera eficaz con las órdenes de producción destinadas a los clientes de los supermercados, mayoristas y minoristas.
- Se buscará dar a conocer el jabón a base de fique, al cliente a través de ofertas, comerciales, demostraciones.
- El trato con los colaboradores, clientes y proveedores será de manera justa y respetuosa para conservar la armonía dentro de la empresa.
- El jabón a base de fique contará con la mejor calidad, sabor e innovación y su precio será accesible a todo el público.
- Diseñar estrategias de venta acorde y accesible para los clientes.

## **POLÍTICAS LABORALES: CAPITAL HUMANO**

- Ofrecer programas de capacitación de manera oportuna a todos los colaboradores de la empresa para brindar mejor eficiencia en su trabajo y tengan un crecimiento a nivel laboral.
- Promover un clima organizacional tranquilo que conlleve a excelentes relaciones laborales para potencializar las actividades de la empresa contando con el aporte de todos los colaboradores que conforman la empresa.
- Entregar la dotación e identificación a los colaboradores para poder determinar más fácil su identificación tanto para los ejecutivos y las personas externas a la empresa y con la dotación poder conservar la imagen de los mismos y la empresa.
- Incentivar el aporte de nuevas ideas ya que en cada cargo se generan ciertas necesidades que solo se las puede identificar en el puesto de trabajo, es por ello que es ideal hacer sugerencias y que la gerencia realice mejoría ante las mismas.
- Reconocimiento a los colaboradores por su desempeño laboral y de esta manera generar más sentido de pertenencia por parte ellos hacia la empresa.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Fabricar y comercializar jabón a base de fique con altos estándares de calidad con el fin de aportar todos sus beneficios a los clientes.

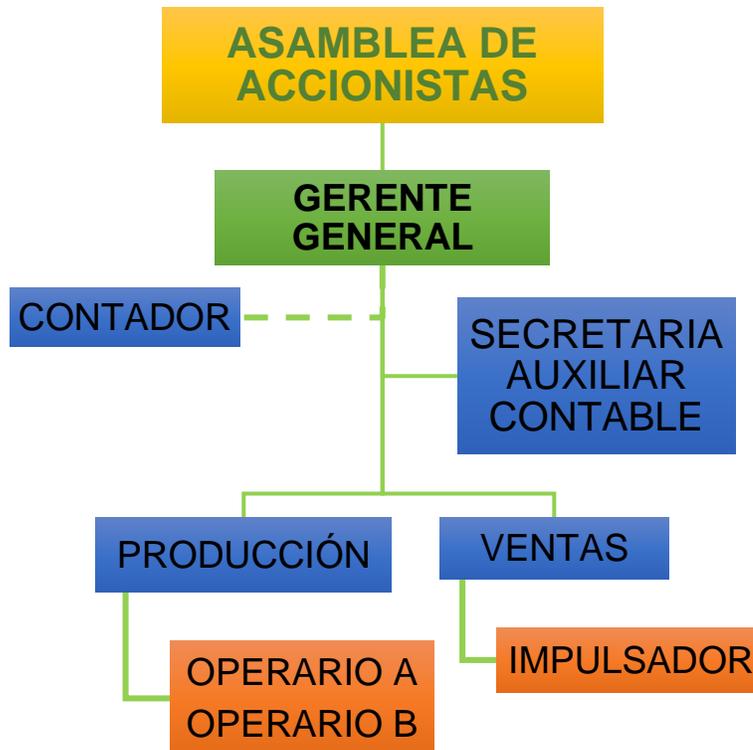
### **Objetivos específicos**

- Posicionar la empresa como líder dentro de San Juan de Pasto y convertirse en pionera en la realización de jabón a base de fique.
- Garantizar la mejor calidad en la realización de jabón a base de fique, a nivel de producto presentación y comercialización también garantizando el cumplimiento en los pedidos realizados por los clientes.

- Lograr el reconocimiento y valoración de parte de los clientes que intervienen en la distribución como los supermercados y por parte del consumidor final que es a quien realmente llega el producto y sabe los beneficios del consumo de la infusión.

## 5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 6. Organigrama



Según el organigrama anteriormente plasmado, se debe resaltar que el gerente cumplirá las funciones como administrador y al contador se le pagará por honorarios. Se contratará personal para cargos importantes como: la secretaria auxiliar contable, el jefe de producción que se encargará de ser operario y el impulsador que cumplirá sus funciones en el área de ventas.

## 5.3 DESCRIPCIÓN DE MANUALES

Este manual tiene como objetivo, estructurar y dar conocer las funciones correspondientes a cada cargo, siendo necesarias para el funcionamiento eficaz y eficiente de la empresa “JABONES FIQUEBIODNAR”.

### 5.3.1 Descripción de funciones

Tabla 23. Manual de funciones del gerente

		<h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1>		Código: 001	
				Versión: 7	
<b>1. DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>	Gerente	<b>No. de Cargos</b>	1	<b>HORAS:</b>	
		<b>SUELDO:</b>	1.400.000	8 diarias	
<b>2. NIVEL:</b>	<b>3.</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	Área Administrativa		
<b>4. EDUCACIÓN</b>	Ingeniero Químico O industrial				
<b>5. EXPERIENCIA</b>	2 años en Cargos Administrativos				
<b>6. FUNCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>	Aplicación del proceso administrativo				
<b>7. FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>					
a. Planear a partir de la información del entorno y meta del negocio.					
b. Coordinar los esfuerzos y recursos de la empresa hacia una o varias metas colectivas.					
c. Representar a la empresa en gestiones con entes reguladores del país y los asuntos fiscales					
d. Administrar y gestionar el presupuesto de la empresa con el fin de tener mayores ganancias					
e. Rendir cuentas de su gestión ante el presidente y los accionistas de la empresa.					
f. Dirigir y supervisar a sus colaboradores en sus tareas.					
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>					
Motivación					
Espíritu de equipo					
Negociar					
Comunicación					
<b>8. RIESGOS:</b>	Estrés laboral, responsabilidad con su cargo				
<b>9. Observaciones:</b>	Pago de seguridad social según lo establecido en la ley.				

Tabla 24. Manual de funciones del contador

		<h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1>		Código: 001	
				Versión: 7	
<b>1. DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>	Contador Publico	<b>No. de Cargos</b>	1	<b>HORAS:</b>	
		<b>SUELDO:</b>	700.000	8 diarias	
<b>2. NIVEL:</b>	<b>3. UBICACIÓN:</b>	Área Administrativa			
<b>4. EDUCACIÓN</b>	Contador público titulado				
<b>5. EXPERIENCIA</b>	2 años en Actividades financieras, contables y administrativas				
<b>6. FUNCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>	Velar por los recursos de la entidad y la información financiera.				
<b>7. FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>					
a. Tomar decisiones de carácter financiero.					
b. Elaborar auxiliares de cuentas y estados financieros.					
c. Elaborar y controlar la parte presupuestaria y de costos.					
d. Cumplir con las obligaciones fiscales.					
e. Dar a conocer las novedades, cambios y estado de la empresa.					
f. Presentar los estados financieros al final del periodo.					
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>					
Actualización de normas					
Cumplimiento					
Iniciativa					
Comunicación					
<b>8. RIESGOS:</b>	Carga laboral, estrés.				
<b>9. Observaciones:</b>	Pago por honorarios.				

Tabla 25. Manual de funciones de la secretaria-auxiliar contable

		<h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1>		Código: 001	
				Versión: 7	
<b>1. DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>	Secretaria Auxiliar Contable	<b>No. de Cargos</b>	1	<b>HORAS:</b>	
		<b>SUELDO:</b>	1.000.000	8 diarias	
<b>2. NIVEL:</b>	<b>3.</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	Área contable		
<b>4. EDUCACIÓN</b>	Técnico o Tecnólogo en contabilidad y/o finanzas				
<b>5. EXPERIENCIA</b>	1 año en el Área Contable y/o Financiera				
<b>6. FUNCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>	Brindar atención a los visitantes y apoyo a las diferentes áreas de la empresa.				
<b>7. FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>					
a. Apoyar al contador en las operaciones ordinarias y extraordinarias de la empresa.					
b. Atender llamadas y visitas.					
c. Registrar y controlar el inventario de activos institucionales o de oficina.					
d. Archivar documentos y gestionar agenda.					
e. Elaboración y control de facturas que emita y reciba la empresa.					
f. Elaboración y control de facturas que emita y reciba la empresa.					
g. Tramitar los formatos y documentos relacionados con la entrada de materia prima y salida de producto terminado.					
h. Organizar las actividades de la empresa.					
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>					
Leal					
Paciente					
Proactiva					
Comunicación clara					
Organizado (a)					
<b>8. RIESGOS:</b>	Ergonómico.				
<b>9. Observaciones:</b>	Pago de seguridad social según lo establecido en la ley.				

Tabla 26. Manual de funciones del operario

		<h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1>		Código: 001	
				Versión: 7	
<b>1. DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>	Operarios	<b>No. de Cargos</b>	2	<b>HORAS:</b>	
		<b>SUELDO:</b>	1.000.000	8 diarias	
<b>2. NIVEL:</b>	<b>3. UBICACIÓN:</b>	Área Productiva			
<b>4. EDUCACIÓN</b>	Bachiller – Técnico en procesos de producción industrial				
<b>5. EXPERIENCIA</b>	6 meses en Áreas de producción				
<b>6. FUNCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>	Controlar las actividades en la fabricación jabones artesanales.				
<b>7. FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>					
a. Verificar el jugo de fique si cumple con las condiciones necesarias para la producción.					
b. Trasladar y depositar el jugo de fique a los tanques de almacenamiento.					
c. Medir los ingredientes para la producción del jabón.					
d. Realizar la mezcla de los ingredientes con el agitador.					
e. Colocar la mezcla lista en la gravera para que tomen su forma.					
f. Empacar el producto.					
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>					
Efectividad					
Trabajo bajo presión					
Iniciativa					
Comunicación					
<b>8. RIESGOS:</b>	Ergonómicas.				
<b>9. Observaciones:</b>	Pago de seguridad social según lo establecido en la ley.				

Tabla 27. Manual de funciones del impulsador

		<h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1>		Código: 001	
				Versión: 7	
<b>1. DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>	Impulsador	<b>No. de Cargos</b>	1	<b>HORAS:</b>	
		<b>SUELDO:</b>	1.000.000 + Bonificaciones	8 diarias	
<b>2. NIVEL:</b>	<b>3. UBICACIÓN:</b>	Área Administrativa			
<b>4. EDUCACIÓN</b>	Bachiller - Técnico auxiliar en mercado y ventas				
<b>5. EXPERIENCIA</b>	6 meses en Atención al Cliente				
<b>6. FUNCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>	Promoción y venta de jabón a base de fique				
<b>7. FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>					
a. Atención de consultas.					
b. Recibir sugerencias de los clientes.					
c. Recepcionar pedidos.					
d. Ingresar nuevos clientes.					
e. Tomar reclamos, quejas y sugerencias.					
f. Visitar los supermercados de las grandes superficies.					
g. Atención telefónica.					
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>					
Gestión comercial					
Negociación					
Poder de convencimiento					
Comunicación clara					
<b>8. RIESGOS:</b>	Ergonómicas.				
<b>9. Observaciones:</b>	Pago de seguridad social según lo establecido en la ley.				

Tabla 28. Manual de funciones del jefe de producción

		<h1>MANUAL DE FUNCIONES</h1>		Código: 001	
				Versión: 7	
<b>1.</b>	<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>	Jefe de Producción	<b>No. de Cargos</b>	1	<b>HORAS:</b>
			<b>SUELDO:</b>	1.200.000	
<b>2.</b>	<b>NIVEL:</b>	<b>3.</b>	<b>UBICACIÓN:</b>	Área contable	
<b>4.</b>	<b>EDUCACIÓN</b>	Supervisión de producción			
<b>5.</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	1 año en Manejo de procesos productivos			
<b>6.</b>	<b>FUNCIÓN GENERAL DEL CARGO</b>	Brindar atención a los visitantes y apoyo a las diferentes áreas de la empresa.			
<b>7.</b>	<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>				
<b>a.</b>	Control de la producción, almacén, pedidos, preparación y organización de la producción.				
<b>b.</b>	Coordinar equipos de trabajo, actividad productiva y niveles de eficiencia.				
<b>c.</b>	Asegurar el buen funcionamiento del área productiva.				
<b>d.</b>	Analizar posibles mejoras en la producción y el cumplimiento de los estándares de calidad.				
<b>e.</b>	Realizar control presupuestario.				
<b>f.</b>	Vigilar el cumplimiento de las normas de seguridad, higiene y actividades preventivas				
<b>g.</b>	Atención telefónica.				
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>					
Habilidades en matemáticas					
Conocimiento de las TIC.					
Liderazgo					
Conocimiento en despachos y distribución					
<b>8.</b>	<b>RIESGOS:</b>	Ergonómico.			
<b>9.</b>	<b>Observaciones:</b>	Pago de seguridad social según lo establecido en la ley.			

Tabla 29. Manual de funciones del auxiliar de servicios generales

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		Código: 001	
				Versión: 7	
1.	DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Auxiliar de Servicios generales	No. de Cargos	1	HORAS: 8 diarias
			SUELDO:	500.000	
2.	NIVEL:	3.	UBICACIÓN:	Área administrativa	
4.	EDUCACIÓN	Titulo primaria			
5.	EXPERIENCIA	3 meses			
6.	FUNCIÓN GENERAL DEL CARGO	Realizar las labores de aseo, limpieza y cafetería, para brindar comodidad a los funcionarios en los sitios de trabajo del área a la cual está prestando los servicios, conforme a las normas y procedimientos vigentes.			
7.	FUNCIONES ESPECÍFICAS				
a.	Asear las oficinas y áreas asignadas, antes del ingreso de los funcionarios.				
b.	Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.				
c.	Clasificar la basura empacando desechos orgánicos, papeles, y materiales sólidos en bolsas separadas.				
d.	Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, vidrios, cortinas, paredes.				
e.	Prestar el servicio de cafetería a los funcionarios en sus oficina y atender reuniones				
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>					
Servicio al usuario					
Disciplina					
Colaboración					
Compromiso con la organización					
8.	RIESGOS:	Ergonómico.			
9.	Observaciones:	Pago de seguridad social según lo establecido en la ley.			

### 5.3.2 Descripción de procedimientos

Para las siguientes descripciones de procedimientos se utilizó la siguiente simbología:

Figura 7. Símbolos de la norma ANSI - Diagramas de flujo

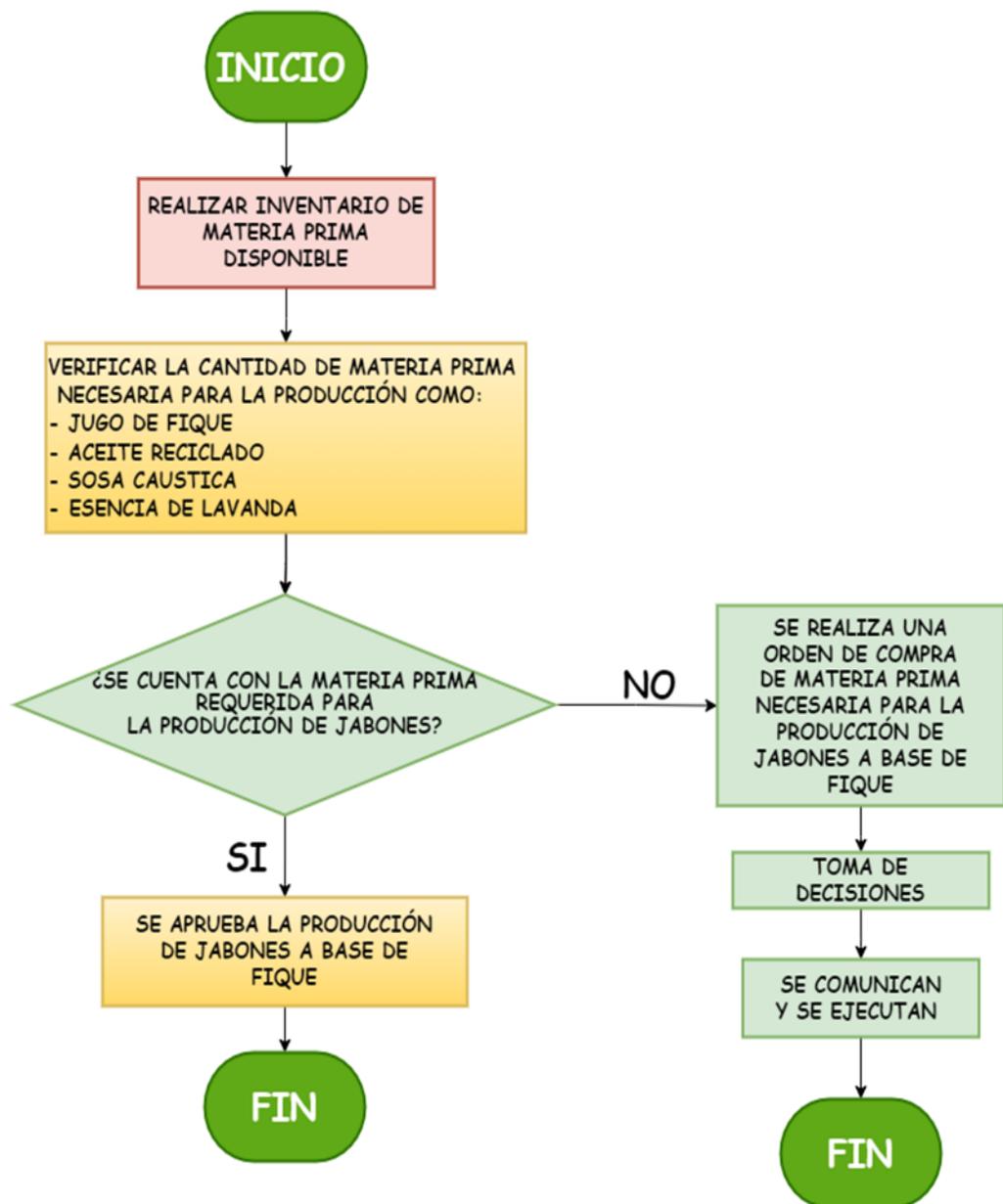
SÍMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

Fuente: Flujograma (en línea)

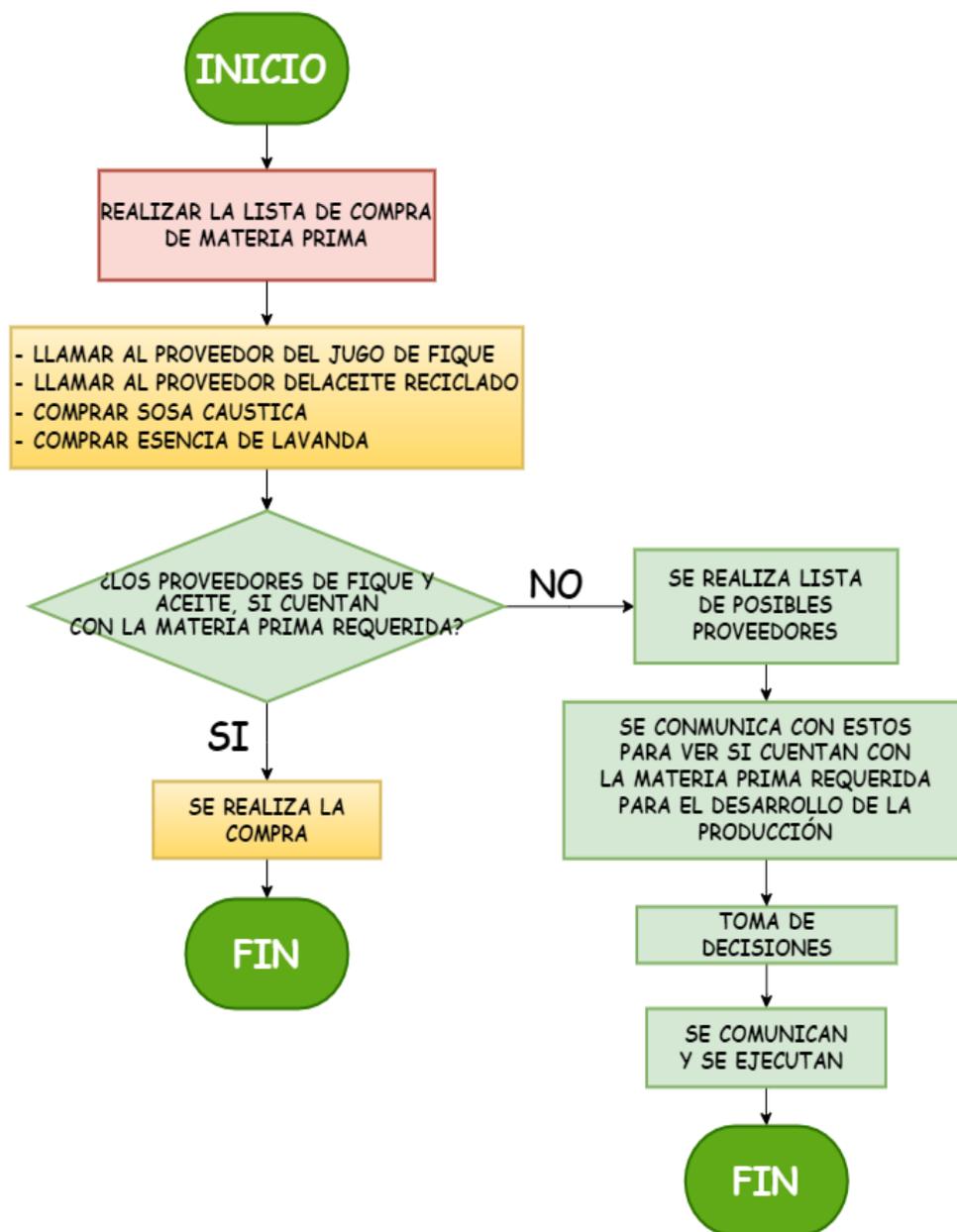
# MANUAL DE PROCEDIMIENTOS: (JEFE DE PRODUCCIÓN)

## DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

### PROCESO /PROCEDIMIENTO: INVENTARIO MATERIA PRIMA



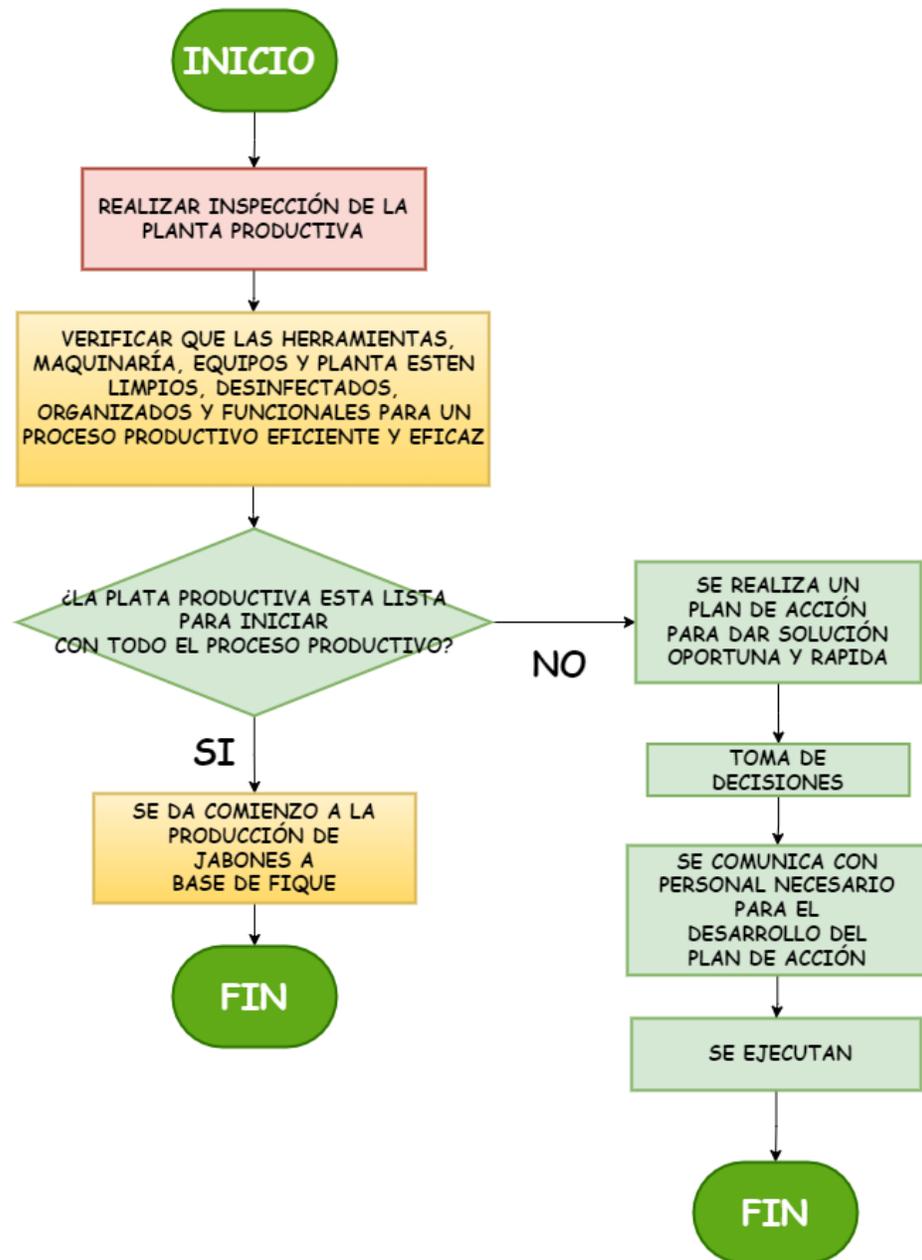
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS: (JEFE DE PRODUCCIÓN)**  
**DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS**  
**PROCESO /PROCEDIMIENTO: COMPRA DE MATERIA PRIMA**



# MANUAL DE PROCEDIMIENTOS: (JEFE DE PRODUCCIÓN)

## DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

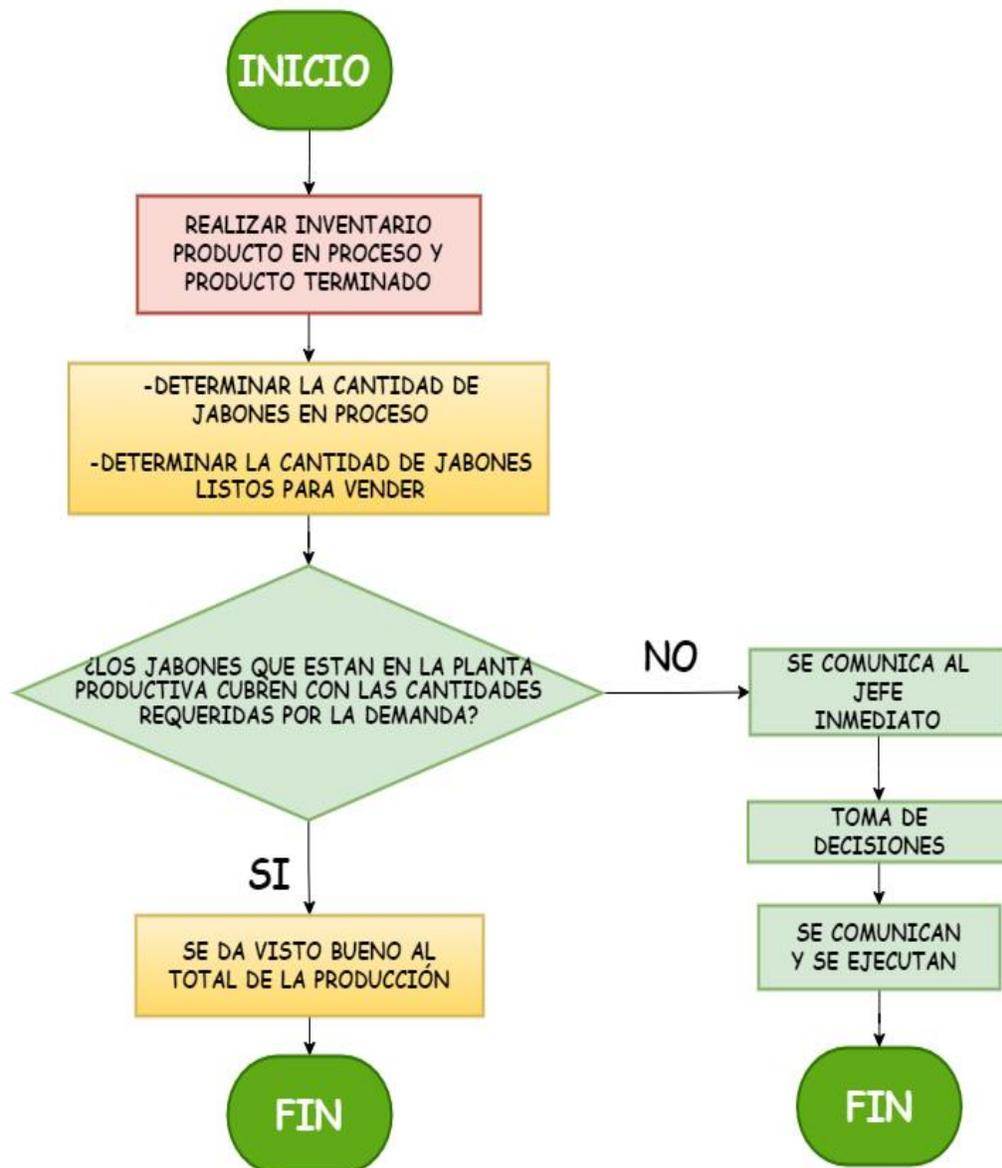
### PROCESO /PROCEDIMIENTO: INSPECCIÓN DE PLANTA DE PRODUCCIÓN



## MANUAL DE PROCEDIMIENTOS: (JEFE DE PRODUCCIÓN)

### DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

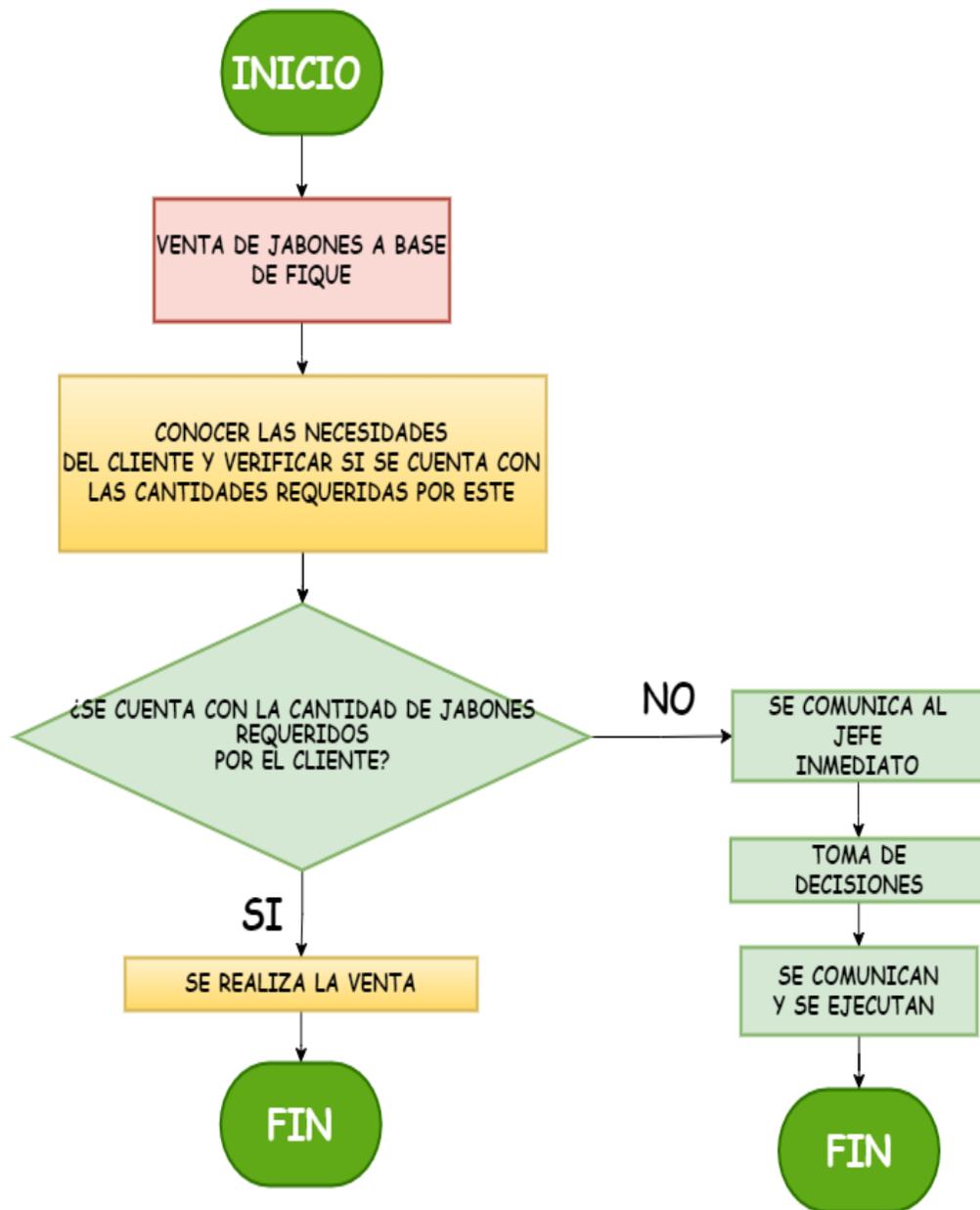
#### PROCESO /PROCEDIMIENTO: INVENTARIO PRODUCTO EN PROCESO Y PRODUCTO TERMINADO



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS: (JEFE DE PRODUCCIÓN)**

**DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS**

**PROCESO /PROCEDIMIENTO: VENTA PRODUCTO TERMINADO**



## 5.4 REGLAMENTO

Con base a la normatividad colombiana, la cual expresa que toda organización está obligada a tener un reglamento de trabajo, higiene y seguridad industrial. Con el fin de tener un mayor compromiso, responsabilidad, convivencia laboral, seguridad, etc.

Los reglamentos en una organización son importantes puesto que de esta manera se logra justicia entre empleadores y trabajadores, se reducen inconvenientes en la empresa y se contribuye a la eficiencia y eficacia del cumplimiento de las metas de la empresa.

**5.4.1 Reglamento interno de trabajo.** De acuerdo con los art.104 y demás del código sustantivo de trabajo vigente, especifica que toda organización “Está obligada a tener un reglamento de trabajo todo empleador que ocupe más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente en empresas comerciales, o más de diez (10) en empresas industriales, o más de veinte (20) en empresas agrícolas, ganaderas o forestales”<sup>31</sup>

El reglamento interno de trabajo busca una igualdad que no afecte los derechos del empleador y trabajador. Es necesario para resolver los conflictos que se generen dentro de la organización puesto que, si el reglamento no existiera, no habría ninguna razón para sancionar, debido a que no hay una norma que regule los actos impropios que se generen dentro de la empresa o ampare una decisión sancionatoria.

## REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

### CAPÍTULO I

**ART. 1º**—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S. domiciliada el corregimiento de **NARIÑO (N)**, y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

---

<sup>31</sup> SECRETARIA DEL SENADO. Código sustantivo del trabajo (en línea). En: secretaría del senado (Colombia), s.f. (consultada: 6, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo\\_sustantivo\\_trabajo\\_pr003.html#104](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo_pr003.html#104)

## **CAPÍTULO II**

### **Condiciones de admisión**

**ART. 2º**—Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S debe acercarse a la empresa con la hoja de vida completa y la cédula de ciudadanía original.

Período de prueba

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

**ART. 4º**—El período de prueba para cualquier cargo será de dos (2) meses, el cual es el máximo permitido.

**ART. 5º**—Durante el período de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el período de prueba y el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a este, se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones.

## **CAPÍTULO III**

### **Trabajadores transitorios**

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

## **CAPÍTULO IV**

### **Horario de trabajo**

**ART. 7º**—Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Días laborables: Tanto para el personal administrativo como para el operativo los días laborales son de lunes a sábado medio día.

Horario:

Lunes a viernes de 7:45 a.m. a 12:00 m. y de 2:00 p.m. a 6:30 p.m.

Sábado de 7:45 a.m. a 1:00 p.m.

## **CAPÍTULO V**

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

**ART. 8º**—Trabajo ordinario y nocturno.

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

**ART. 9**—Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal.

**ART. 10**—El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el artículo 163 del Código Sustantivo del Trabajo, sólo podrá efectuarse en dos (2) horas diarias y mediante autorización expresa del Ministerio de la Protección Social o de una autoridad delegada por este.

**ART. 11**—Tasas y liquidación de recargos.

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

**ART. 12**—La empresa no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores.

## **CAPÍTULO VI**

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

**ART. 13**—Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

Trabajo dominical y festivo.

1. El trabajo en domingo y festivos se remuneran con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas.
2. Si el domingo coincide con otro día de descanso remunerado sólo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en el numeral anterior.

## Vacaciones remuneradas

**ART. 14—**Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

**ART. 15—**La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.

**ART. 16—**Si se presenta una interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas.

**ART. 17—**Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan.

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

### Permisos

**ART. 18.—**La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

- En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir este, según lo permitan las circunstancias.
- En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.
- En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se hará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y

a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de la empresa.

## **CAPÍTULO VII**

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

**ART. 19—**Formas y libertad de estipulación:

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

**ART. 20—**Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores.

**ART. 21—**Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en l empresa o inmediatamente después del cese.

Períodos de pago: mensuales.

**ART. 22—**El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

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

## **CAPÍTULO VIII**

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

**ART. 23—**Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

**ART. 24—**Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales o EPS, ARP, a través de la IPS a la cual se encuentren asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

**ART. 25—**Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si este no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

**ART. 26—**Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordena la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

**ART. 27—**Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

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

**ART. 28—**En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARP.

**ART. 29**—En caso de accidente no mortal, aun el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante o a quien haga sus veces, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará, las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

**ART. 30**—Todo accidente de trabajo o enfermedad profesional que ocurra en una empresa, deberá ser informado por el empleador a la entidad administradora de riesgos profesionales y a la entidad promotora de salud, en forma simultánea, dentro de los dos días hábiles siguientes de ocurrido el accidente o diagnosticada la enfermedad.

**ART. 31**—En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo del Trabajo, a la Resolución 1016 de 1989 expedida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y las demás que con tal fin se establezcan. De la misma manera ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto-Ley 1295 de 1994, y la Ley 776 del 17 de diciembre de 2002, del sistema general de riesgos profesionales, de conformidad con los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas.

## **CAPÍTULO IX**

### **Prescripciones de orden**

**ART. 32**—Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

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

## **CAPÍTULO X**

### **Orden jerárquico**

**ART. 33**—El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente: asamblea de accionistas, gerente, secretaria-auxiliar contable, contador, operario e impulsador.

**PAR**—De los cargos mencionados, tiene la facultad para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores de la empresa el gerente.

## **CAPÍTULO XI**

### **Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores**

**ART. 34**—Son obligaciones especiales del empleador:

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

**ART. 35—Son obligaciones especiales del trabajador:**

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.
4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitar daños y perjuicios.
6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.
7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra.

**ART. 36—Se prohíbe a la empresa:**

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos, para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:
  - a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por el Código Sustantivo de Trabajo.
  - b) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos que plantea el Código Sustantivo de Trabajo.
2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.
3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de este.
4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores el ejercicio de su derecho de asociación.
5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.
6. Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.
7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

8. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones, o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de estos, será imputable a aquél y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.

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

10. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad.

**ART. 37—**Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la empresa útiles de trabajo, materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.

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

3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo.

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

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

6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.

7. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado.

## **CAPÍTULO XII**

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

**ART. 38—**La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en el contrato de trabajo.

**ART. 39—**Se establecen las siguientes clases de faltas leves, y sus sanciones disciplinarias, así:

a) El retardo hasta de quince (15) minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, llamado de atención; por la segunda vez, memorando; por tercera

vez multa del 5% del salario y por cuarta vez, suspensión en el trabajo por tres días.

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

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

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

**ART. 40**—Constituyen faltas graves:

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

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

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

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

**ART. 41**—Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador oirá al trabajador inculpado directamente y se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva.

### **CAPÍTULO XIII**

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

**ART. 42**—Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de gerente, quien los oirá y resolverá en justicia y equidad.

### **CAPÍTULO XIV**

#### **Publicaciones**

**ART. 43**—Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos.

## **CAPÍTULO XV**

### **Vigencia**

**ART. 44**—El presente reglamento entrará a regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento.

## **CAPÍTULO XVI**

### **Cláusulas ineficaces**

**ART. 45**—No producirán ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador.

## **CAPÍTULO XVII**

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

**ART. 46**—Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previstos por la empresa constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva conviviente, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

Fecha: 20 de agosto de 2022

Dirección: CL 16 # 25 – 26.

Ciudad: NARIÑO (N)

Departamento: Nariño

Representante legal: Angie Jazmín Pantoja Andrade

#### **5.4.2 Reglamento de higiene y seguridad industrial**

La empresa FIQUEBIODNAR al no contar con más de 10 empleados no está obligada a elaborar un reglamento de higiene y seguridad industrial como lo estipula el artículo 349 del código sustantivo del trabajo.

**ARTÍCULO 349. REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD.** Los empleadores que tengan a su servicio diez (10) o más trabajadores permanentes deben elaborar un reglamento especial de higiene y seguridad y someterlo a la revisión y aprobación de la Oficina Nacional de Medicina e Higiene Industrial del Ministerio del Trabajo, a más tardar dentro de los tres (3) meses siguientes a la vigencia de este

Código, o dentro de los tres (3) meses siguientes a la iniciación de las labores, si se trata de un nuevo establecimiento<sup>32</sup>.

**5.4.3 Reglamento del sistema de seguridad y salud en el trabajo.** Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), el cual nos expresa que este sistema “debe ser implementado por todos los empleadores y consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, lo cual incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en los espacios laborales”<sup>33</sup>.

Su objetivo general es “facilitar el proceso de implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo por parte de los empleadores y contratantes, asegurando el cumplimiento de las normas mínimas establecidas por el Sistema General de Riesgos Laborales para la protección de la integridad del personal que realiza el trabajo, labor o actividad, con la identificación de prácticas, procesos, situaciones peligrosas y de acciones de intervención en los riesgos propios de la actividad económica”. El SGSST trae consigo múltiples beneficios para la organización, ya que de esta manera se desarrollan buenas relaciones interpersonales, mejor convivencia en el trabajo, bienestar y calidad de vida laboral, entre otras. Además, se logra una seguridad en el trabajo más confiable y eficaz ya que al implementar este sistema se reducen las tasas de accidentalidad, mortalidad por accidentes, ausentismo por enfermedades, etc.

Cabe mencionar que la empresa JABONES FIQUEBIODNAR debe implementar todos los medios o herramientas de seguridad que se requiera para la producción y comercialización de las infusiones a base de cereza de café como ejemplo el overol, guantes, tapabocas, botas, etc. Todo esto con el fin de evitar todo tipo de daño o problema a los trabajadores.

---

<sup>32</sup> SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN NORMATIVA. CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO (en línea). En: (Colombia), 07, junio, 1951 (consultada: 12, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Codigo/30019323>

<sup>33</sup> MINISTERIO DEL TRABAJO. Sistema de gestión y salud en el trabajo (en línea). En: Ministerio del trabajo (Colombia), s.f. (consultada: 6, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>

## **MEDIDAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, RIESGOS LABORALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO, SEGURIDAD EN EL TRABAJO**

**ARTÍCULO 52.** Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial de conformidad al Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador(a).

**ARTÍCULO 53. INCAPACIDADES.** La incapacidad que expida la entidad de seguridad social a la que esté afiliado el trabajador (ARL-EPS) será la única causa justificativa para la inasistencia temporal al trabajo por temas de salud. No se aceptará por tal como excusa, la simple manifestación del trabajador de que su ausencia se debió al hecho de haber concurrido al servicio médico, como tampoco la certificación que al respecto expida médicos particulares sin la respectiva transcripción ante la entidad de seguridad social donde se encuentre afiliado, para lo cual deberá atender a los plazos dispuestos por Jabones **FIQUEBIONAR S.A.S** para este trámite en sus regulaciones y políticas, y la normatividad vigente. Cuando el médico de la EPS o de la ARL a la cual esté adscrito el trabajador(a) lo incapacite para trabajar, éste deberá dar aviso oportuno a su jefe inmediato y adicional a ello, activar el mecanismo que tenga definido o defina **FIQUEBIONAR S.A.S** esto deberá hacerse el mismo día de su inasistencia, indicando el tiempo que se le ha dado de incapacidad, todo sin perjuicio de allegar a **FIQUEBIONAR S.A.S** de manera oportuna la constancia de la incapacidad original, esto es, a más tardar dentro de los siguientes cuarenta y ocho (48) horas hábiles después de ocurrido el hecho.

**ARTÍCULO 54.** Todo trabajador(a), que en prestación de sus servicios se sienta enfermo, deberá comunicarlo en ese mismo momento al empleador, su representante o a quien haga sus veces, el cual hará lo conducente para que el trabajador(a) se presente ante la entidad de seguridad social pertinente, a fin de que revise la atención a que haya lugar, y certifique si puede continuar o no con la prestación de su servicio a **FIQUEBIODNAR S.A.S** en dicho día y en su caso, determine la incapacidad laboral y el tratamiento a que el trabajador(a) debe someterse. Si se genera incapacidad y conforme se anotó, el trabajador(a) estará en la obligación de comunicarlo al empleador el mismo día de producirse aquella y presentar el soporte legal de la misma a más tardar dentro de los siguientes cuarenta y ocho (48) horas hábiles después de ocurrido el hecho; si la EPS no expide incapacidad para laborar, el trabajador(a) deberá reincorporarse inmediatamente al trabajo; si no se presenta, su inasistencia al trabajo se tendrá

como injustificada para los efectos a que haya lugar. Si antes de iniciarse la jornada laboral y presentarse a la Compañía para efectos de iniciar la misma, el trabajador(a) se siente enfermo, éste(a) deberá comunicarlo en forma previa y oportuna al empleador, su representante o a quien haga sus veces; y el trabajador(a) deberá presentarse ante la entidad de seguridad social pertinente a efectos de recibir la atención en salud que corresponda, y seguirse con el trámite indicado en el párrafo anterior de este artículo. Si el trabajador(a) no diere aviso de la incapacidad o de su no asistencia a laborar por su situación de salud dentro del término indicado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso presentando las justificaciones a las que haya lugar y el debido soporte de la incapacidad en los términos mencionados anteriormente.

**ARTÍCULO 55.** El Trabajador(a) deberá someterse a los exámenes médicos, prescripciones y/o tratamientos que haya ordenado el médico tratante adscrito a la entidad de seguridad social a la cual se encuentre afiliado; así como a los exámenes o evaluaciones médico ocupacionales y de seguimiento a la salud que se requieran por **FIQUEBIODNAR S.A.S** dentro del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, en atención a la normatividad vigente y los principios y derechos contemplados en la Constitución Política de Colombia Y en dicho sentido, Los Trabajadores deberán someterse a todas las medidas, de higiene y seguridad industrial que prescriben las autoridades del ramo en general y en particular a las que ordene **FIQUEBIODNAR S.A.S** para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de máquinas, herramientas y demás elementos de trabajo, especialmente para evitar enfermedades generales, laborales o accidentes de trabajo. El trabajador(a) que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, valoraciones, instrucciones, o tratamientos antes indicados perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga por la consecuencia a esa negativa; además de constituir una falta grave, que faculta a **FIQUEBIODNAR S.A.S** para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa. Bajo ningún supuesto se permitirá que los trabajadores incapacitados puedan laborar, ingresar a las sedes de trabajo o participar de las actividades de **FIQUEBIODNAR S.A.S** mientras esté vigente la incapacidad, conforme lo establecido en la ley.

**ARTÍCULO 56.** Los trabajadores deben procurar tener hábitos de vida saludable y de autocuidado, dentro y fuera de **FIQUEBIODNAR S.A.S**, siendo por tanto deber de los trabajadores, dar cabal cumplimiento al Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo. **FIQUEBIODNAR S.A.S** suministrará al personal todos los elementos de seguridad necesarios para su protección, los cuales deberán ser utilizados por el trabajador en el ejercicio de su labor, siendo su uso obligatorio por parte del trabajador en lo referente a su protección y seguridad. En el evento que,

por negligencia, descuido o imprudencia, el trabajador(a) laborare sin utilizar los elementos de Protección Personal que correspondan, su comportamiento tendrá la connotación de grave, facultando al empleador para dar por terminado previo el procedimiento pertinente el contrato de trabajo por justa causa.

## 5.5 CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

### MODELO DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S

#### JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S.

#### ACTO CONSTITUTIVO

En el municipio de Pasto, siendo las 9:00 am, del día 7 de agosto del año 2022, se reunieron en CL 7 2 59 las siguientes personas:

NOMBRE COMPLETO	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO (MUNICIPIO)
	TIPO DE IDENTIFICACIÓN	NÚMERO	LUGAR DE EXPEDICION	
Yennifer Ordoñez García	C.C.	1.084.227.789	Buesaco (N)	Pasto (N)
Angie Pantoja Andrade	C.C.	1.085.325.307	Pasto (N)	Pasto (N)
Edwin Adrián Arteaga Riascos	C.C.	1.085.342.204	Pasto (N)	Pasto (N)

Quienes para todos los efectos se denominarán los constituyentes y mediante el presente escrito manifestamos nuestra voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

#### Estatutos

#### Capítulo I

#### Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Duración y Objeto Social

**ARTÍCULO 1.- Nombre.** - La compañía que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza comercial, con nacionalidad colombiana, denominada JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S., regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las iniciales “S.A.S.”.

**ARTÍCULO 2.- Domicilio.** - El domicilio principal de la sociedad será el municipio de **NARIÑO (N)**, departamento de Nariño y para su recepción de notificaciones judiciales será la CL 16 # 25 – 26. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la Asamblea General de Accionistas.

**ARTÍCULO 3.- Término de duración.** - El término de duración será de 20 años.

**ARTÍCULO 4.- Objeto social.** - La sociedad tendrá como objeto principal la fabricación y comercialización de infusiones a base de cereza de café. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

## **Capítulo II Capital, Acciones y Régimen de las Acciones**

**ARTÍCULO 5.- Capital Autorizado,** EL capital autorizado de la sociedad es:

<b>CAPITAL AUTORIZADO</b>		
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>N° ACCIONES</b>	<b>VALOR NOMINAL</b>
\$39.834.1436	3	\$13.278.049

**ARTÍCULO 6.- Capital Suscrito.** - El capital suscrito inicial de la sociedad es:

<b>CAPITAL SUSCRITO</b>		
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>N° ACCIONES</b>	<b>VALOR NOMINAL</b>
\$13.278.049	1	\$13.278.049

Los accionistas han suscrito el capital de la siguiente forma:

<b>ACCIONISTA</b>	<b>No DE ACCIONES</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Yennifer Ordoñez García	1	\$13.278.049	33,33%
Angie Pantoja Andrade	1	\$13.278.049	33,33%
Edwin Adrian Arteaga Riascos	1	\$13.278.049	33,33%

**ARTÍCULO 7.- Capital Pagado.** - El capital pagado de la sociedad es:

<b>CAPITAL PAGADÓ</b>		
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>Nº ACCIONES</b>	<b>VALOR NOMINAL</b>
\$39.834.1436	3	\$13.278.049

**Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.** - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 6 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

**ARTÍCULO 8.- Derechos que confieren las acciones.** - En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias.

A cada acción le corresponden los siguientes derechos:

- a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;
- c) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008;
- d) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular serán transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

**ARTÍCULO 9.- Naturaleza de las acciones.** Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley.

**ARTÍCULO 10.-Aumento del capital suscrito.** El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

**ARTÍCULO 11.- Derecho de Preferencia.** Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la

respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase de títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

**Parágrafo 1.-** El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

**Parágrafo 2.-** No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

**ARTÍCULO 12.- Clases y Serie de Acciones.** - Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

**Parágrafo.** - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

**ARTÍCULO 13.- Voto Múltiple.** - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

**ARTÍCULO 14.- Acciones de Pago.** - En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

**ARTÍCULO 15- Transferencia de Acciones a una Fiducia Mercantil.** - Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

**ARTÍCULO 16.- Restricciones a la Negociación de Acciones.** - Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

**ARTÍCULO 17.- Cambio de Control-** Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

### **Capítulo III**

#### **Dirección, Administración, Representación Y Revisoría Fiscal De La Sociedad**

**ARTÍCULO 18.- Órganos de la sociedad.** - La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal denominado administrador que hará las veces de gerente. La revisoría fiscal sólo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

**ARTÍCULO 19.- Sociedad devenida unipersonal.** - La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se les confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas o documento privado debidamente asentados en el libro correspondiente de la sociedad.

**ARTÍCULO 20.- Asamblea general de accionistas.** - La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el ARTÍCULO 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente. Son funciones de la asamblea general entre otras:

- a) Aprobar su propio reglamento.
- b) Ejercer la suprema dirección de la sociedad y velar por el cumplimiento de su objeto social, interpretar los estatutos, fijar la orientación y política generales de sus actividades.
- c) Reformar los estatutos.
- d) Elegir y remover libremente y asignarle remuneración al gerente para períodos de un año por el sistema de mayoría simple.
- e) Estudiar, aprobar o improbar, con carácter definitivo, los estados financieros e informes de gestión presentados a su consideración por el representante legal.
- f) Decretar la disolución y liquidación de la sociedad.
- g) Elegir el liquidador o los liquidadores al hacerse la liquidación.

h) Las demás que le correspondan por naturaleza, como máximo órgano de La sociedad y que no hayan sido asignadas por los estatutos a otro órgano.

**ARTÍCULO 21.- Convocatoria a la asamblea general de accionistas.** - La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por el representante legal de la sociedad por medio escrito, electrónico, telefónico, o por el medio más expedito que considere quien efectúe las convocatorias dirigida a cada accionista con una antelación mínima de ocho (8) días hábiles, tanto para las reuniones ordinarias como extraordinarias. Ha de tenerse en cuenta que para el cómputo de los días no debe tenerse en cuenta el día de la convocatoria ni el día de la reunión.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

**ARTÍCULO 22.- Reuniones.** - La Asamblea de accionistas se reunirá ordinariamente una vez al año, a más tardar el último día del mes de marzo y extraordinariamente cuando sea convocada por ella misma o por el representante legal.

Las reuniones ordinarias tendrán como finalidad estudiar las cuentas, el balance general de fin de ejercicio, acordar todas las orientaciones y medidas necesarias para el cumplimiento del objeto social y determinar las directrices generales acordes con la situación económica y financiera de la sociedad.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando lo requieran las necesidades imprevistas o urgentes.

**Parágrafo 1.- Reunión Por Derecho Propio:** En el evento en que, transcurridos los tres primeros meses del año, no se haya efectuado la convocatoria para las reuniones ordinarias, la Asamblea General, se reunirá por derecho propio y sin necesidad de convocatoria, el primer día hábil del mes de abril, a las 10:00 a.m., en las instalaciones donde funcione la administración de la sociedad. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de asociados.

**Parágrafo 2.- Reunión de Segunda Convocatoria:** Si se convoca la Asamblea General y ésta no se reúne por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con cualquier número plural de accionistas. La nueva reunión no deberá efectuarse antes de los diez (10) días hábiles, ni después de los treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de accionistas.

**Parágrafo 3.- Reuniones No Presenciales:** La Asamblea General podrá realizar las reuniones ordinarias y extraordinarias, de manera no presencial, siempre que se encuentre participando la totalidad de los accionistas. Tales reuniones pueden desarrollarse con comunicaciones simultáneas y sucesivas, es decir un medio que los reúna a todos a la vez, como el correo electrónico, la teleconferencia, etc., o mediante comunicaciones escritas dirigidas al Representante Legal en las cuales se manifieste la intención del voto sobre un aspecto concreto, siempre que no pase más de un mes, desde el recibo de la primera comunicación y la última.

**Parágrafo 4.- Reuniones universales:** La Asamblea General se reunirá válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de los accionistas.

**ARTÍCULO 23.- Régimen de quórum y mayorías decisorias:** La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos o en la ley se prevea una mayoría decisoria superior para algunas decisiones, tales como:

- a) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.
- b) La modificación de la cláusula compromisoria debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.

**ARTÍCULO 24.- Actas.** - Las decisiones de la Asamblea General de Accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados con indicaciones de las acciones suscritas que poseen o representan, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas. Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas, autorizada por el secretario o por algún representante de la

sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

**ARTÍCULO 25.- Representación Legal - Gerente.** - La representación legal de la Sociedad por Acciones Simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá un suplente, designado por la asamblea general de accionistas para un término de un año.

En caso de que la asamblea no realice un nuevo nombramiento, el representante legal continuará en el ejercicio de su cargo hasta tanto no se efectúe una nueva designación.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas

**ARTÍCULO 26.- Facultades del representante legal - Gerente.** - La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

**ARTÍCULO 27.- Revisoría Fiscal.** La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

#### **Capítulo IV Estados Financieros, Reservas Y Distribución De Utilidades**

**ARTÍCULO 28.- Estados Financieros Y Derecho De Inspección.** La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

**ARTÍCULO 29. Reserva Legal.** De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

**ARTÍCULO 30. Utilidades, Reservas Y Dividendos.** Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

## **Capítulo V Disolución y Liquidación**

**ARTÍCULO 31.- Disolución.** - La sociedad se disolverá:

1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si los hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

2° Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

3° Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4° Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5° Por orden de autoridad competente, y

6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

**ARTÍCULO 32.- Enervamiento de las causales de disolución.** - Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

**ARTÍCULO 33.- Reactivación.** - La asamblea general de accionistas o el accionista único podrá, en cualquier momento posterior a la iniciación de la liquidación, acordar la reactivación de la sociedad siempre que el pasivo externo no supere el 70% de los activos sociales y que no se haya iniciado la distribución de los remanentes a los accionistas.

Para la reactivación, el liquidador de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas un proyecto que contendrá los motivos que dan lugar a la misma y los hechos que acreditan las condiciones previstas en el inciso anterior.

Igualmente deberán prepararse estados financieros extraordinarios, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes, con fecha de corte no mayor a treinta días contados hacia atrás de la fecha de la convocatoria a la reunión del máximo órgano social.

La decisión de reactivación debe ser aprobada por el 100% de las acciones suscritas.

**ARTÍCULO 34.- Liquidación.** - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades señalado en los artículos 225 y siguientes del Código de Comercio. Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrará liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

## **Capítulo VI Disposiciones Varias**

**ARTÍCULO 35.- Cláusula Compromisoria.** - Toda diferencia que surja entre un accionista con el órgano de dirección y/o el representante legal, y entre éste y la sociedad, que no pueda resolverse directamente por las partes y que sea susceptible de transigir será resuelta en primera instancia, a través de la conciliación extrajudicial en derecho, que se solicitará ante el Centro Integral de Solución de Conflictos de la Cámara de Comercio de La Guajira. En caso que la audiencia se declare fallida o no exista ánimo conciliatorio, se solicitará ante el mismo Centro que se integre un Tribunal de Arbitramento, al cual se someterá la diferencia existente entre las partes, decidirá en derecho y el laudo hará tránsito a cosa juzgada, salvo que la ley disponga otra cosa; se regirá conforme al reglamento establecido en el Centro Integral de Solución de Conflictos de la Cámara de Comercio de La Guajira y a lo dispuesto en la ley; será integrado por un número impar de árbitros, bien sea uno o tres, el que se requiera en el caso concreto conforme a la cuantía estimada en el conflicto.

**ARTÍCULO 36.- Remisión normativa.** - De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

## **Capítulo VII Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad**

**ARTÍCULO 26.- Nombramientos.** - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado por unanimidad en este acto constitutivo, a Angie Jazmín Pantoja Andrade, identificado con el documento de identidad No.1.085.325.307, como gerente de JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S., por el término de 1 año.

*Angie Jazmín Pantoja Andrade* participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designada, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni

restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S.

Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, la empresa formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

En constancia firman los socios accionistas constituyentes:



ANGIE JAZMÍN PANTOJA ANDRADE  
C.C. 1.085.325.307



YENNIFER PAOLA ORDOÑEZ GARCÍA  
C.C. 1.084.227.789



EDWIN ADRIAN ARTEAGA RIASCOS  
C.C. 1.085.342.204

**IMPORTANTE:** El documento de constitución debe ser presentado personalmente ante el secretario de la Cámara de Comercio por quienes participen en su suscripción o debe estar reconocido ante juez o notario (art. 5 Ley 1258 de 2008 y art. 40 Código de Comercio). Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

## 6. PLAN FINANCIERO

El plan financiero permite a la empresa poder determinar con claridad cuáles serían sus posibles formas de financiamiento con el fin de llevar a cabo el proyecto y de esta manera nutrir el capital de la empresa, siendo posible su obtención por medio de bancos, los socios e inclusive otras empresas. Además, permite poder realizar una evaluación, estudio y proyección cuantitativa a nivel financiero para poder tomar decisiones acertadas a beneficio de la organización

### 6.1 ESTUDIO ECONÓMICO

Por este medio se puede realizar un plan financiero con el cual se pueden cubrir los gastos, los costos, los ingresos e inversión inicial para la puesta en marcha de la empresa en periodo, determinar el punto de equilibrio, informes financieros y también los indicadores de estados financieros ya sea corto o a mediano plazo para su constitución y puesta en marcha, pero proyectando a cinco años tomando datos de la inflación con los datos del banco de la república.

**6.1.1 Determinación de inversiones.** Es el capital o presupuesto destinado para solventar algunos costos básicos que se presentan al inicio del proyecto como materia prima, mano de obra y demás gastos de personal, con estos gastos se hace la determinación de inversión inicial para determinar estas inversiones se tiene en cuenta:

#### ACTIVOS FIJOS

En la tabla presentada a continuación se encuentran los activos fijos importantes para el buen funcionamiento de la empresa como lo son; la maquinaria, muebles y enseres y equipos de comunicación y cómputo.

Tabla 30. Inversiones Fijas

<b>INVERSIONES FIJAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1. MAQUINARIA EQUIPOS Y HERRAMIENTAS</b>				
GRAMERA	Unidad	1	\$ 50.000	\$ 50.000
CANASTILLAS	Unidad	10	\$ 28.000	\$ 280.000
CANASTA PLASTICA 8 GALONES	Unidad	4	\$ 48.000	\$ 192.000
MESAS DE PLASTICO	Unidad	3	\$ 280.000	\$ 840.000
SILLAS DE PLASTICO	Unidad	4	\$ 198.000	\$ 792.000
PALA ESPÁTULA PARA MEZCLAR	Unidad	2	\$ 100.000	\$ 200.000
GAVERA x50	Unidad	3	\$ 180.000	\$ 540.000
AGITADOR	Unidad	2	\$ 612.000	\$ 1.224.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 4.118.000</b>
<b>2. MUEBLES Y ENSERES</b>				
ESCRITORIOS	Unidad	3	\$ 420.000	\$ 1.260.000
ARCHIVADORES	Unidad	1	\$ 360.000	\$ 360.000
ESTANTERIAS	Unidad	2	\$ 365.000	\$ 730.000
SILLAS DE OFICINA	Unidad	3	\$ 280.000	\$ 840.000
MESA DE JUNTAS	Unidad	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 4.390.000</b>
<b>3. EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTO</b>				
COMPUTADOR	Unidad	3	\$ 2.500.000	\$ 7.500.000
IMPRESORA	Unidad	1	\$ 370.000	\$ 370.000
TELEFONO	Unidad	1	\$ 110.000	\$ 110.000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 7.980.000</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 16.488.000</b>

Con base en la tabla anterior, establece los activos fijos que están conformados por maquinaria siendo útil para poder realizar la producción del jabón base de fique; después procedemos a los muebles y enseres siendo necesarios para dar una mejor visualización a la empresa, cuidar la postura de los empleados, los clientes que lleguen a la entidad y los terceros, por otro parte se tiene los equipo de cómputo y comunicación teniendo como fin realizar las actividades de manera más eficaz y eficiente en pro de lograr los objetivos.

Para los activos fijos según la información de la tabla anterior es necesaria una inversión de \$16.488.000 para poner en funcionamiento la empresa “FIQUEBIODENAR”.

Tabla 31. Activos Diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Permisos y Licencias	\$ 624.000
Registro Mercantil	\$ 189.000
Registro Sanitario	\$ 2.466.909
Diseño de Marca	\$ 598.000
Gastos legales	\$ 924.000
Gastos Organizacionales	\$ 889.000
<b>TOTAL INVERSIONES DIFERIDA</b>	<b>\$ 5.690.909</b>

Los activos diferidos hacen referencia a los gastos que son pagados de manera anticipada es decir en primer lugar se realiza un desembolso y, después, según se vayan empleando o ya se utilizan los recursos diferidos, se causa el correspondiente gasto, de manera contraria siguen en el rubro de activo<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> ACTIVOS DIFERIDOS. ¿Qué son los activos diferidos? (en línea) En: Konfio, Activos diferidos España (consultada: 21, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-son-los-activos-diferidos/>

Este tipo de activos deben estar con los respectivos documentos legales ya que son necesarios para su constitución dándole identidad y legalidad a la empresa para poder llevar a cabo sus negocios, dando credibilidad hacia los clientes y para ello debe contar con un monto de \$5.690.909 para financiar los activos diferidos.

## CAPITAL DE TRABAJO

Según la página web Definición. DE<sup>35</sup> Habla que capital de trabajo es la capacidad de una compañía para poder realizar sus actividades en el corto plazo y este puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo.

El capital de trabajo se lo calcula aplicando la siguiente fórmula:

<b>CAPITAL DE TRABAJO =</b>	(Costos y gastos de operación – depreciación – amortización) / 360*30
-----------------------------	---

Tabla 32. Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 228.591.758
(-) DEPRECIACIÓN	-\$ 11.038.000
(-) AMORTIZACIÓN	-\$ 5.690.909
	360*30
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 17.655.237</b>

Tabla 33. Inversión.

<b>INVERSIÓN</b>	
INVERSION DIFERIDA	\$ 5.690.909
ACTIVOS FIJOS	\$ 16.488.000
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 17.655.237
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 39.834.146</b>

**6.1.2 Cálculo de costos y gastos.** Es importante determinar los costos para poder tener éxito en cualquier negocio que se desee emprender ya que con ello podemos realmente conocer a tiempo si el precio al cual se va a vender permitirá lograr obtener beneficios después de cubrir todos los costos necesarios para el

<sup>35</sup> (en línea) En: Sage, Consejos sobre actualidad empresarial. España (consultada: 21, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://definicion.de/capital-de-trabajo/>

funcionamiento de la empresa, teniendo en cuenta los que van directamente a la actividad productiva a la que se dedicará la organización<sup>36</sup>.

Para poder realizar este cálculo se debe tener en cuenta la materia prima, nómina y los costos indirectos de fabricación siendo este la representación del valor de producción de cada uno de los jabones a base de fique.

## MATERIA PRIMA

La materia prima será la materia esencial para la elaboración de jabones artesanales a base de fique, en este caso son el jugo de fique, aceite reutilizable, soda caustica y agua. A continuación, se presentan el costo de cada materia prima y la cantidad requerida anualmente.

Tabla 34. Costo de materia prima Jabón a Base de Fique por lote.

JABÓN A BASE DE FIQUE						
MATERIALES E INSUMOS	UNIDAD	VLR UNITARIO	CANTIDAD POR LOTE	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Jugo de fique	Litros	\$ 2.816	8,20	26,39	791,80	9501,64
Aceite reutilizable	Litros	\$ 14.795	16,00	51,50	1544,98	18539,79
Soda caustica	Kilogramos	\$ 43.500	3,00	9,66	289,68	3476,21
Agua	Litros	\$ 2.400	7,80	25,11	753,18	9038,15
Esencia lavanda	Litros	\$ 4.800	0,80	2,57	77,25	926,99
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 68.312</b>	<b>35,80</b>	<b>115,23</b>	<b>3.456,90</b>	<b>41.482,78</b>

Para poder determinar el costo total de la materia prima, es necesario conocer cuántas unidades se va a producir de barra de jabón de fique por ello se tendrá en cuenta el porcentaje de crecimiento del sector de aseo y cosmética en Colombia que es del 1,5% para las cantidades y para el costo se tendrá en cuenta la tasa de inflación de 7,56%

Para realizar las proyecciones a 5 años del costo de la Materia Prima, se toma el total del costo de la materia prima que es \$ 68.312 y se lo multiplica por 1.159 que

<sup>36</sup> ANONIMO, Costos. En: (s.l). (s.f). (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica:

<https://www.members.tripod.com/aromaticas/Costos.htm#:~:text=La%20determinaci%C3%B3n%20de%20costos%20permite,en%20que%20incurre%20la%20empresa.>

serían la cantidad de lotes de jabones a base de fique a producir. A continuación, se presenta una proyección a 5 años en base a la tasa de inflación que es del 7,56% del costo de la materia prima por lote, utilizando el porcentaje de crecimiento del sector de aseo y cosmética en Colombia y la tasa de inflación.

Tabla 35. Proyección del costo de materia prima

<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO M .P</b>	<b>LOTES</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
AÑO 1	\$ 73.476	1.176	\$ 86.416.419
AÑO 2	\$ 79.031	1.194	\$ 94.343.743
AÑO 3	\$ 85.005	1.212	\$ 102.998.272
AÑO 4	\$ 91.432	1.230	\$ 112.446.715
AÑO 5	\$ 98.344	1.248	\$ 122.761.902

### **MANO DE OBRA DIRECTA**

Según Arredondo María<sup>37</sup>, La mano de obra directa es aquella mano de obra que se relaciona con la transformación de la materia prima en la fabricación de un producto o en la prestación de un servicio. Para calcular la nómina de MOD se debe determinar el costo mensual del salario del área de producción de la empresa, con su respectiva seguridad social y prestaciones sociales, donde se obtendrá el valor de la nómina mensual.

Para la elaboración de los jabones biodegradables a base de fique se necesitan en el área de producción 2 operarios y 1 jefe de producción, a continuación, se presenta la nómina:

<sup>37</sup> Arredondo González María Magdalena. *Contabilidad y análisis de costos*. (Segunda Edición). Grupo editorial Patria. 1985

Tabla 36. Costo Mano de Obra Directa

<b>NOMINA MANO DE OBRA DIRECTA</b>							
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>AUXILIO TRANSPORTE</b>	<b>TOTAL DEVENGADO</b>	<b>SALUD 4%</b>	<b>PENSIÓN 4%</b>	<b>TOTAL DEDUCIDO</b>	<b>TOTAL MOD</b>
OPERARIO	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 1.037.172
OPERARIO	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 1.037.172
JEFE DE PRODUCCIÓN	\$ 1.200.000	\$ 117.172	\$ 1.317.172	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 96.000	\$ 1.221.172
<b>TOTAL MOD</b>	<b>\$ 3.200.000</b>		<b>\$ 3.551.516</b>	<b>\$ 128.000</b>	<b>\$ 128.000</b>	<b>\$ 256.000</b>	<b>\$ 3.295.516</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>\$ 39.546.192</b>

<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>TRABAJADORES EN TOTAL</b>
CCF	4,00%	\$ 128.000
PENSIÓN	8,50%	\$ 272.000
ARL	2,436%	\$ 77.952
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 477.952</b>

<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>TRABAJADORES EN TOTAL</b>
CESANTIAS	8,33%	\$ 295.841
INTERES A LAS CESANTIAS	1%	\$ 2.958
PENSIÓN	8,33%	\$ 295.841
VACACIONES	4,17%	\$ 133.440
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 728.081</b>

La tabla anterior, indica el valor de nómina, el cual le cuesta al empleador que es igual a \$ 3.295.516, también se calcula las apropiaciones y la seguridad social establecida por ley.

Finalmente, con los datos obtenidos anteriormente se proyecta el total de los costos de la mano de obra directa utilizando la inflación del 7,56%.

Tabla 37. Proyección de la mano de obra directa

<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO MOD</b>	<b>PRESTACIONES+ APROPIACIONES+SEGURIDAD SOCIAL</b>	<b>TOTAL</b>
AÑO 1	\$ 42.535.884	\$ 14.472.396	\$ 57.008.280
AÑO 2	\$ 45.751.597	\$ 15.566.509	\$ 61.318.106
AÑO 3	\$ 49.210.418	\$ 16.743.337	\$ 65.953.755
AÑO 4	\$52.930.725	\$ 18.009.133	\$ 70.939.858
AÑO 5	\$ 56.932.288	\$ 19.370.624	\$ 76.302.912

## **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

Según la página web Evidence los CIF “son aquellos costos que no intervienen en la fabricación del producto final, pero son aquellas actividades necesarias para lograr los objetivos es decir se relacionan de una manera indirecta”<sup>38</sup>.

Para producir los jabones artesanales a base de fique de calidad es necesario un embalaje que la mantenga, y para el desarrollo normal de la empresa se necesitan unos costos que van relacionados directamente con la producción de los jabones, por lo tanto, se los tiene en cuenta en los costos indirectos de fabricación.

<sup>38</sup> EVIDENCE, ¿Qué son los Costos indirectos de fabricación? (En línea).2021. (Consultado: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica <https://www.evidencetec.com/recursos/conocimiento/que-son-los-costos-indirectos-de-fabricacion?lang=es>

Tabla 38. Costos indirectos de fabricación.

<b>CIF - EMBALAJE (CAJAS)</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
AÑO 1	1176	\$ 3.876	\$ 4.559.000
AÑO 2	1194	\$ 4.108	\$ 4.903.660
AÑO 3	1212	\$ 4.353	\$ 5.274.377
AÑO 4	1230	\$ 4.613	\$ 5.673.120
AÑO 5	1248	\$ 4.888	\$ 6.102.008

En la tabla anterior se observa el presupuesto proyectado del embalaje en base a la inflación con una tasa del 7,56%. Cabe aclarar que los jabones a base de fique serán entregados solamente con embalaje para conservar la calidad e higiene, además si se utiliza empaque necesariamente deben ser de materiales biodegradables porque de lo contrario se perdería el objetivo empresarial principal que es ofrecer un producto ecológico y biodegradable.

El arrendamiento y servicios públicos serán tomados como CIF por lo tanto se los calculó de la siguiente manera para obtener un resultado anual:

Tabla 39. Otros CIF

<b>OTROS CIF</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
ARRENDAMIENTO	12 MESES	\$ 450.000	\$ 5.400.000
SERVICIOS PUBLICOS	12 MESES	\$ 280.000	\$ 3.360.000
<b>TOTAL OTRO CIF</b>			<b>\$ 8.760.000</b>

Para finalizar y obtener la proyección anual de los CIF totales se suma los CIF del embalaje y los otros CIF correspondientes a costos relacionados directamente con la producción. Obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 40. CIF PROYECTADOS

<b>PROYECCIÓN CIF</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CIF</b>	<b>OTROS CIF</b>	<b>TOTAL</b>
AÑO 1	\$ 4.559.000	\$ 8.760.000	\$ 13.319.000
AÑO 2	\$ 4.903.660	\$ 9.422.256	\$ 14.325.916
AÑO 3	\$ 5.274.377	\$ 10.134.579	\$ 15.408.956
AÑO 4	\$ 5.673.120	\$ 10.900.753	\$ 16.573.873
AÑO 5	\$ 6.102.008	\$ 11.724.850	\$ 17.826.858

## CALCULO DE GASTOS

El gasto según la página web Concepto ABC especifica que “es un egreso o salida de dinero de un individuo u organización con el fin de obtener un bien o servicio”<sup>39</sup> y obtener un gusto o necesidad en los procesos de gestión, comercialización o ventas de producto para que pueda operar la empresa.

**NOMINA DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS:** La nómina administrativa y de ventas no están vinculados directamente con la fabricación de los jabones artesanales a base de fique por lo tanto son tomados como gastos. A continuación, se presenta el cálculo de las nóminas:

**Gastos de Administración:** Como lo establece Llamas Jonathan<sup>40</sup>, los gastos de administración son específicamente los que se originan en función de la dirección, administración y organización en una entidad y de esta manera lograr de una manera eficaz y eficiente los objetivos.

---

<sup>39</sup> CONCEPTOABC. Gastos. (en línea). (consultada: 2, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://conceptoabc.com/gastos/#:~:text=Ejemplos-.Caracter%C3%ADsticas%20del%20gasto,adquiera%20un%20bien%20o%20servicio.>

<sup>40</sup> LLAMAS, Jonathan. Gastos de administración. (En línea). En. (Colombia). (consultada: 3, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/gastos-de-administracion.html>

Tabla 41. Nómina Administrativa

<b>NOMINA ADMINISTRATIVA</b>							
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>AUXILIO TRANSPORTE</b>	<b>TOTAL DEVENGADO</b>	<b>SALUD 4%</b>	<b>PENSIÓN 4%</b>	<b>TOTAL DEDUCIDO</b>	<b>TOTAL</b>
GERENTE GENERAL	\$1.400.000	\$ 117.172	\$ 1.517.172	\$56.000	\$ 56.000	\$ 112.000	\$ 1.405.172
SECRETARIA AUX. CONTABLE	\$1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 1.037.172
<b>TOTAL NOMINA ADMINISTRATIVA</b>	<b>\$2.400.000</b>	<b>\$ 234.344</b>	<b>\$ 2.634.344</b>	<b>\$ 96.000</b>	<b>\$ 96.000</b>	<b>\$ 192.000</b>	<b>\$ 2.442.344</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>\$ 9.308.128</b>

<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
CCF	4,00%	\$ 96.000
PENSIÓN	8,50%	\$ 204.000
ARL	0,522%	\$ 12.528
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 312.528</b>

<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
CESANTIAS	8,33%	\$ 219.440,86
INTERES A LAS CESANTIAS	1%	\$ 2.194
PENSIÓN	8,33%	\$ 219.440
VACACIONES	4,17%	\$ 100.080
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 541.156</b>

## **Gastos de Ventas:**

Según Gasbarrino, Stefano<sup>41</sup> Son aquellos gastos que van exclusivamente a la ejecución de las ventas, además sirven para determinar el margen de utilidad en el precio, estos costos son muy necesarios para la entrega, distribución de los productos que se realizan en la organización.

Según López, “Los gastos de venta son aquellos necesarios para que el bien que vendes pueda llegar hasta tu cliente. En estos egresos están contemplados los gastos relacionados con la difusión, distribución y comercialización del producto o servicio que vas a vender”<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup>GASBARRINO, Stefano. Gastos de administración. (En línea). En. (Colombia)(S.F.). (consultada: 3, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-gastos-de-venta#:~:text=Los%20gastos%20de%20venta%20se,los%20productos%20de%20una%20empresa>

<sup>42</sup> LOPEZ, Andy. Que son los gastos de venta y como clasificarlos. (En línea). En. (Colombia)(S.F.). (consultada: 13, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.tiendanube.com/blog/mx/gastos-de-venta/>

Tabla 42. Nómina del Área de Ventas

<b>NOMINA DE VENTAS</b>							
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>AUXILIO TRANSPORTE</b>	<b>TOTAL DEVENGADO</b>	<b>SALUD 4%</b>	<b>PENSIÓN 4%</b>	<b>TOTAL DEDUCIDO</b>	<b>TOTAL MOD</b>
IMPULSADOR	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 1.117.172	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 1.037.172
<b>TOTAL N. VENTAS</b>	<b>\$ 1.000.000</b>	<b>\$ 117.172</b>	<b>\$ 1.117.172</b>	<b>\$ 40.000</b>	<b>\$ 40.000</b>	<b>\$ 80.000</b>	<b>\$ 1.037.172</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>\$ 12.446.064</b>

<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
CCF	4,00%	\$ 40.000
PENSIÓN	8,50%	\$ 85.000
ARL	0,522%	\$ 5.220
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 130.220</b>

<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
CESANTIAS	8,33%	\$ 93.060
INTERES A LAS CESANTIAS	1%	\$ 930
PENSIÓN	8,33%	\$ 93.060
VACACIONES	4,17%	\$ 41.700
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 228.751</b>

Entonces la proyección anual de los gastos de nómina administrativa y de ventas se realizó en base a la tasa de inflación del 7,56%, sumando su auxilio de transporte y las responsabilidades de la empresa en cuanto al pago de sus prestaciones, aporte parafiscal y seguridad social sería el siguiente:

Tabla 43. Proyección Nómina Administrativa y de Ventas

<b>PROYECCIÓN NOMINA ADMINISTRATIVA Y DE VENTAS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO MOI</b>	<b>PRESTACIONES+ APROPIACIONES+SE GURIDAD SOCIAL</b>	<b>TOTAL</b>
AÑO 1	\$ 41.754.192	\$ 14.551.867	\$ 56.306.059
AÑO 2	\$ 44.910.809	\$ 15.651.988	\$ 60.562.797
AÑO 3	\$ 48.306.066	\$ 16.835.278	\$ 65.141.344
AÑO 4	\$ 51.958.005	\$ 18.108.025	\$ 70.066.030
AÑO 5	\$ 55.886.030	\$ 19.476.992	\$ 75.363.022

### 3. Depreciación

La depreciación como menciona la página web Gerencie<sup>43</sup>Es el proceso mediante el cual se hace un reconocimiento contable y financiero en el cual hay un desgaste y pérdida del valor que sufre un bien o activo al transcurrir el tiempo.

Para la determinación se debe identificar los activos fijos para ver su vida útil tributariamente, para la empresa FIQUEBIODENAR se utiliza el método de depreciación por medio de línea recta, en el cual se debe dividir el valor de los activos fijos entre el número de años que tiene de vida útil.

<sup>43</sup> GERENCIE, ¿Qué es la depreciación? (en línea). En. (Colombia). (consultada: 2, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Tabla 44. Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS						
DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. MAQUINARIA EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	\$4.118.000	\$4.118.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
2. MUEBLES Y ENSERES	\$4.390.000	\$4.390.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
3. EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTO	\$7.980.000	\$2.530.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000

### AMORTIZACIÓN

Al igual, la amortización de los activos diferidos supone naturalmente la disminución del activo diferido, al tiempo que se debe reconocer el gasto correspondiente.

Para determinar la amortización se debe identificar los activos diferidos ya que cada uno de estos tributariamente tienen una vida útil. Para calcular la amortización anual de estos activos se utilizará el método en línea recta que consiste en dividir el valor total de cada activo fijo entre el número de años de vida útil como se muestra a continuación:

Tabla 45. Amortización

<b>DIFERIDOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>AMORTIZACION ANUAL</b>
Permisos y Licencias	\$ 624.000	5	\$ 124.800
Registro Mercantil	\$ 189.000	5	\$ 37.800
Registro Sanitario	\$ 2.466.909	5	\$ 493.382
Diseño de Marca	\$ 598.000	5	\$ 119.600
Gastos legales	\$ 924.000	5	\$ 184.800
Gastos Organizacionales	\$ 889.000	5	\$ 177.800
<b>TOTAL, INVERSIONES DIFERIDA</b>	<b>\$ 5.690.909</b>		<b>\$ 1.138.182</b>

### **CONSOLIDADO DE COSTOS Y GASTOS**

A continuación, se encuentra de manera resumida los costos y gastos de la empresa “FIQUEBIODENA” teniendo en cuentas los datos anteriores, proyectándolo con el porcentaje de crecimiento del sector aseo y cosmética en Colombia.

Tabla 46. Consolidado De Costos Y Gastos

<b>COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>PERIODO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>1. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 156.743.699</b>	<b>\$ 169.987.765</b>	<b>\$ 184.360.982</b>	<b>\$ 199.960.447</b>	<b>\$ 216.891.672</b>
1.1 Materia prima	\$ 86.416.419	\$ 94.343.743	\$ 102.998.272	\$ 112.446.715	\$ 122.761.902
1.2 Costos Indirectos de Fabricación	\$ 13.319.000	\$ 14.325.916	\$ 15.408.956	\$ 16.573.873	\$ 17.826.858
1.3 Mano de Obra Directa	\$ 57.008.280	\$ 61.318.106	\$ 65.953.755	\$ 70.939.858	\$ 76.302.912
<b>2.GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS</b>	<b>\$ 84.024.241</b>	<b>\$ 79.917.954</b>	<b>\$ 85.760.305</b>	<b>\$ 92.044.337</b>	<b>\$ 98.803.443</b>
2.1 Sueldos, prestaciones, apropiaciones y seguridad social	\$ 56.306.059	\$ 60.562.797	\$ 65.141.344	\$ 70.066.030	\$ 75.363.022
2.2 Depreciación	\$ 11.038.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
2.3 Arrendamiento	\$ 2.160.000	\$ 2.323.296	\$ 2.498.937	\$ 2.687.857	\$ 2.891.059
2.4 Servicios públicos	\$ 1.488.000	\$ 1.600.493	\$ 1.721.490	\$ 1.851.635	\$ 1.991.618
2.5 Amortización	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182
2.6 Honorarios Contador	\$ 8.400.000	\$ 9.035.040	\$ 9.718.089	\$ 10.452.777	\$ 11.243.006
2.7 Seguros	\$ 898.000	\$ 965.889	\$ 1.038.910	\$ 1.117.452	\$ 1.201.931
2.8 Publicidad	\$ 1.698.000	\$ 1.826.369	\$ 1.964.442	\$ 2.112.954	\$ 2.272.693
2.9 Mantenimiento	\$ 898.000	\$ 965.889	\$ 1.038.910	\$ 1.117.452	\$ 1.201.931
<b>COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 240.767.940</b>	<b>\$ 249.905.719</b>	<b>\$ 270.121.287</b>	<b>\$ 292.004.784</b>	<b>\$ 315.695.114</b>

**6.1.3 Cálculo y proyección de los ingresos.** Para el cálculo y proyección de ingresos, se debe iniciar calculando el precio de venta del jabón artesanal a base de fique a ofrecer, este se calcula teniendo en cuenta el costo unitario y el margen de utilidad que se desea adquirir por la venta de los jabones que para este caso es del 33,5%. El precio de venta del jabón artesanal a base de fique se obtuvo teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$PV = \frac{COSTO}{1 - MU}$$

Tabla 47. Precio de venta lote de jabón a base de fique

<b>JABÓN A BASE DE FIQUE POR LOTE</b>	
<b>LOTE (100 unds)</b>	<b>VALOR</b>
COSTO UNITARIO	\$ 126.425
MARGEN DE UTILIDAD	33,5%
<b>PRECIO DE VENTA LOTE</b>	<b>\$ 190.112</b>

Para obtener la proyección de ingresos se procede a multiplicar el precio de venta del lote (ver la tabla) por los lotes totales de la producción correspondiente al año 1 y para la proyección los años posteriores se aplica la tasa del 1,5% que corresponde al porcentaje de crecimiento del sector de aseo y cosmética en Colombia para las cantidades y la tasa de inflación del 7,56% para el precio de venta.

Tabla 48. Proyección ingresos Jabón a Base de Fique

INGRESOS PROYECTADOS							
CONCEPTO	PRECIO DE VENTA	CRECIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO	\$197.538	7,56%	\$ 212.472	\$ 228.535	\$ 245.812	\$ 264.396	\$ 284.384
LOTES	1.159	1,50%	1.176	1.194	1.212	1.230	1.248
<b>INGRESO</b>			<b>\$249.892.427</b>	<b>\$272.816.059</b>	<b>\$297.842.567</b>	<b>\$325.164.857</b>	<b>\$354.993.530</b>

**6.1.4 Identificación punto de equilibrio.** el punto de equilibrio sirve para determinar las ventas mínimas de jabones a base de fique para que la empresa no pierda, ni gane, al obtener este dato se define un punto de partida para fijar la cantidad de jabones a vender. Para calcular el punto de equilibrio se detallaron los costos en los que se va a incurrir y clasificarlos en costos fijos y costos variables, teniendo en cuenta los ingresos de los jabones artesanales a base de fique a obtener.

Los Costos Fijos: Según Gonzales son aquellos que se realizan invariablemente en todas las entidades o negocios, se tengan o no ingresos por la venta de productos y/o servicios que brindan. Dichos gastos no son “sensibles” a los cambios (aumento y/o disminución) de la actividad que en la organización se presenten”<sup>44</sup>

Los Costos Variables: Según Romina afirma que “Como su nombre lo indica, los costos variables son aquellos pagos que dependen directamente del nivel de productividad de la empresa o negocio, son directamente proporcionales, es decir: a mayor productividad, mayor costo variable, y a menor productividad, menor costo variable”<sup>45</sup>.

Para calcular el punto de equilibrio para la producción y comercialización de jabones a base de fique se tomó la siguiente formula:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{(\text{PRECIO DE VENTA} - \text{COSTOS VAR. UNITARIO})}$$

---

<sup>44</sup> GONZALES ALMARAZ, Roberto. Costos fijos y costos variables para la determinación del punto de equilibrio. (En línea). En. (Colombia). 02, julio, 2018 (consultada: 10, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.soyconta.com/costos-fijos-y-costos-variables-para-la-determinacion-del-punto-de-equilibrio/>

<sup>45</sup> MAEJO, Romina. ¿Qué es costo fijo y costo variable?. (En línea). En. (Colombia). 23, noviembre, 2021 (consultada: 10, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.nubox.com/empresas/que-es-costo-fijo-y-costo-variable>

Tabla 49. Costos Fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>					
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 71.848.059	\$ 77.279.772	\$ 83.122.123	\$ 89.406.155	\$ 96.165.261
DEPRECIACIÓN	\$ 11.038.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
AMORTIZACIÓN	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 84.024.241</b>	<b>\$ 79.917.954</b>	<b>\$ 85.760.305</b>	<b>\$ 92.044.337</b>	<b>\$ 98.803.443</b>

Tabla 50. Costos Variables

<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MATERIA PRIMA	\$ 86.416.419	\$ 94.343.743	\$ 102.998.272	\$ 112.446.715	\$ 122.761.902
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 57.008.280	\$ 61.318.106	\$ 65.953.755	\$ 70.939.858	\$ 76.302.912
COSTOS INDIRECTOS FABRICACIÓN	\$ 13.319.000	\$ 14.325.916	\$ 15.408.956	\$ 16.573.873	\$ 17.826.858
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 156.743.699</b>	<b>\$ 169.987.765</b>	<b>\$ 184.360.982</b>	<b>\$ 199.960.447</b>	<b>\$ 216.891.672</b>

Tabla 51. Valores para sacar el punto de equilibrio

<b>DATOS PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
COSTOS FIJOS	\$ 84.024.241
PRECIO UNITARIO	\$ 190.112
COSTO UNITARIO	\$ 126.425

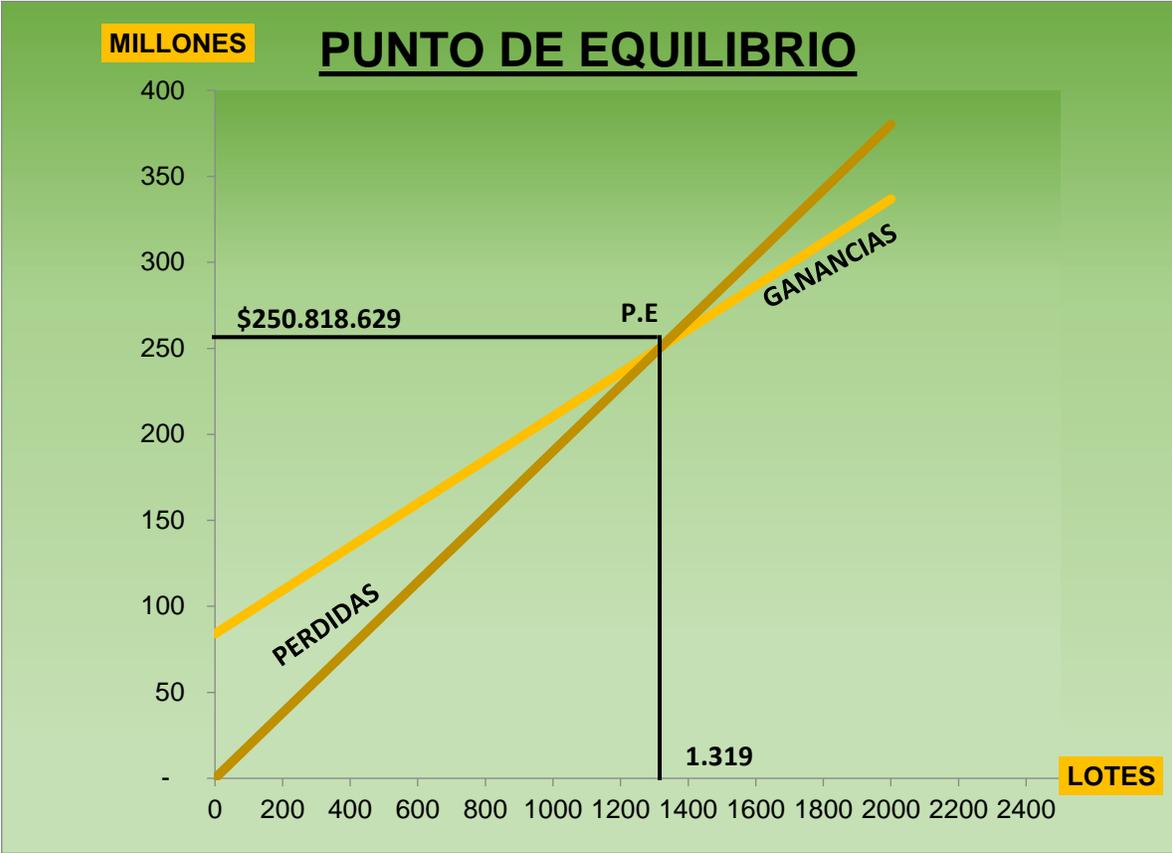
Tabla 52. Punto de equilibrio en pesos.

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS \$</b>	
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>	COSTOS FIJOS
	$1 - (\text{COSTO VAR. UNITARIO} / \text{PRECIO DE VENTA})$
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>	\$ 84.024.241
	$1 - (\$126.425 / \$197.538)$
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>	\$ 84.024.241
	1 \$ 126.425 \$ 190.112
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>	\$ 84.024.241
	0,34
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>	<b>\$ 250.818.629</b>

Tabla 53. Punto de equilibrio en lotes.

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN LOTES</b>	
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN Q</b>	COSTOS FIJOS
	PRECIO DE VENTA - COSTOS VARIABLES UNIT
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN Q</b>	\$ 84.024.241
	\$197.538 - \$126.425
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN Q</b>	\$ 84.024.241
	\$ 190.112 - \$ 126.425
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN Q</b>	<b>1.319</b>

Gráfico 33. Punto de equilibrio de FIQUEBIODENAR S.A.S.



**6.1.5 Estados Financieros.** La empresa FIQUEBIODNAR S.A.S se constituirá como persona jurídica y deberá llevar la contabilidad conforme a las disposiciones legales vigentes, las cuales constituyen una representación estructurada de la situación económica y financiera de la misma, aparte de permitir evidenciar los resultados económicos obtenidos en el desarrollo de las actividades de la empresa durante un periodo; esta información ayudará a la toma de decisiones sobre la empresa con los diferentes usuarios donde esté presente la información contable como: los proveedores, inversionistas, entidades financieras o entes gubernamentales.

Los registros contables de la entidad deberán estar establecidos en los libros de contabilidad, estos servirán para realizar debidamente los estados financieros.

A continuación, se da a conocer el Balance General y el Estado De Resultados con una proyección de 5 años. Para realizar la proyección de los estados financieros de la empresa FIQUEBIODNAR S.A.S., se tomó como base la tasa de inflación del 7,56 %.

**6.1.5.1 Balance General.** El balance general o Estado de Situación Financiera, permite identificar los bienes con los que cuenta la empresa, las obligaciones financieras y el patrimonio de la misma como las fuentes de financiación, donde se busca tener un funcionamiento de la empresa eficiente y eficaz.

Para realizar la apertura de la empresa FIQUEBIODNAR S.A.S, se debe basar en los aportes sociales que son registrados en el patrimonio y de la misma manera hacen parte del efectivo y equivalente que posee el negocio para la puesta en marcha del mismo.

Tabla 54. Estado de la Situación Financiera Inicial.

<b>FIQUEBIODNAR S.A.S.</b>	
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL</b>	
<b>AÑO BASE</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTE</b>	
CAJA	\$ 17.655.237
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 17.655.237</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	
MAQUINARÍA, EQUIPO Y HERRAMIENTA	\$ 4.118.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.390.000
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	\$ 7.980.000
<b>TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>\$ 16.488.000</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>	
PRE – OPERATIVOS	\$ 5.690.909
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 22.178.909</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 39.834.146</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
<b>ACCIONES</b>	<b>\$ 39.834.146</b>
APOORTE SOCIO 1	\$ 13.278.049
APOORTE SOCIO 2	\$ 13.278.049
APOORTE SOCIO 3	\$ 13.278.049
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 39.834.146</b>

Como se puede observar en el Balance General Inicial, los activos corrientes corresponden a un valor de \$17.655.237; las inversiones en compra de planta y equipo por un valor de \$16.488.000; diferidos por un valor de \$5.690.909.

La empresa no contara con obligaciones financieras o pasivos porque apenas se está iniciando la actividad económica, por lo cual el total del patrimonio es igual a \$ 39.834.146.

Tabla 55. Balance General Proyectado.

<b>FIQUEBIODNAR S.A.S.</b>					
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO</b>					
<b>A 1 DE ENERO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>					
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>					
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTE</b>					
CAJA	\$ 3.953.352	\$ 4.301.070	\$ 4.687.172	\$ 5.115.672	\$ 5.590.984
BANCOS	\$75.113.691	\$81.720.326	\$ 89.056.275	\$97.197.761	\$106.228.700
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$79.067.044</b>	<b>\$86.021.396</b>	<b>\$ 93.743.448</b>	<b>\$102.313.432</b>	<b>\$111.819.684</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>					
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>					
MAQUINARÍA, EQUIPO Y HERRAMIENTA	\$ 4.118.000	\$4.118.000	\$4.118.000	\$4.118.000	\$4.118.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.390.000	\$4.390.000	\$4.390.000	\$4.390.000	\$4.390.000
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	\$ 7.980.000	\$7.980.000	\$7.980.000	\$7.980.000	\$7.980.000
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$11.038.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000	\$1.500.000
<b>TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>\$ 5.450.000</b>	<b>\$14.988.000</b>	<b>\$14.988.000</b>	<b>\$14.988.000</b>	<b>\$ 14.988.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$5.450.000</b>	<b>\$14.988.000</b>	<b>\$14.988.000</b>	<b>\$14.988.000</b>	<b>\$ 14.988.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$84.517.044</b>	<b>\$101.009.396</b>	<b>\$108.731.448</b>	<b>\$117.301.432</b>	<b>\$ 126.807.684</b>
<b>PASIVOS</b>					

<b>PASIVOS CORRIENTES</b>					
SEGURIDAD SOCIAL	\$11.048.400	\$11.883.659	\$12.782.064	\$13.748.388	\$ 14.787.766
PRESTACIONES SOCIALES	\$17.975.863	\$19.334.838	\$20.796.552	\$22.368.771	\$ 24.059.850
IMPUESTO DE RENTA	\$2.277.112	\$6.979.827	\$8.527.207	\$10.278.708	\$ 12.257.754
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$31.301.375</b>	<b>\$38.198.324</b>	<b>\$42.105.823</b>	<b>\$46.395.867</b>	<b>\$ 51.105.369</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$31.301.375</b>	<b>\$38.198.324</b>	<b>\$42.105.823</b>	<b>\$46.395.867</b>	<b>\$ 51.105.369</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL SOCIAL	\$39.834.146	\$39.834.146	\$39.834.146	\$39.834.146	\$ 39.834.146
RESERVA LEGAL	\$422.892	\$1.296.254	\$1.583.624	\$1.908.903	\$ 2.276.440
UTILIDADES O PERDIDAS DEL EJERCICIO	\$3.806.030	\$11.666.282	\$14.252.618	\$17.180.126	\$ 20.487.960
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$44.063.069</b>	<b>\$52.796.682</b>	<b>\$55.670.389</b>	<b>\$58.923.175</b>	<b>\$ 62.598.546</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$75.364.444</b>	<b>\$90.995.006</b>	<b>\$97.776.211</b>	<b>\$105.319.042</b>	<b>\$113.703.915</b>

La anterior tabla muestra el comportamiento del Estado de la Situación Financiera en una proyección de 5 años donde se evidencia incrementos en los activos, ya hay rubros en los pasivos, resultado del desarrollo de la producción y comercialización de jabones a base de fique y finalmente el patrimonio con el que cuenta la empresa donde se evidencia incrementos favorables para el resultado económico de FIQUEBIODNAR S.A.S.

**6.1.5.2 Estado de Resultados.** El estado de resultados presenta de forma detallada las partidas de costos y gastos, que permiten evidenciar la eficiencia y eficacia de las políticas utilizadas por la administración las cuales corresponden al periodo vigente, además de las utilidades o pérdidas que puede generar las operaciones de la empresa.

A continuación, la empresa FIQUEBIODNAR S.A.S. presenta su estado de resultados individual que se encuentra proyectado con la tasa de inflación del 7,56%.

Tabla 56. Estado De Resultados Proyectado

<b>FIQUEBIODNAR S.A.S.</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS INDIVIDUAL</b>					
<b>DEL 1 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 240.497.975	\$262.559.816	\$286.645.478	\$312.940.614	\$341.647.909
(-) COSTOS DE VENTA	\$ 156.743.699	\$169.987.765	\$184.360.982	\$199.960.447	\$216.891.672
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 83.754.276</b>	<b>\$92.572.051</b>	<b>\$102.284.496</b>	<b>\$112.980.168</b>	<b>\$124.756.237</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>					
DE PERSONAL	\$ 56.306.059	\$ 60.562.797	\$ 65.141.344	\$ 70.066.030	\$ 75.363.022
DEPRECIACIÓN	\$ 11.038.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
AMORTIZACIÓN	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182
UTILES Y PAPELERIA	\$ 1.498.000	\$ 1.611.249	\$ 1.733.059	\$ 1.864.078	\$ 2.005.003
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 1.024.000	\$ 1.101.414	\$ 1.184.681	\$ 1.274.243	\$ 1.370.576
SERVICIOS PÚBLICOS	\$ 1.488.000	\$ 1.600.493	\$ 1.721.490	\$ 1.851.635	\$ 1.991.618
ARRENDAMIENTO	\$ 2.160.000	\$ 2.323.296	\$ 2.498.937	\$ 2.687.857	\$ 2.891.059
MANTENIMIENTO	\$ 898.000	\$ 965.889	\$ 1.038.910	\$ 1.117.452	\$ 1.201.931
PUBLICIDAD	\$ 1.698.000	\$ 1.826.369	\$ 1.964.442	\$ 2.112.954	\$ 2.272.693
<b>(-) TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$ 77.248.241</b>	<b>\$ 72.629.688</b>	<b>\$ 77.921.046</b>	<b>\$ 83.612.431</b>	<b>\$ 89.734.084</b>
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 6.506.035</b>	<b>\$ 19.942.362</b>	<b>\$ 24.363.450</b>	<b>\$ 29.367.737</b>	<b>\$ 35.022.153</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>\$ 6.506.035</b>	<b>\$ 19.942.362</b>	<b>\$ 24.363.450</b>	<b>\$ 29.367.737</b>	<b>\$ 35.022.153</b>
IMPUESTO DE RENTA (35%)	\$ 2.277.112	\$ 6.979.827	\$ 8.527.207	\$ 10.278.708	\$ 12.257.754
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA</b>	<b>\$ 4.228.923</b>	<b>\$ 12.962.536</b>	<b>\$ 15.836.242</b>	<b>\$ 19.089.029</b>	<b>\$ 22.764.399</b>
RESERVA LEGAL (10%)	\$ 422.892	\$ 1.296.254	\$ 1.583.624	\$ 1.908.903	\$ 2.276.440
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 3.806.030</b>	<b>\$ 11.666.282</b>	<b>\$ 14.252.618</b>	<b>\$ 17.180.126</b>	<b>\$ 20.487.960</b>

**6.1.5.3 Flujo de fondos.** El siguiente flujo de caja presenta los movimientos de ingresos y egresos dentro de la empresa FIQUEBIODNAR S.A.S para conocer la cantidad de capital existente al finalizar cada año.

Tabla 57. Flujo de fondo inicial

<b>FIQUEBIODNAR S.A.S.</b>	
<b>FLUJO DE FONDOS INICIAL</b>	
<b>A 1 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE</b>	
<b>SALDO INICIAL DEL EFECTIVO</b>	
<b>INGRESOS</b>	
APORTES SOCIALES	\$ 39.834.146
VENTAS DE CONTADO	
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 39.834.146</b>
<b>EGRESOS</b>	
PRE- OPERATIVOS	-\$ 5.690.909
INVERSIONES FIJAS	-\$ 16.488.000
COSTOS PRODUCTIVOS	
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	
PRESTACIONES, APROPIACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL	
SERVICIOS PUBLICOS	
PUBLICIDAD	
UTILES Y PAPELERIA	
ARRENDAMIENTO	
ELEMENTOS DE ASEO	
SEGUROS	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ -</b>
<b>SALDO DISPONIBLE</b>	<b>\$ 39.834.146</b>

Tabla 58. Proyección Flujo de fondo

<b>FIQUEBIODNAR S.A.S.</b>					
<b>FLUJO DE FONDOS PROYECTADO</b>					
<b>DEL 1 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
VENTAS DE CONTADO	\$ 240.497.975	\$262.559.816	\$286.645.478	\$312.940.614	\$341.647.909
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 240.497.975</b>	<b>\$262.559.816</b>	<b>\$286.645.478</b>	<b>\$312.940.614</b>	<b>\$341.647.909</b>
<b>EGRESOS</b>					
COSTOS PRODUCTIVOS	\$156.743.699	\$169.987.765	\$184.360.982	\$199.960.447	\$216.891.672
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	\$ 41.754.192	\$44.910.809	\$48.306.066	\$51.958.005	\$55.886.030
PRESTACIONES, APROPIACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL	\$ 14.551.867	\$15.651.988	\$16.835.278	\$18.108.025	\$19.476.992
HONORARIOS	\$ 8.400.000	\$9.035.040	\$ 9.718.089	\$10.452.777	\$11.243.006
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 1.488.000	\$1.600.493	\$1.721.490	\$1.851.635	\$1.991.618
PUBLICIDAD	\$ 1.698.000	\$1.826.369	\$1.964.442	\$2.112.954	\$2.272.693
UTILES Y PAPELERIA	\$ 998.000	\$1.073.449	\$1.154.602	\$1.241.889	\$1.335.776
ARRENDAMIENTO	\$ 2.160.000	\$2.323.296	\$2.498.937	\$2.687.857	\$2.891.059
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 698.000	\$750.769	\$807.527	\$868.576	\$ 934.240
SEGUROS	\$ 898.000	\$965.889	\$1.038.910	\$1.117.452	\$ 1.201.931
IMPUESTO DE RENTA	\$ 2.277.112	\$6.979.827	\$8.527.207	\$10.278.708	\$12.257.754
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$231.666.870</b>	<b>\$255.105.693</b>	<b>\$276.933.531</b>	<b>\$300.638.324</b>	<b>\$326.382.772</b>
<b>SALDO DISPONIBLE</b>	<b>\$8.831.105</b>	<b>\$ 7.454.123</b>	<b>\$ 9.711.947</b>	<b>\$ 12.302.291</b>	<b>\$ 15.265.137</b>

## 6.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

Según Profima “Esta evaluación permite no sólo conocer los montos de inversión del proyecto, sino también sus costos asociados, para identificar unos niveles de precios que permitan definir metas de ingresos o ventas. Y lo más importante: permite estimar la capacidad de éste de generar riqueza o valor a los inversionistas”<sup>46</sup>.

De esta manera la evaluación financiera permite identificar el comportamiento y la sostenibilidad que puede tener la empresa FIQUEBIODNAR S.A.S en un tiempo determinado, es decir, se encarga de juzgar el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar una rentabilidad. Además, permite establecer los posibles riesgos, para de la misma manera poder tomar decisiones para minimizarlos. Así pues, es fundamental que en toda iniciativa de inversión se realice una evaluación financiera, principalmente para que los inversionistas determinen si el proyecto o la inversión será rentable o no.

Se analiza la información obtenida en los anteriores estados financieros a través de indicadores de rentabilidad como EL VPN, TIR y RBC, los cuales son positivos, determinando que la empresa si es rentable, es decir que por la inversión inicial si se logran beneficios económicos

**6.2.1 Valor presente neto (VPN).** Gasbarrino afirma que “El valor presente neto (VPN) es el valor de los flujos de efectivo proyectados, descontados al presente. Es un método de modelado financiero utilizado por los contadores para la elaboración de presupuestos de capital y por analistas e inversores para evaluar la rentabilidad de las inversiones y proyectos propuestos”<sup>47</sup>.

De esta manera el VPN es una herramienta que sirve como indicador de medida para determinar la viabilidad de una inversión o un proyecto en términos de rentabilidad o ganancia.

Para su cálculo se tiene en cuenta los siguientes criterios:

Si  $VPN > 0$ , es viable financieramente por cuanto a pesos de hoy los ingresos superan a los egresos.

Si  $VPN < 0$ , el proyecto no es viable financieramente por cuanto, a pesos de hoy, los egresos superan a los ingresos.

---

<sup>46</sup> PROFIMA. Evaluación financiera de proyectos (En línea). En. (Colombia). 12, marzo, 2018 (consultada: 10, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.profima.co/blog/finanzas-corporativas/39-evaluacion-financiera-de-proyectos>

<sup>47</sup> GASBARRINO, Stefano. Valor presente neto: qué es y cómo se calcula (En línea). En. (Colombia). 24, marzo, 2022 (consultada: 10, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto>

Si VPN = 0, la decisión, significa que el proyecto es de indiferencia.

## CALCULO DE LA TIO

Para el cálculo de la TIO se tomó la tasa de interés del DTF que se encuentra en 11,23%<sup>48</sup> (Deposito termino fijo) a término de 90 días y una prima de riesgo donde se tomó la inflación anual de diciembre de 2023 del 7,56%<sup>49</sup>.

Tabla 59. Cálculo de TIO

TIO	
DTF	11,23%
P.R INFLACIÓN	7,56%
TIO =	$(1+DTF)*(1+INFLACIÓN) - 1$

$$\text{TIO} = (1+11,23%)*(1+0,0756%) - 1$$

$$\text{TIO} = 20\%$$

A continuación, la empresa presenta el flujo neto de efectivo y el costo de capital, los cuales se tomarán como base para la tasa de oportunidad para el respectivo cálculo del valor presente neto.

<sup>48</sup> BANCO DE LA REPUBLICA. Tasas de captación semanales y mensuales (En línea). En. (Colombia). S.f (consultada: 19, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-captacion-semanales-y-mensuales>

<sup>49</sup> BECERRA, Brayan. Analistas financieros aumentaron su proyección de inflación (En línea). En. (Colombia). 15, septiembre, 2022 (consultada: 19, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica <https://www.larepublica.co/economia/los-analistas-financieros-aumentaron-proyeccion-de-inflacion-a-11-22-para-este-ano-3448267#:~:text=Los%20analistas%20proyectan%20que%20en,seg%C3%BAn%20pron%C3%B3sticos%20de%20los%20analistas.>

Tabla 60. Flujo de producción

FLUJO DE PRODUCCION					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO PROYECTADA	\$ 3.806.030	\$ 11.666.282	\$ 14.252.618	\$ 17.180.126	\$ 20.487.960
MAS DEPRECIACIÓN	\$ 11.038.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
MAS AMORTIZACIÓN	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182	\$ 1.138.182
MAS RESERVA LEGAL	\$ 422.892	\$ 1.296.254	\$ 1.583.624	\$ 1.908.903	\$ 2.276.440
<b>FLUJO DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 16.405.105</b>	<b>\$ 15.600.717</b>	<b>\$ 18.474.424</b>	<b>\$ 21.727.211</b>	<b>\$ 25.402.581</b>

Tabla 61. Flujo de inversión

FLUJO DE INVERSIÓN						
CONCEPTO	AÑO 0 (INVERSIÓN)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS FIJOS	\$ 16.488.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DIFERIDOS	\$ 5.690.909	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 17.655.237	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 39.834.146</b>	<b>\$ -</b>				

Tabla 62. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 16.405.105	\$ 15.600.717	\$ 18.474.424	\$ 21.727.211	\$ 25.402.581
FLUJO DE INVERSIÓN	-\$ 39.834.146	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 39.834.146</b>	<b>\$ 16.405.105</b>	<b>\$ 15.600.717</b>	<b>\$ 18.474.424</b>	<b>\$ 21.727.211</b>	<b>\$ 25.402.581</b>

El flujo de efectivo se calculará a partir de la utilidad que se estableció en el estado de resultados; de esta manera se pueden realizar las depuraciones, para luego llegar al saldo final del efectivo.

Tabla 63. Valor presente neto (VPN)

<b>VALOR PRESENTE NETO (VPN)</b>					
<b>VPN= (TIO)</b>	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5
	(1+i)	(1+i) ^2	(1+i) ^3	(1+i) ^4	(1+i) ^5
<b>VPN= (20%)</b>	\$ 16.405.105	\$ 15.600.717	\$ 18.474.424	\$ 21.727.211	\$ 25.402.581
	(1+0,20)	(1+0,20) ^2	(1+0,20) ^3	(1+0,20) ^4	(1+0,20) ^5
<b>VPN= (20%)</b>	\$ 13.670.920	\$ 10.833.831	\$ 10.691.218	\$ 10.478.014	\$ 10.208.728
<b>VPN= (20%)</b>	\$ 55.882.712		(-)	\$ 39.834.146	
<b>VPN= (20%)</b>	<b>\$ 16.048.565</b>				

El valor presente neto de la empresa FIQUEBIODNAR S.A.S. es de \$ 16.048.565, a una tasa de oportunidad del 20% en los 5 años proyectados.

**6.2.2 Tasa interna de retorno (TIR).** Según Fernández “La TIR es un indicador de rentabilidad de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. Realizando el cálculo de la tasa interna de rentabilidad de diferentes proyectos se facilita la toma de decisiones sobre la inversión a realizar”<sup>50</sup>.

La TIR es fundamental en la inversión a realizar, pues esta permite conocer de manera relativa la rentabilidad de la empresa, hay que resaltar que solo cuando la TIR es superior a la tasa de oportunidad o al costo del capital del proyecto, este será viable. A continuación, se determina la TIR para la empresa.

Tabla 64. Tasa interna de retorno (TIR).

INGRESOS					
INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$39.834.146	\$16.405.105	\$15.600.717	\$18.474.424	\$21.727.211	\$25.402.581
TIR					36%

La tasa interna de retorno es del 36%, supera a la TIO que es del 20%, esto significa que el proyecto es viable financieramente; pues a esta tasa de interés se compensa el costo de oportunidad.

---

<sup>50</sup> FERNÁNDEZ, José Ramon. Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula? (En línea). En. (Colombia). 23, noviembre, 2021 (consultada: 11, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>

**6.2.3 Relación beneficio costo (RBC).** Leyton afirma que “La relación Beneficio-Costo (B/C) permite comparar los beneficios (ventas) versus todos los costos (gastos) asociados a un proyecto, en el ejemplo en Excel se utiliza como una herramienta financiera para la planeación empresarial, ayudando a determinar si existe ganancia o pérdida en una inversión”<sup>51</sup>.

Es necesario tener claro las condiciones de este indicador, las cuales son:

- Si la relación beneficio costo es > 1 el proyecto es viable financieramente
- Si la relación beneficio costo es < 1 el proyecto debe ser rechazado porque está generando sumas menores a pesos de hoy
- Si la relación beneficio costo es = 1, el criterio es de indiferencia

Para calcular este indicador, se debe tener en cuenta el valor presente neto y la inversión inicial, una vez sean identificados estos valores se procede a aplicar la siguiente fórmula:

$$RB/C = \frac{VPN1}{VPNE}$$

Tabla 65. Relación beneficio costo (RB/C)

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO (RB/C)	
RB/C=	\$ 48.474.391
	\$ 39.834.146
RB/C=	1,22

Para que la Relación Beneficio Costo sea favorable este valor debe ser igual o mayor que 1. En este caso la empresa arroja un resultado de 1.22 lo cual quiere decir que por cada peso que se invierte se genera 0.82 de beneficio lo cual quiere decir que el proyecto es viable financieramente, ya que le genera rentabilidad.

<sup>51</sup> UCAÑÁN LEYTON, Roger. Relación Beneficio Costo (B/C) (En línea). En. (Colombia). 23, noviembre, 2021 (consultada: 11, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: [https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/#:~:text=La%20relaci%C3%B3n%20Beneficio%2DCosto%20\(B,o%20p%C3%A9rdida%20en%20una%20inversi%C3%B3n.](https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/#:~:text=La%20relaci%C3%B3n%20Beneficio%2DCosto%20(B,o%20p%C3%A9rdida%20en%20una%20inversi%C3%B3n.)

## **7. IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES INCIDENCIAS**

Al crear una idea que se desarrolla en plan de negocios no solo es para generar rentabilidad o satisfacer las necesidades propias de los dueños de la empresa, sino para satisfacer las necesidades que se presenta en la sociedad, se busca con el plan de negocios satisfacer estas necesidades y dar un beneficio a las personas que lo requieran. Con esta evaluación realizada surge la idea de hacer un plan de negocios de jabón a base de fique.

Para el planteamiento y realización de este plan de negocios, es indispensable tener en cuenta las posibles incidencias del proyecto en una comunidad en general, es por esto, que es primordial realizar un análisis sobre los posibles impactos que se pueden generar a nivel económico, social y ambiental dentro del lugar que se ha seleccionado para el desarrollo y ejecución del mismo, ya que se quiere es generar una estabilidad en el lugar de desarrollo del proyecto y no afectar el medio ambiente con desechos que se pueden generar por elaborar este producto.

### **7.1 INCIDENCIAS ECONÓMICAS**

De acuerdo a la información financiera generada en el desarrollo de el plan de negocios y a su respectivo análisis, se puede conocer el impacto económico que se obtendría mediante su ejecución enfocado en el sector agrícola del departamento de Nariño, ya que se desea impulsar el restablecimiento del cultivo de fique en los diferentes municipios de la región, actividad que a través del tiempo se ha ido debilitando por utilizar productos que generan mayor rentabilidad a menor costo y de igual manera contaminan el ambiente por ser utilizados.

Debido a esto los campesinos han optado por buscar otras alternativas de trabajo, es por ello, que con el proyecto se desea contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los campesinos de este sector, con la generación de trabajo directo e indirecto en la producción jugo de fique como una actividad económica productiva y rentable, de igual forma en la elaboración de jabones a base de este jugo.

### **7.2 INCIDENCIAS AMBIENTALES**

Es algo muy importante que se debe tener en cuenta, por eso la idea plasmada en este proyecto es con el fin de contribuir al medio ambiente ya que en este momento se generan muchos contaminantes por la elaboración de productos que reemplazan a los naturales, esto se debe a que sus costos son menores ya que son productos que se pueden elaborar con químicos o mezclas de ellos lo que representa una contaminación al medio ambiente. Claro que se debe tener en cuenta que uno de los residuos que es generado por los campesinos al obtener su materia prima que en este caso es la fibra de fique es un alto contaminante para los ríos en este caso se habla del jugo de fique, es por ello que se toma este jugo

y se lo convierte en jabones para que esta transformación no impacte de manera agresiva al medio ambiente sino al contrario ya que por los componentes que tendrá el jabón éste al contacto con el agua distorsionara las moléculas del jugo para que su impacto sea menor para el agua.

Por tal motivo el proyecto ofrece un producto ecológico y biodegradable, como son los jabones elaborados a base de jugo de fique, que además permite obtener otras ventajas para el campo, ya que al procesar la planta para la extracción de la jugó se obtiene otros subproductos, como son el bagazo y la fibra que se pueden emplear como fertilizante para las plantas y elaboración de artesanías con la fibra de fique.

### **7.3 INCIDENCIAS SOCIALES**

En el ámbito social la empresa JABONES FIQUEBIODNAR S.A.S. busca ofrecer para la ciudad de san Juan de Pasto un producto innovador, de fabricación artesanal adaptado a las necesidades y exigencias del mercado potencial en el cual hoy en día para incursionar con un producto, este debe ser innovador como por ejemplo en su variedad de tamaños, diseños y motivos que satisfagan los requerimientos de la población y que a su vez brinden comodidad y seguridad en sus compras.

De igual manera se busca generar un impacto positivo para la sociedad, colocando en el mercado un producto ecológico de excelente calidad a un bajo costo, con el propósito de que la población de San Juan de Pasto, de los diferentes estratos socioeconómicos puedan adquirirlo y de esta manera, participen de forma indirecta del mejoramiento de la ciudad.

## 8. CONCLUSIONES

Mediante la realización y análisis de los diferentes elementos que conforman el PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN BASE DE JUGO FIQUE PARA LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO, se puede concluir lo siguiente:

- Con la creación de la empresa se desea satisfacer las necesidades de las personas en especial las amas de casa las cuales utilizan varios productos para lavar la ropa y estos contienen químicos que contaminan el medio ambiente.
- La empresa debe estar bien estructurada mediante manuales, organigramas para llevar a cabo el desarrollo de actividades.
- El proyecto ofrece un producto ecológico, biodegradable como una alternativa viable e innovadora en el mercado nariñense para minimizar el uso de jabones elaborados con productos químicos.
- Por medio de los estudios realizados en la ciudad de San Juan de Pasto y los datos obtenidos, ha sido posible identificar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los distintos factores de riesgo y las medidas necesarias para enfrentar situaciones que afecten el funcionamiento óptimo de la empresa.
- La creación de la empresa FIQUEBIODNAR S.A.S. genera un impulso a la economía de la región, incentivando el cultivo de fique como una actividad rentable que beneficie en su mayoría al sector campesino, mejorando sus condiciones y calidad de vida, ya que el cultivo de fique no requiere de mucha inversión y esfuerzo, puesto que es una planta que se adapta fácilmente a las diferentes condiciones climáticas.
- Mediante la evaluación de impactos derivados del proyecto a nivel, ambiental económico y social en el departamento de Nariño, demuestran que existen beneficios adicionales para la comunidad que se verán reflejados en un aumento en la empleabilidad e incentivo de la industria en la región, mejoramiento del entorno y zonas verdes, reactivación de la cadena productiva del fique.

## 9. RECOMENDACIONES.

- Buscar entidades financieras u organizaciones que apoyen los proyectos de emprendimiento, tales como: entidades bancarias, entidades públicas, fondo emprender entre otros, para poder ejecutar el proyecto obtener la financiación requerida para la ejecución del proyecto.
- A mediano plazo se recomienda buscar nuevos mercados, que permitan generar mayor producción y rentabilidad, con ello brindar más oportunidades de empleo en las diferentes dependencias, entre ellas producción y ventas, logrando dar a conocer nuestros productos a nivel departamental y nacional.
- Crear diferentes modelos de presentación de las cajas en las cuales estarán los jabones, teniendo en cuenta gustos, preferencias y necesidades de los clientes.
- Llevar un control de costos y gastos de las diferentes áreas de la empresa, de forma periódica de tal manera, que se pueda evitar posibles desviaciones en el manejo de los recursos presupuestados.
- Realizar campañas publicitarias, haciendo uso de los diferentes medios de comunicación tales como: volantes publicitarios, radio, internet, redes sociales, con el fin de promocionar y dar a conocer el producto.
- Tener en cuenta que en la manipulación del fique se obtienen subproductos con los cuales se puede generar ingresos adicionales a la empresa.

## BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA DE NARIÑO. Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Nariño. Nariño(N). 2013. p. 122.

ANONIMO, Costos. En: (s.l). (s.f). (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica:  
<https://www.members.tripod.com/aromaticas/Costos.htm#:~:text=La%20determinaci%C3%B3n%20de%20costos%20permite,en%20que%20incurre%20la%20empresa.>

BIODISEÑOS REFIMAX. Historia del Fique en Colombia (en línea). En: Biodiseños refimax (Colombia): 28, agosto, 2009. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:  
<http://refimax.blogspot.com/2009/08/historia-del-fique-en-colombia.html>.

CARTILLA TÉCNICA DEL CULTIVO DEL FIQUE. Fenalfique (en línea). En: Ministerio de Agricultura(Colombia): 2019. (consultada: 18, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:  
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Fique/Normatividad/2019-06-30%20Cartilla%20T%C3%A9cnica%20del%20Cultivo%20del%20Fique.pdf>

CENTRALES ELÉCTRICAS DE NARIÑO S.A. E.S.P. (CEDENAR). Número de familias según estrato socioeconómico. San Juan de Pasto. 2015.

CENTRO DE EDUCACIÓN AMBIENTAL CASA DE CAMPO. Historia del jabón. (en línea). En: Centro de educación ambiental casa de campo (España): 01, marzo, 2020. (consultada: 4, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:  
<https://diario.madrid.es/cieacasadecampo/wp-content/uploads/sites/61/2020/03/Anexo-1-Historia-del-Jab%C3%B3n.pdf>

CERTUS. ¿Cómo asignar un precio? Estrategias de fijación de precios (en línea). En: CERTUS.COM (Colombia). 24, marzo, 2020 (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.certus.edu.pe/blog/estrategias-fijacion-precios/>

CHEMICAL SAFETY FACTS, Surfactantes (en línea). En: Chemical safety facts (Colombia): s.f. (consultada: 12, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.chemicalsafetyfacts.org/es/temas-de-quimica-y-videos/>

COLMENARES GARCIA, Mauricio Y CASTELLANO CORREDOR, María Cristina. Evaluación del efecto sanitizante de un extracto biodegradable obtenido de la especie Solanum marginatum, de uso etnobotánico en Boyacá (en línea). En:

Scielo (Colombia): 01, septiembre, 2010. (consultada: 14, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-24742011000100002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-24742011000100002).

CONGRESO DE COLOMBIA. "POR MEDIO DEL CUAL SE IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA" (en línea). En: Congreso de la república (Colombia): 31, diciembre, 2020. (consultada: 21, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf> p. 29.

FIQUEAO. Hablemos del FIQUE (en línea). En: fiqueao (Colombia): 5, junio, 2013. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <http://fiqueao.blogspot.com/2013/06/hablemos-del-fique.html>.

FISTERRA. Determinación del tamaño muestral (en línea). En: s.l : 01, diciembre, 2010 (consultada: 08, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.fisterra.com/formacion/metodologia-investigacion/determinacion-tamano-muestral/#>

GREEN VITA. ¿Qué impacto tiene el uso de jabones y detergentes en el medio ambiente (en línea)? En: Green vita healthy kitchen (Colombia): 9, septiembre, 2019. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://greenvita.com/blog/index.php/que-impacto-ambiental-tiene-el-uso-de-jabones-y-detergentes-para-el-medio-ambiente/>

Ibid, <https://www.fisterra.com/formacion/metodologia-investigacion/determinacion-tamano-muestral/#>

Ibid, <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-marketing.html>

Ibid., <https://fenalfique.com/wp-content/uploads/2019/06/cartilla-fique-2019.pdf>.

Ibid., <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/maquina-que-extrae-fibra-jugo-y-bagazo-del-fique-recibe-patente-de-utilidad-por-parte-de-la-sic>

Ibid., [www.minagricultura.gov.co/~/media/Ministerio/Direcciones/Documentos/PDEA/2527s%2520Aprobados/PDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751](http://www.minagricultura.gov.co/~/media/Ministerio/Direcciones/Documentos/PDEA/2527s%2520Aprobados/PDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751)

LLAMAS, Jonathan. Gastos de administración. (En línea). En: (Colombia). (consultada: 3, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/gastos-de-administracion.html>

MCGRAW HILL INTERAMERICANA. Metodología de la investigación, citado por HERNÁNDEZ, Roberto. Enfoque cualitativo y cuantitativo (en línea). En: Portafolio académico (Colombia): s.f. (consultada: 30, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-herandez-sampieri/>

MERCADO, Ariel. Uso excesivo de jabones y detergentes en Colombia como contaminantes del agua (en línea). En: Monografías (Colombia): 2, junio de 2008. (consultada: 21, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.monografias.com/trabajos99/uso-excesivo-jabones-y-detergentes-colombia-como-contaminantes-agua/uso-excesivo-jabones-y-detergentes-colombia-como-contaminantes-agua2.shtml>

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. Bogotá: Editorial Eco ediciones, 2001, p. 81

MUÑOZ VANEGAS, Carlos Alberto. Cadena Agroindustrial del Fique (en línea). En: Ministerio de Agricultura (Colombia): 31, marzo, 2020. (consultada: 19, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Fique/Documentos/2020-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

OPCIONES. El impacto ambiental de los detergentes convencionales (en línea). En: Opción (España): noviembre, 2018. (consultada: 20, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://opcions.org/es/consumo/impacte-ambiental-dels-detergents/>

PRIETO, María. Fibra de fique (en línea). En: Lifestyle (Colombia). 22, julio, 2009. (consultada: 13, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.nuevamujer.com/bienestar/2009/07/22/fibra-de-fique.html>.

PROCOLOMBIA. El crecimiento del sector aseo y cosméticos en Colombia continúa (en línea). En: PROCOLOMBIA (Colombia). s.f. (consultada: 21, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://procolombia.co/noticias/colombia-hoy/el-crecimiento-del-sector-de-aseo-y-cosmeticos-en-colombia-continua#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20a%20nivel,USD%203.297%20millones%20en%202024>

QUIROA, Myriam. Tipos de canales de distribución. En: (Guatemala). 05 de octubre de 2020 (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-marketing.html>

RAMÍRES VELASCO, Gerardo, *et al.* Plan departamental de extensión agropecuaria: Documento técnico de formulación (en línea). En: Nariño

(Colombia): 2019. (consultada: 20, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica:

[www.minagricultura.gov.co%2Fministerio%2Fdirecciones%2FDocuments%2FPDEA%2527s%2520Aprobados%2FPDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751](http://www.minagricultura.gov.co%2Fministerio%2Fdirecciones%2FDocuments%2FPDEA%2527s%2520Aprobados%2FPDEA%2520Nari%25C3%25B1o.pdf&clen=7369751)

ROJAS CABRERA, Jhon Alexander. Plan de Desarrollo departamental: Mi Nariño en defensa de lo nuestro (en línea). En: Nariño (Colombia): 21, octubre, 2016. (consultada: 11, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://rap-pacifico.gov.co/wp-content/uploads/2020/07/Plan-de-Desarrollo-Mi-Nari%C3%B1o-en-Defensa-de-lo-Nuestro-2020-2023-2.pdf>

SÁNCHEZ GALÁN, Javier. Estrategias de marketing (en línea). En: ECONOMIPEDIA.COM (Colombia). 29, septiembre, 2015 (consultada: 26, abril, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-marketing.html>

SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN NORMATIVA. CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO (en línea). En: (Colombia), 07, junio, 1951 (consultada: 12, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Codigo/30019323>

UTADEO. Fibra, jugo y bagazo de fique recibe patente de utilidad por parte de la SIC (en línea). En: Universidad Jorge Tadeo Lozano (Colombia): 9, septiembre, 2019. (consultada: 18, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/expeditio/264566/maquina-que-extrae-fibra-jugo-y-bagazo-del-fique-recibe-patente-de-utilidad-por-parte-de-la-sic>

VIVO, Boreal. Conoce esta fibra natural y su trabajo artesanal (en línea). En: Vivo Boreal (Colombia): 6, diciembre, 2018. (consultada: 18, octubre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://vivoboreal.com/el-fique-conoce-esta-fibra-natural-y-su-trabajo-artesanal/>

## ANEXO

### UNIVERSIDAD CESMAG Facultad de Ciencias Administrativas y Contables Contaduría Pública

Plan de negocios para la fabricación y comercialización de jabón a base de fique,  
en la ciudad de San Juan de Pasto

**Objetivo:** Identificar el nivel de aceptación del jabón elaborado a base de fique en la ciudad de San Juan de Pasto.

**Dirigido a:** Mercado Potencial de San Juan de Pasto

#### 1. Razón Social

---

#### 2. Tamaño de la empresa

- Pequeña
- Mediana
- Grande

#### 3. ¿Usted trabaja con la Actividad Económica 4645 (comercio al por mayor de productos farmacéuticos y medicinales, productos botánicos, artículos de perfumería, cosméticos y jabones de tocador y jabones detergentes, además de los preparados orgánicos tenso activos) según resolución 114 de 2020?

- Si
- No

#### 4. ¿Usted comercializa jabones para el Aseo domestico?

- Si
- No

#### 5. ¿Los jabones para el aseo de la ropa que usted comercializa son?

- Barra
- Líquido

- Polvo
- Otro

6. ¿Qué marca de jabones comercializa?

- Puro
  - Rey
  - Coco
  - Top Combi
  - Otra
- ¿Cuál? \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál es la presentación de compra de su preferencia?

- Caja de 12 unidades
- Caja de 25 unidades
- Caja de 50 unidades
- Otra

8. ¿Cada cuánto tiempo realiza pedidos de jabones?

- 15 Días
- 30 Días
- 3 Meses
- 6 Meses

9. ¿Cuántos lotes (100 Uds.) de jabón en barra para el aseo doméstico pide por pedido?

- 1
- 2
- 3
- 4
- Más de 4

10. ¿Qué tipo de beneficios le ofrecen sus proveedores?

- Acceso temprano a nuevos productos
- Condiciones de pago convenientes
- Garantías

- Descuentos
- Ninguno

Otra

11. ¿Cuál es la forma de pago preferida?

- Contado
- Crédito
- Otro

12. ¿Cómo se contacta con sus proveedores?

- Llamada
- Redes Sociales
- Correo
- Presencial
- Otro

13. ¿Sabe, Conoce o ha oído hablar de la planta de fique?

- Si
- No

14. ¿Sabía usted que el fique contiene ventajas medioambientales, como ser biodegradable, Pues al descomponerse no contamina el agua lo que permite hacer una producción limpia?

- Si
- No

15. ¿Estaría usted interesado en adquirir jabones artesanales a base de fique?

- Si
- No

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un lote de 100 unidades de jabón artesanal a base de fique de 300gr?

- Entre \$160.000 y \$180.000
- Entre \$180.001 y \$200.000

- Entre \$200.001 y \$220.000
- Más de \$220.000

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

**UNIVERSIDAD CESMAG**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**Contaduría Pública**

Plan de negocios para la fabricación y comercialización de jabón a base de fique,  
en la ciudad de San Juan de Pasto

**Objetivo:** Identificar el nivel de aceptación del jabón elaborado a base de fique en la ciudad de San Juan de Pasto.

**Dirigido a:** Hogares de estrato 1, 2 y 3 de San Juan de Pasto

1. ¿Por cuantas personas está conformado su hogar?

- 1 a 2
- 3 a 5
- 6 a 8
- Mas de 8

2. ¿Qué tipo de estrato tiene su hogar?

- 1
- 2
- 3
- Otro

¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿En su hogar se utiliza jabón en barra de uso doméstico?

- Si
- No

4. ¿Utiliza cualquier marca de jabón en barra para la limpieza de la ropa?

- Si

No

5. Si la respuesta anterior es Negativa, ¿Cuál marca de Jabón prefiere?

---

6. ¿Cuántos jabones en barra utiliza aproximadamente en el transcurso del mes?

1 a 2

3 a 4

5 a 6

Más de 6

7. ¿Sabe, Conoce o ha oído hablar de la planta de fique?

Si

No

8. ¿Usted sabe que el fique contiene ventajas medioambientales, como ser biodegradable, lo cual hace que al descomponerse no se contamine el agua permitiendo con ello hacer una producción limpia?

Si

No

9. ¿Le gustaría encontrar en el mercado un jabón en barra para la limpieza de ropa con los beneficios biodegradables que tiene la planta de fique?

Si

No

Porque. \_\_\_\_\_

---

10. ¿Considera usted que el uso de jabones genera residuos contaminantes en el medio ambiente?

Si

No

Porque\_\_\_\_\_

11. ¿Estaría usted de acuerdo con la elaboración y comercialización de jabones a base de fique, como alternativa a los jabones producidos con químicos contaminantes, que normalmente se pueden encontrar en el mercado?

Si

No

Porque\_\_\_\_\_

12. ¿Estaría usted interesado en adquirir jabones artesanales a base de fique?

Si

No

13. ¿Dónde le gustaría que se encuentren disponibles los jabones en barra artesanales a base de fique?

Almacenes de cadena

Supermercados

Tiendas de barrio

Punto de venta

Otros

Cuales\_\_\_\_\_

14. En cuanto a las presentaciones del producto, ¿Qué cantidad de jabones artesanales a base de fique le gustaría que estén disponibles en el mercado?

Unidad

Pack de 2 unidades

Pack de 5 unidades

Todas las anteriores

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un jabón artesanal a base de fique?

Entre \$1800 y \$2500

Entre \$2.501 y \$3.000

- Entre \$3.001 y \$3.500
- Más de \$3.500

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el pack de 2 jabones artesanales a base de fique?

- Entre \$3.500 y \$4.500
- Entre \$4.501 y \$6.500
- Entre \$6.501 y \$7.000
- Más de \$7.000

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el pack de 5 jabones artesanales a base de fique?

- Entre \$10.000 y \$11.000
- Entre \$11.001 y \$12.000
- Entre \$12.001 y \$13.000
- Más de \$13.000

18. ¿Por cuál medio publicitario le gustaría enterarse de la existencia de los jabones artesanales a base de fique?

- Redes sociales
- Internet
- Radio
- Televisión
- Volantes, folletos, catálogos

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

 <p>UNIVERSIDAD <b>CESMAG</b> NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	<b>CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-032
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, \_\_\_\_\_ 28 de Noviembre de 2022 \_\_\_\_\_

Biblioteca  
**REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.**  
Universidad CESMAG  
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE JABON A BASE DE FIQUE EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO”**, presentado por el (los) autor(es) Edwin Adrián Arteaga Riascos, Yennifer Paola Ordoñez García, y Angie Jazmín Pantoja Andrade del Programa Académico Profesionalización Contaduría Pública al correo electrónico [trabajosdegrado@unicesmag.edu.co](mailto:trabajosdegrado@unicesmag.edu.co). Manifiesto como asesor, que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



-----  
**LUIS EDUARDO BENAVIDES PUPIALES**  
CC 1.085.264.113 de Pasto  
Programa académico: Contaduría Pública  
Teléfono de contacto: 3217640827  
Correo electrónico: [lebenavides@unicesmag.edu.co](mailto:lebenavides@unicesmag.edu.co)

 <b>UNIVERSIDAD CESMAG</b> <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</small>	<b>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-031
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

<b>INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)</b>	
<b>Nombres y apellidos del autor:</b> <u>Edwin Adrián Arteaga Riascos</u>	<b>Documento de identidad:</b> 1.085.342.204
<b>Correo electrónico:</b> <a href="mailto:riascosadri@gmail.com">riascosadri@gmail.com</a>	<b>Número de contacto:</b> 3156757572
<b>Nombres y apellidos del autor:</b> <u>Yennifer Paola Ordoñez García</u>	<b>Documento de identidad:</b> 1.084.227.789
<b>Correo electrónico:</b> <a href="mailto:paolagarcia2422@gmail.com">paolagarcia2422@gmail.com</a>	<b>Número de contacto:</b> 3168626010
<b>Nombres y apellidos del autor:</b> <u>Angie Jazmín Pantoja Andrade</u>	<b>Documento de identidad:</b> 1.085.325.307
<b>Correo electrónico:</b> <a href="mailto:angiepantoja1995@gmail.com">angiepantoja1995@gmail.com</a>	<b>Número de contacto:</b> 3117905796
<b>Nombres y apellidos del autor:</b>	<b>Documento de identidad:</b>
<b>Correo electrónico:</b>	<b>Número de contacto:</b>
<b>Nombres y apellidos del asesor:</b>	<b>Documento de identidad:</b>
<b>Correo electrónico:</b>	<b>Número de contacto:</b>
<b>Título del trabajo de grado: <u>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABÓN A BASE DE FIQUE, EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO</u></b>	
<b>Facultad y Programa Académico: <u>PROFESIONALIZACIÓN CONTADURÍA PÚBLICA</u></b>	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte

 <p>UNIVERSIDAD <b>CESMAG</b> NIT: 800.109.387-7 VIGILADA Mineducación</p>	<b>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>CÓDIGO:</b> AAC-BL-FR-031
		<b>VERSIÓN:</b> 1
		<b>FECHA:</b> 09/JUN/2022

informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

**NOTA:** En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 26 días del mes de Noviembre del año 2022

	
Nombre del autor: YENNIFER PAOLA ORDOÑEZ GARCIA	Nombre del autor: EDWIN ADRIAN ARTEAGA RIASCOS



UNIVERSIDAD  
**CESMAG**  
NIT: 800.109.387-7  
VIGILADA Mineducación

**AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO:** AAC-BL-FR-031

**VERSIÓN:** 1

**FECHA:** 09/JUN/2022

	Firma del autor
Nombre del autor: ANGIE JAZMÍN PANTOJA ANDRADE	Nombre del autor:
 Nombre del asesor: Luis Eduardo Benavides Pupiales	