

**Practica empresarial en Madoco XXI S.A.S. BIC y el Programa de Desarrollo y Paz del
Magdalena Medio**

Adriana Vanesa Reyes Berrocal

Trabajo de grado para optar por el titulo de Profesional en Negocios Internacionales

Director

Alejandro Antonio Calderón Cuervo

Master of Science Entrepreneurship

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2022

Dedicatoria

A nuestro señor Jesucristo, que es mi guía espiritual y compañía cada momento de mi vida.

A mis compañeros con quienes viví de manera directa este proceso formativo y trabajamos en equipo para alcanzar los logros deseados.

A mis profesores que han transmitido toda su experiencia, dedicación y conocimientos aptos para la vida profesional y, a mi tutor que estuvo apoyándome en cada etapa del proceso final de formación.

Y, por supuesto, el agradecimiento más recóndito va para mi familia. Sin ese apoyo hubiera sido imposible realizar este sueño, su acompañamiento y motivación me ayudaron a cumplir esta significativa meta. A mi padre Robinson y mi madre Magdalena, que con su honestidad, humildad, verraquera y pujanza campesina han trabajado fuertemente para que pudiera superar cada obstáculo; a mis hermanos que siempre comprendieron los sacrificios y me apoyaron hasta el final del proceso... esto es por ellos.

Contenido

Introducción	15
1. Justificación	16
2. Objetivos	17
2.1 Objetivo general de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC	17
2.1.1 Objetivos específicos	18
2.2 Objetivo general del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio y la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaina	18
2.2.1 Objetivos específicos	19
3. Perfiles de las empresas, estructuras organizacionales, aspectos económicos, portafolios de productos y servicios, aspectos del mercado que atienden	20
3.1 Perfil de la Empresa Madoco XXI S.A.S. BIC, estructura organizacional, aspectos económicos, portafolio de productos y servicios, aspectos del mercado que atiende.....	20
3.1.1 Razón social de la empresa.....	20
3.1.2 Objeto social de la empresa	20
3.1.3 Misión de la empresa	20
3.1.4 Visión de la empresa.....	21
3.1.5 Aspectos del mercado que atiende.....	22
3.2 Perfil del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, estructura organizacional, aspectos económicos, portafolio de productos y servicios, aspectos del mercado que atiende.....	23
3.2.1 Razón social del programa.....	23
3.2.2 Objeto social del programa	23

3.2.3 Misión	25
3.2.4 Visión.....	25
3.2.5 Portafolio de servicios del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio	26
3.3 Cargos y funciones.....	28
3.3.1 Madoco XXI S.A.S. BIC	28
1.3.2 Programa de paz y Desarrollo del Magdalena medio y la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaina	32
4. Marco conceptual y normativo utilizado para el desarrollo de las funciones desempeñadas...	44
4.1 Norma general por la cual se rige la empresa Madoco S.A.S. BIC	44
4.2 Norma general por las cual se rige el Programa de Desarrollo Y Paz del Magdalena Medio y ASOCAVIZ	46
4.2.1 ASOCAVIZ	48
5.Aportes.....	49
5.1 Aportes de Madoco XXI S.A.S. BIC a la estudiante	49
5.1.2 Aportes de la estudiante a Madoco XXI S.A.S. BIC	50
5.2 Aportes al Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio	50
5.2.1 Aportes del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio a la estudiante.....	51
6. Conclusiones	52
Referencias.....	59
Apéndices.....	63

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Informe sobre la visita realizada a Xues Chocolate Artesanal.</i>	34
Tabla 2. <i>Encuentro de comunidades campesinas para compartir saberes, sabores y semillas ..</i>	38
Tabla 3. <i>Niveles de protección contra el arco eléctrico</i>	44

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC.</i>	21
Figura 2. <i>Portafolio de productos de Madoco XXI S.A.S. BIC (apéndice 4)</i>	22
Figura 3. <i>Organigrama del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena</i>	26
Figura 4. <i>Participación en el Chocoshow</i>	41

Lista de apéndices

Apéndice 1. <i>Certificado de Cámara de comercio de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC</i>	63
Apéndice 2. <i>Razón social de Ecopetrol (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	64
Apéndice 3. <i>Certificado Cámara de Comercio del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio.</i>	65
Apéndice 4. <i>Portafolio de productos de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC</i>	66
Apéndice 5. <i>Portafolio de productos de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína (PDPMM)</i>	68
Apéndice 6. <i>¿Qué es el certificado UL? (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	68
Apéndice 7. <i>Sistema gestión de compras Madoco XXI S.A.S. BIC</i>	70
Apéndice 8. <i>Plataforma de compras independientes. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	71
Apéndice 9. <i>Confirmación de pedidos. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	72
Apéndice 10. <i>Notificación de calificación de indicadores al proveedor. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	73
Apéndice 11. <i>Empresas transportadoras con las que Madoco XXI S.A.S. BIC tiene una relación comercial</i>	74
Apéndice 12. <i>Actualización de la Hoja de vida de los proveedores de Madoco XXI S.A.S. BIC</i>	75
Apéndice 13. <i>Visita a instalaciones de XUE Chocolatearía Fina Landázuri – 21/10/2021 (PDPMM)</i>	76
Apéndice 14. <i>Maquinaria solicitada por ASOCAVIZ. (PDPMM)</i>	77
Apéndice 15. <i>Reunión con María la del Campo, imagen del gremio cacaotero en Colombia. (PDPMM)</i>	79
Apéndice 16. <i>Feria de la comunitariedad franciscana Sabores, Semillas y Saberes. (PDPMM)</i>	80

Apéndice 17. <i>Miembros del programa “Culturízate”. (PDPMM)</i>	81
Apéndice 18. <i>Curso de periodismo en la Vizcaína. (PDPMM)</i>	83
Apéndice 19. <i>Diseño del nuevo empaque para el producto “chocolate de mesa artesanal” para la participación en el Chocoshow en Bogotá. (PDPMM)</i>	84
Apéndice 20. <i>Publicidad y redes sociales. (PDPMM)</i>	85
Apéndice 21. <i>Reunión con ASOCAVIZ para la electrificación de las instalaciones y demás recursos para impulsar la asociación. (PDPMM)</i>	87
Apéndice 22. <i>Introducción del análisis de las compras realizadas por la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC en los meses de junio, julio, agosto y septiembre</i>	88
Apéndice 23. <i>Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.)</i>	90
Apéndice 24. <i>Tablas con los datos de las compras regionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	99
Apéndice 25. <i>Tablas con los datos de las compras nacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	101
Apéndice 26. <i>Tablas con los datos de las compras internacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	107
Apéndice 27. <i>Interpretación de la información de las compras locales, regionales, nacionales e internacionales en millones de pesos de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	109
Apéndice 28. <i>Sumas totales de las compras realizadas en los cuatro meses por cada sector. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	111
Apéndice 29. <i>Sumas totales por mes de todas las categorías. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	112

Apéndice 30. <i>Compras totales de insumos y servicios en todas las categorías de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)</i>	113
Apéndice 31. <i>Soporte físico de las compras realizadas por la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC en las diferentes categorías.</i>	115
Apéndice 32. <i>Propuesta de mejora para Madoco XXI S.A.S. BIC</i>	116
Apéndice 33. <i>Contacto comercial en conjunto con FEDECACAO. (PDPMM)</i>	118
Apéndice 34. <i>Relacionamiento comercial con Vioryl por medio de FEDECACAO. (PDPMM)</i>	119
Apéndice 35. <i>Información general de la empresa Vioryl S.A.S. (PDPMM)</i>	120
Apéndice 36. <i>Trabajo conjunto con Pro Barrancabermeja. (PDPMM)</i>	121
Apéndice 37. <i>Propuesta de mejora para ASOCAVIZ</i>	122

Resumen

El presente trabajo tiene como propósito transcendental dar a conocer la actividad realizada durante la práctica profesional del pregrado en Negocios Internacionales con énfasis en Relaciones Internacionales, que fue realizada en dos entidades diferentes, en primer lugar, en un periodo menor a tres meses, se participó activamente con la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC en la ciudad de Barrancabermeja Santander, específicamente en el área de comercio exterior, desempeñando el puesto de auxiliar en el área de compras tanto nacionales como internacionales, a su vez, preparando la empresa para la exportación permanentemente en un futuro. En segundo lugar, con el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio se culminó la otra mitad del periodo; con el programa la estudiante trabajó apoyando a la Asociación de cacao cultores de Vizcaína (ASOCAVIZ) en los procesos internos y externos para la comercialización de chocolatería fina, transformación del grano de cacao y la preparación para la futura exportación de los productos. Por último, se muestra el resultado de la práctica empresarial, producto de la preparación de la estudiante y acorde a las funciones asignadas en cada entidad; de igual manera, se plantean algunas recomendaciones de mejoramiento a las entidades para que obtengan un óptimo desarrollo participando en el comercio nacional e internacional.

Palabras claves: alianzas estratégicas, comercio exterior, compras, cooperación internacional, Corferías, importación, exportación, La Federación Nacional de Cacaoteros, , Pro-Barrancabermeja, Pro-Colombia

Abstract

The present work has as transcendental purpose to make known the work done during the professional practice of the degree in International Business with emphasis in International Relations. It was out in two different entities, first, in a period of less than three months she participated actively with the company Madoco XXI S.A.S. BIC in the city of Barrancabermeja Santander, specifically in the area of foreign trade, serving as an assistant in the area of both national and international purchases, in turn, preparing the company for export permanently in the future. Secondly, with the Development and Peace Program of Magdalena Medio, the student completed remaining period required to fulfill the process of the internship; with the program the student worked supporting the Association of cocoa farmers of Vizcaína (ASOCAVIZ) in internal and external processes for the marketing of fine chocolate, transformation of cocoa beans and preparation for future export of products. Finally, the result of the business practice is shown, product of the student's preparation and according to the functions assigned in each entity; likewise, some recommendations for improvement are proposed for the entities in order to obtain an optimal development and for their participation in national and international trade.

Keywords: strategic alliances, foreign trade, procurement, international cooperation, Corferias, import, export, National Federation of Cocoa Growers, macro-wheels, trade fairs, Pro-Barrancabermeja, Pro-Colombia

Glosario

Alianza: colaboración entre instituciones para alcanzar objetivos y metas comunes y acordados, por la cual se aprovechan las ventajas de cada parte y se potencia al máximo la sinergia de sus componentes. (MIPG, 2022, pág. 3)

Comercio exterior: es el conjunto de transacciones comerciales y financieras de intercambio de bienes y servicios que realiza un país en particular con otras naciones. (IEP, 2022, pág. 1)

Compra: una compra es una operación en la que se produce un intercambio. Esta se muestra en contraposición de otra operación denominada venta. En esta, el comprador adquiere un bien o servicio deseado, a cambio de una contraprestación. Dicha contraprestación puede ser monetaria, mediante dinero. Mientras que, por otro lado, también se consideraría compra mediante la entrega de otro bien o servicio, es decir, mediante el pago en especie. (Morales, 2020, pág. 1)

Cooperación internacional: acción conjunta para apoyar el desarrollo económico y social del país, mediante la transferencia de tecnologías, conocimientos, experiencias o recursos por parte de países con igual o mayor nivel de desarrollo, organismos multilaterales, organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil. También se conoce como cooperación para el desarrollo y es un concepto global que comprende diferentes modalidades de ayuda que fluyen hacia los países de menor desarrollo relativo. (APC, 2021, pág. 1)

Conferías: una sociedad de carácter privado, que impulsa el desarrollo industrial, social, cultural y comercial en la Región Andina, Centroamérica y el Caribe. Nuestro principal accionista es la Cámara de Comercio de Bogotá, entidad que representa los intereses del sector empresarial y de la sociedad en general. (CINEB, 2020, pág. 1)

Corporación - asociación: persona jurídica sin ánimo de lucro conformada por dos o más personas para realizar actividades altruistas que proporcionen bienestar a los asociados o a la comunidad en general. (CCB, 2022, pág. 6)

Exportación: es la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país, a una zona franca o a un depósito franco con el cumplimiento de los requisitos previstos en la norma. (ABC, 2019, pág. 2)

La Federación Nacional de Cacaoteros: es una organización de carácter gremial dedicada a la investigación, la transferencia de tecnología y la comercialización para el fomento del cultivo del cacao mejorando las condiciones de vida del productor. (PID, 2022, pág. 1)

Importación: es el proceso por el cual se tramita el ingreso de productos provenientes de territorios diferentes al local, por medio de este intercambio, se busca acceder a mercancías que no se encuentran en el mercado interno. (legis, 2021, pág. 1)

Pro-Barrancabermeja: es la agencia de promoción y desarrollo de Barrancabermeja y la región del Magdalena Medio, encargada de impulsar la inversión, la exportación, la cooperación internacional, el turismo MICE y el desarrollo y productividad en el territorio. (PRO BARRANCABERMEJA, 2022, pág. 1)

Pro-Colombia: es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no mineros energéticos y la imagen del país. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios. (Procolombia, 2022, pág. 1)

Nomenclatura es arancelaria: se denomina nomenclatura arancelaria cuando a cada código y su correspondiente descripción se le asocia el arancel o derecho aduanero que deben tributar las mercancías que se clasifican en dicho código, al momento de concretarse una operación de comercio exterior a través de una aduana. (ALADI, 2020, pág. 1)

Introducción

El proceso de la práctica empresarial de un estudiante del área de Negocios Internacionales es relevante, ya que permite identificar las fortalezas, habilidades y destrezas personales y laborales que posee o desarrollo durante el proceso de formación. Además, es el primer acercamiento con el mundo laboral, este mismo ejercicio le facilita la clasificación del área de interés a la cual el estudiante desea enfocar su carrera profesional una vez obtenga su título profesional.

Consecuentemente, las compañías que orientan a los profesionales también descubren nuevas destrezas, competencias y actitudes pertinentes para mantener un vínculo con la academia y con el mercado, lo cual, hace que el conocimiento sea recíproco entre las partes, convirtiendo al estudiante y a la compañía en miembros preparados para enfrentar las exigencias del mercado global.

Por otra parte, las prácticas realizadas en la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC (Madoco) y en el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM), fueron tomadas como una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación en la Universidad Santo Tomás- Seccional Bucaramanga.

Finalmente, en el presente trabajo se especificarán las funciones realizadas en la empresa Madoco y el PDPMM, además de mostrar los diferentes portafolios de productos y servicios, es evidenciar las actividades y aportes realizados por la practicante.

1. Practica empresarial en Madoco XXI S.A.S. BIC y el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio

1.2 Justificación

La práctica empresarial es una de las etapas más importantes en la formación del futuro egresado Tomasino, en este espacio los estudiantes plasman la experiencia obtenida y lustran los conocimientos adquiridos en la academia. Además, el estudiante realiza un ejercicio real en el mundo corporativo, visibiliza las nuevas tendencias del comercio internacional, participa en temas relacionados con fortalecer el acercamiento del empresario con las diferentes entidades gubernamentales y entidades encargadas de apoyar a emprendedores por medio de la cooperación internacional.

Asimismo, el desempeño en énfasis de relaciones internacionales fue evidente en la universidad y permitió que la estudiante aplicara los conocimientos en la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC, en donde identificó posibles inversores, nuevos proveedores, nuevos clientes para la futura apertura y participación en nuevos mercados nacionales e internacionales. De igual manera, se realizó un contacto directo con agentes de carga y proveedores internacionales. Conjuntamente con ASOCAVIZ la estudiante logro identificar que el grano de cacao, que es usado como materia prima en la transformación de los productos ofrecidos por la asociación, demuestran un potencial exportador especial, porque es apetecido en los mercados europeos, asiáticos y Norte americanos dado que es de la misma numeración de grano FSV1 ganador al mejor grano de cacao a nivel mundial en el salón del chocolate de París “Cocoa of Excellence”.

Con relación a lo anterior, fue identificado, que se requiere de manera urgente una alianza con la organización para adquirir maquinaria industrial para el procesamiento de los productos y

de esta manera suplir la demanda de los mismos. A su vez, la estudiante realiza ejercicios de fortalecimiento en el posicionamiento y comercialización de los productos, captación de nuevos clientes, relacionamiento con entidades gubernamentales e internacionales para la preparación y mejoramiento de los procesos de transformación el cacao, teniendo como objetivo la exportación en un futuro.

Finalmente, la experiencia de prácticas es una oportunidad para que el estudiante desempeñe las actividades asignadas en lo referente al mundo empresarial y el comercio exterior y optimizando de manera interna los procesos de la empresa y del programa para cumplir con las exigencias de los mercados al momento de ofertar los productos y servicios en los diferentes escenarios económicos mundiales.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC

Apoyar la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC para el proceso de internacionalización de la misma, con la participación de los diferentes espacios creados por las entidades promotoras gubernamentales con el fin de exportar los productos ofertados en el área de seguridad industrial.

Aportar, mediante las habilidades y conocimientos obtenidos en la academia, al fortalecimiento del departamento de internacionalización dentro de la empresa, así optimizar la productividad y aumentar las ventas de la compañía.

2.1.1 Objetivos específicos

Participar en los diferentes espacios creados para el relacionamiento comercial y captación de nuevos compradores internacionales, exponiendo y destacando las ventajas que posee el portafolio de productos de la compañía frente a los competidores.

Fidelizar a los clientes mediante la atención oportuna a sus pedidos, sugerencias e inquietudes.

Fortalecer la gestión de inventarios y documentación interna para llevar un control óptimo y seguro de la producción.

Examinar tiempos de entrega, costos de transporte, variación de la tasa de cambio y el oportuno cumplimiento de los requisitos de calidad de los insumos que ingresan a la empresa.

Impulsar a los proveedores para que mejoren el portafolio de productos y servicios que ofertan mediante la implementación de certificaciones de calidad nacionales e internacionales, participación en diferentes espacios que promuevan en cuidado del medioambiente y la responsabilidad.

2.2 Objetivo general del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio y la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaina

Apoyar la gestión comercial de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína (ASOCAVIZ) para su proceso de internacionalización, mediante eventos apoyados por el PDPMM y demás entidades gubernamentales; con el fin de distribuir de manera nacional e internacional los productos ofertados por esta entidad.

Contribuir de manera académica para generar nuevas iniciativas en la asociación con el interés de aumentar la productividad y ventas de la misma.

Acompañar el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio en sus acciones de trabajo para la articulación de los distintos sectores de la sociedad, para la construcción de progreso y paz de las diferentes regiones, en donde desempeñan los diferentes procesos de trabajo en los diferentes sectores económicos, sociales, políticos, culturales y medioambientales.

2.2.1 *Objetivos específicos*

Incrementar la cuota de mercado por medio de la identificación de los segmentos de mercado, tendencias de consumos y modalidades de comercialización para la chocolatería fina.

Implementar nuevos recursos de marketing digital para la promoción, reconocimiento y posicionamientos de los productos de la asociación.

Acompañar a la asociación en los diferentes procesos para la participación en ferias comerciales y ruedas de negocios.

Atraer futuros clientes nacionales e internacionales mediante el relacionamiento comercial que se llevan a cabo en los diferentes espacios creados por entidades gubernamentales promotoras del comercio exterior.

Impulsar el ingreso de la ASOCIACION al clúster de cacao de Santander.

Asesorar a los diferentes miembros de la asociación para la implementación de nuevas estrategias de cultivo, recolección, selección, producción, y transformación para alcanzar mejores estándares de calidad, mediante la adopción de técnicas establecidas por la federación nacional de cacaoteros.

Apoyar las diferentes iniciativas del PDPMM, como lo son las reuniones con los líderes y lideresas, acompañamiento a las organizaciones en los procesos contables, financieros y tributarios, durante el periodo de 3 meses de prácticas.

3. Perfiles de las empresas, estructuras organizacionales, aspectos económicos, portafolios de productos y servicios, aspectos del mercado que atienden

3.1 Perfil de la Empresa Madoco XXI S.A.S. BIC, estructura organizacional, aspectos económicos, portafolio de productos y servicios, aspectos del mercado que atiende

3.1.1 Razón social de la empresa

Madoco XXI S.A.S. BIC (apéndice 1)

3.1.2 Objeto social de la empresa

Diseño, fabricación y comercialización de ropa industrial. Así mismo, la empresa puede realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero, específicamente la importación y exportación de telas, hilos, cierres, broches, reflectivos, botones, cauchos, marquillas y maquinaria relacionada con la elaboración de las prendas. (BIC, 2021).

Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa

- Dirección: calle 60#23-36 barrio Galán, Barrancabermeja Santander
- Teléfono: 6201424
- Correo electrónico: internacionalizacion@Madoco21.com
- Jefe inmediato en la empresa: Juan David López Domínguez
- Página web: <https://Madoco.co/sostenibilidad/>

3.1.3 Misión de la empresa

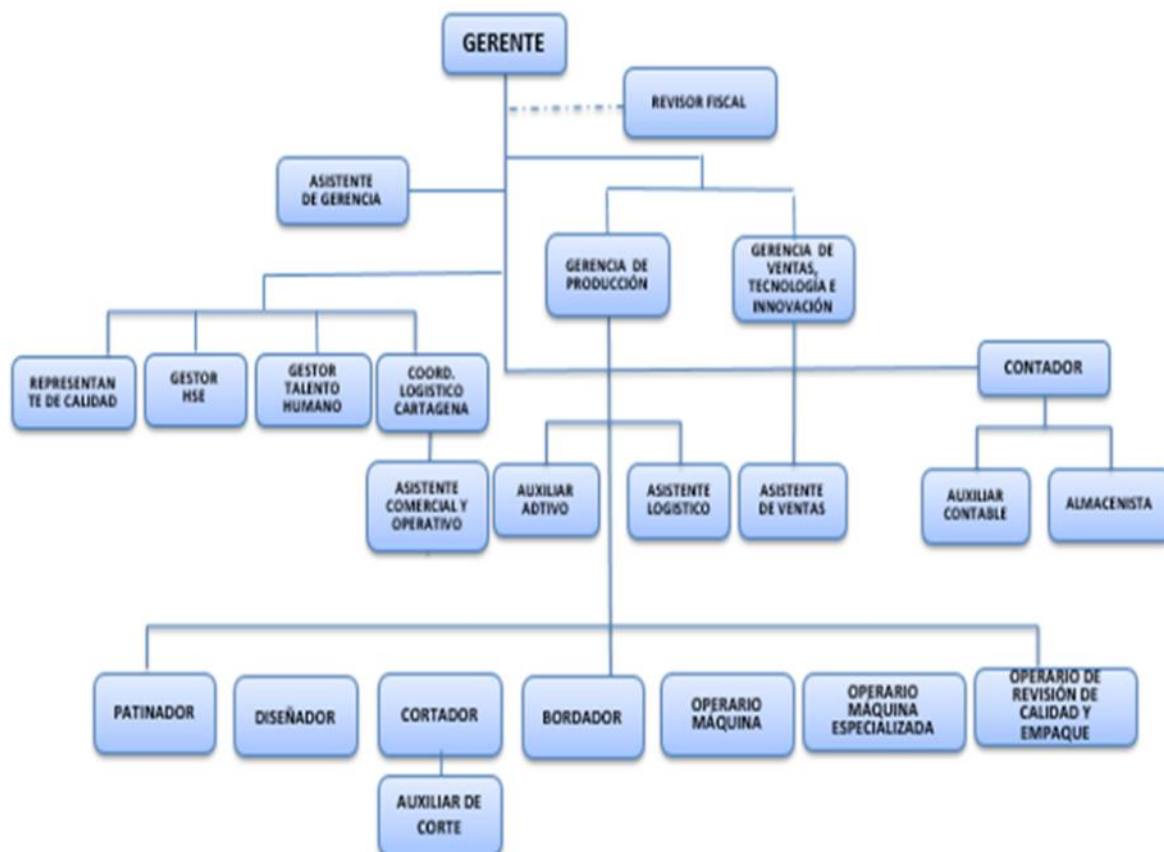
Madoco XXI S.A.S. BIC se caracteriza por confeccionar prendas retardantes al fuego y al arco eléctrico, con los más altos estándares de calidad y seguridad exigidos por nuestros clientes,

con la innovación, el diseño, comercialización y fabricación de prendas para salvar vidas; garantizando ergonomía, bienestar, comodidad, siempre comprometidos con el medio ambiente y con responsabilidad social. (Madoco, 2022, pág. 1)

3.1.4 Visión de la empresa

Nos proyectamos para el 2022 ser la compañía elegida a nivel internacional por nuestra innovación, productos y calidad certificada, apoyándonos en nuestro talento humano y la tecnología de punta que posee la compañía. (Madoco, 2022, pág. 1)

Figura 1. Organigrama de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC.



Adaptado de Madoco XXI S.A.S. BIC, (2022)

Figura 2. *Portafolio de productos de Madoco XXI S.A.S. BIC* (apéndice 4)

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Overol Madoco FR	Protección contra fuego HRC 1
Overol Madoco AFR	Protección contra los riesgos de categoría 2 (HRC2)
Overol Madoco MHR	Protección al arco eléctrico y al arco de soldadura HRC 2
Overol Madoco X-treme	Protección multipropósito HRC 2
Overol tipo industrial	Protección extrema con multicapas para fuego, arco eléctrico y arco de soldadura HRC 3
Camisa manga larga tipo industrial en dryl	Resistente al fuego y cortadas, ideal para trabajos pesados como soldadura, construcción, electricidad, e industriales.
Pantalón tipo industrial en dryl	Resistente al fuego y cortadas, ideal para trabajos pesados como soldadura, construcción, electricidad, e industriales
Kit de cocina ignifugo	Resistente al fuego y cortadas
X-treme angelo	Protección contra los riesgos de categoría 3 (HRC3)
Tapabocas Madoco	hipoalergénico
FR VRETIL	Protección contra los riesgos de categoría 1 (HRC1)
MPR ROCHEL	Tecnología inherentemente resistente al fuego, al arco eléctrico, arco de soldadura y salpicaduras de metales fundidos que actúa como protección contra los riesgos de categoría 2 (HRC2), certificado con las normas NFPA 2112, ISO 11612, NTC 5049 y en cumplimiento de la NFPA 70E.

3.1.5 Aspectos del mercado que atiende

El mercado que atiende la empresa es el de riesgos mayores como lo son la exposición al fuego, extracción de hidrocarburos, exposición eléctrica y exposición a metales pesados (las prendas ignífugas se clasifican por categorías que van desde la 1 hasta la 4 [la categoría 1 corresponde a ropa ignífuga de hasta 4 calorías/cm², categoría 2 corresponde de 4 – 8 calorías/cm², la categoría 3 va de 8 – 25 calorías/cm², la categoría 4 va de 25 – 40 calorías/cm²]); asimismo, el cliente más considerable para Madoco (influye positivamente, dado que cada día exige que la empresa mejore internamente para aumentar la producción, sea responsable socialmente, cumpla las normas comerciales, adopte sistemas de calidad y ayude al comercio local) es ECOPETROL la empresa magna del país en extracción de hidrocarburos y una de las más líderes de América latina. (Apéndice 2)

Por último, en el portafolio ofrecido por Madoco XXI S.A.S. BIC se pueden identificar los overoles como el producto con mayor potencial de la empresa para su proceso exportador. En la actualidad la capacidad productiva es de 2600 overoles mensuales. Esta empresa posee una sede comercial en Cartagena, en la cual distribuye sus productos a nivel nacional, además de un cliente internacional ubicado en Panamá. Actualmente, la empresa se encuentra trabajando directamente con ProColombia y está en la etapa de negociación con posibles compradores internacionales en México, Canadá y Chile.

3.2 Perfil del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, estructura organizacional, aspectos económicos, portafolio de productos y servicios, aspectos del mercado que atiende.

3.2.1 Razón social del programa

Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM, 2015, pág. 1). (Apéndice 3)

3.2.2 Objeto social del programa

El Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, tiene como finalidad trabajar en pro del desarrollo social, económico, cultural y por la paz del Magdalena Medio, mediante la formulación, ejecución, supervisión, seguimiento, interventoría y gestión de programas y/o proyectos científicos, tecnológicos, académicos, ambientales, culturales y de paz, utilizando pedagogías y metodologías que permitan una permanente participación ciudadana. En desarrollo de este objeto podrá planear, diagnosticar, plantear, investigar y construir de manera organizada y sistemática, un conocimiento abierto e integral en relación con los sectores económicos, sociales,

políticos y culturales de la región del Magdalena Medio; podrá adelantar, entre otras, actividades científicas, tecnológicas, académicas, educativas y de muchos tipos de gestión que permitan el cumplimiento de su objeto. Podrá recibir y administrar aportes y ayudas nacionales e internacionales, oficiales y privadas, contratar empréstitos de la misma índole destinados al cumplimiento de su objeto, dentro de las normas legales y los límites impuestos por la asamblea general para tal fin. Podrá adquirir, conservar, grabar y enajenar toda clase de bienes muebles e inmuebles de su propiedad, que sean necesarios para el logro de su objeto, así mismo girar, aceptar, negociar, descontar, etc., toda clase de instrumentos negociables, demás documentos civiles, comerciales y en general podrá llevar a cabo cualquier acto, contrato o convenio, que se relacione directamente con su objeto social.

La Corporación de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio ejecutará su objeto desde el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM) entendido como procesos sociales y políticos que buscan a través de un conjunto de acciones multisectoriales concertadas entre los pobladores y las autoridades municipales, superar la pobreza de manera sostenible y alcanzar la convivencia pacífica.

Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa

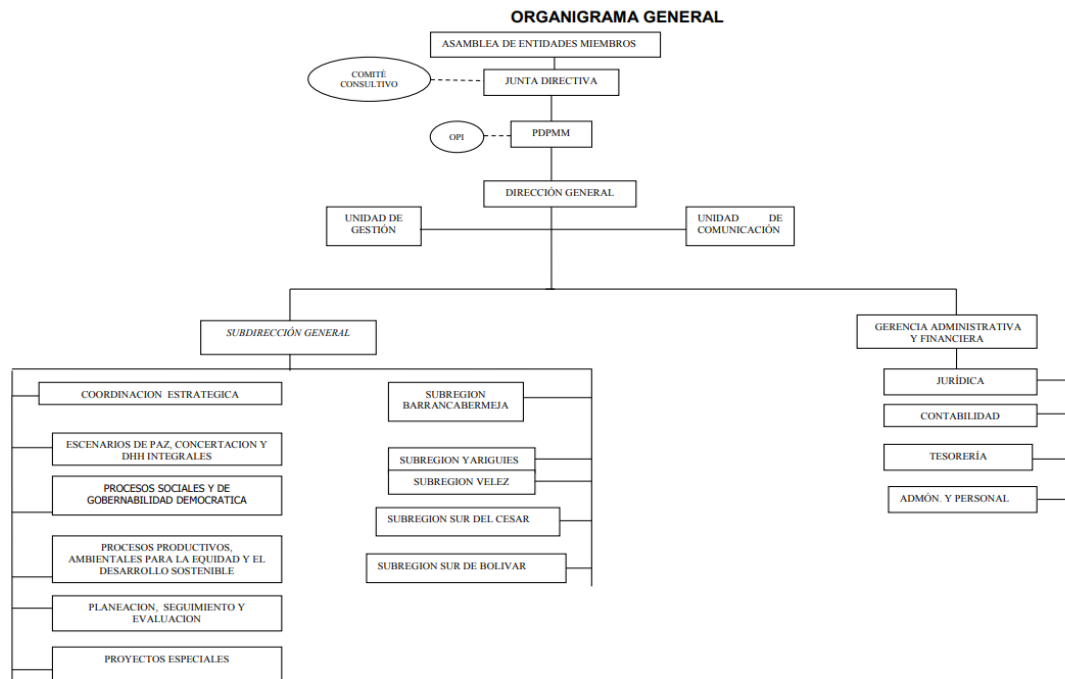
- Dirección: Calle 49#6B-93 Barrancabermeja, Santander
- Teléfono: 62220274
- Correo electrónico: juan.pacheco@pdpmm.org.co
- Jefe inmediato en la empresa: Juan David Pacheco
- Sitio web: www.pdpmm.org.co

3.2.3 Misión

Contribuir al fortalecimiento del PDPMM como proceso social en la construcción colectiva de nuevos referentes y procesos de transformación cultural, sociopolítica y económica, desde la perspectiva de la protección integral de la vida y la justicia y la dignidad de hombres y mujeres presentes en el Magdalena Medio, facilitando la interlocución y el diálogo entre diversos actores, sobre los asuntos estructurales del territorio, haciendo posible la construcción de la paz regional y sostenible regional tejida nacionalmente. (PDPMM, 2015)

3.2.4 Visión

La Corporación Desarrollo y Paz del Magdalena Medio, proyecta a posicionarse en el 2023, como una organización competente en generación de condiciones de desarrollo humano y referentes de paz, especializada en la orientación, dinamización y mediación pedagógica de procesos de gestión de conocimientos, en transformación positiva de conflictos para contribuir al goce efectivo de derechos humanos en la región del Magdalena Medio. (PDPMM, 2015)

Figura 2. Organigrama del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena

Adaptado de Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio (PDPMM, 2015)

3.2.5 Portafolio de servicios del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio

Líneas de intervención

- Línea estratégica:** derechos humanos, diálogo y construcción de paz. En esta perspectiva la centralidad está en los derechos humanos, justicia restaurativa para tener un lugar desde donde hacer diálogo con el planteamiento de justicia transicional y construcción de paz regional en mira de red nacional, esto implica movilizar los referentes territoriales de paz a la reparación colectiva, las construcciones de memoria, garantías de no repetición y las condiciones necesarias para la implementación y puesta en marcha de los acuerdos alcanzados entre al gobierno y los grupos insurgentes, necesariamente interpelados con las apuestas de la sociedad civil de la región.

- *Línea estratégica:* procesos sociales, culturales y de gobernabilidad democrática. La centralidad en este momento debe ir orientada a la infraestructura social y política para la paz regional, tejida desde las regiones, también construyendo redes nacionales, implican un proceso de organización y de diálogos social y político en la región, en la formación de líderes, ciudadanos en transformación de política favorable, para llegar a la paz y a la democracia y asumir el reto de la incorporación de nuevos actores al ejercicio de la política.
- *Línea estratégica:* procesos productivos y ambientales para la equidad y el desarrollo sostenible. La centralidad de la línea va orientada al desarrollo regional y rural con enfoque territorial. Enmarcada en los derechos colectivos y del ambiente; en el sentido de construir y poner en práctica los mecanismos y estrategias que protejan y desarrollen los nichos de vida colectiva y del derecho humano y cultural al territorio por los propios pobladores y pobladoras. Lo que está en juego aquí son las posibilidades de la Vida Querida con la tierra, el territorio y el ambiente; son los derechos colectivos y del ambiente, son recursos naturales, es el territorio en su integralidad.

3.2.5.1 Portafolio de productos y servicios de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína. (Apéndice 4) Chocolate artesanal 100% orgánico, licor de cacao, mucílago de cacao, grano de cacao seleccionado, mermelada de cacao, yogurt de cacao, chocolatería fina, accesorio en cultivos de cacao, servicio de vivero de árbol de cacao, árboles forestales y árboles frutales.

ASOCAVIZ ha avanzado en la selección de un producto estrella, el cual es, el chocolate de mesa tradicional 100% orgánico en presentación de 250 Gramos, que cumple con registro sanitario INVIMA; se encuentra en las siguientes denominaciones:

- Chocolate de mesa tradicional 100% orgánico sin azúcar en presentación de 250 gramos, contenido de cacao del 100%.
- Chocolate de mesa tradicional 100% orgánico con azúcar en presentación de 250 gramos, contenido de cacao del 70% y el 30% de azúcar orgánica con sabor a clavo y canela, connotaciones del sabor y aroma a cítrico, dado que su cultivo se alternó con cultivos de cítricos.
- El perfil del consumidor al cual ASOCAVIZ está llegando, es a aquel que busca principalmente etiquetas limpias, ingredientes orgánicos, productos con cero grasas saturadas u o artificiales, con endulzantes naturales; además de los procesos de fabricación artesanal en donde se puedan informar sobre la siembra, cultivo y recolección del grano. Los consumidores están adoptando tendencias de consumo responsables con el medio ambiente y más saludables, dejando de lado los alimentos producidos a escala por las gigantes compañías de la industria que a su vez no tienen una responsabilidad social ni ambiental.
- Actualmente, ASOCAVIZ distribuye su chocolate en San Vicente de Chucuri, Barrancabermeja, Girón y Bogotá mediante pedidos con anticipación.

3.3 Cargos y funciones

3.3.1 *Madoco XXI S.A.S. BIC*

3.3.1.2 Cargo. Auxiliar de compras internacionales y nacionales, desde la oficina de internacionalización.

3.3.1.3 Funciones. Compra de materia prima para la confección de las prendas de uso industrial que oferta la empresa proveniente del extranjero y dentro del territorio aduanero nacional, además, captar nuevos clientes, buscar nuevos proveedores que cumplan con los requerimientos y a su vez, fortalecer la economía local sin desistir del proceso exportador para la incursión en nuevos mercados internacionales.

Consecuentemente, las funciones fueron clasificadas de la siguiente manera:

Con la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC, se implementó un plan de internacionalización con ayuda de ProColombia, en el cual, se realizó un ejercicio de identificación de fortalezas y debilidades al momento de ofertar el producto estrella (overoles ignífugos categoría 1), de igual manera, realizar un análisis interno para implementar estrategias de mejoramiento.

Implementar un software suministrado por Coats Cadena que permite cuantificar las cantidades de hilos empleadas en la fabricación de las diferentes prendas, logrando optimizar los costos de producción.

Aprehender nuevos proveedores que cumplan con las especificaciones de calidad requeridas por la norma Icontec y que, a su vez, cuenten con certificación internacional UL. (Apéndice 6)

Analizar la ruta operacional de los insumos importados, para así conocer los gastos y manejar las importaciones de la empresa. Contactando el agente de carga con el cual la empresa desarrolla todas sus operaciones de comercio exterior, realizando una trazabilidad ágil a la llegada de la mercancía.

Desarrollar las compras de insumos nacionales requeridos para la confección. El programa ISSO que posee la empresa que permite realizar la solicitud de compra, establecer el tiempo de entrega de los mismos, por parte de los proveedores. (Apéndice 7, 8 y 9)

Por medio del sistema ISSO se entrega de manera mensual un indicador de rendimiento donde se evalúan a los proveedores. (Apéndice 10).

Descripción de actividades realizadas en Madoco XXI S.A.S. BIC

Fortalecer el departamento de comercio exterior mediante la contratación de los servicios de un abogado especializado en el área, para iniciar a analizar las variables en los contratos de compra y venta con los proveedores y los compradores internacionales al momento de negociar, complementando el trabajo con la ayuda de los ejercicios prácticos con ProColombia, además de realizar acercamientos con nuevas transportadoras, presupuestar la viabilidad de implementar automotores terrestres para la distribución de la mercancía a nivel nacional y el transporte de las materias primas desde las zonas portuarias.

Seguir de manera especial las invitaciones que ProColombia y diferentes entidades gubernamentales realizan a la empresa, para poder participar activamente en el proceso de preparación para las exportaciones, posterior a cada encuentro se procedía a realizar una reunión con gerencia, el jefe del área comercial y la estudiante para realización de los cambios solicitados por los entes, proceder a implementar los mecanismos y herramientas necesarios, a su vez, realización de las mejoras internas y externas que la Madoco requería para el cumplimiento de las exigencias.

Consecuentemente, como resultado de estos acercamientos Madoco obtuvo algunos encuentros virtuales con empresas de hidrocarburos de Brasil y México, además de optimizar los procesos de importación fue creada una matriz DOFA de la empresa y un análisis de campo (para implementar nuevas estrategias) a partir de reuniones realizadas con cada proveedor en donde fueron presentados informes de las partes, que, incluían tiempos de entrega, cantidades compradas en el año 2021 frente al año 2020, precio, empresas transportadoras contratadas, revisión de los

contratos de compra venta, actualización de datos y de los temas necesarios para mantener la relación comercial, asimismo, de programar las compras futuras (es necesario aclarar que la empresa por ser reconocida en el sector y depender principalmente de sus materias primas mantiene un estricto reglamento en los tratamientos de datos y manejo de la información interna en el área de compras) por lo tanto, la información que se compartió en cada reunión es confidencial. (Apéndice 11).

Verificar semanalmente el inventario de manera manual y sistemática (con el software SoftlandPYME) para verificar su óptima rotación y así programar a corto y largo plazo los insumos que serán necesarios para cumplir con la cuota de producción demandada.

Mantener los lineamientos que se requieren al momento de enviar las muestras a laboratorios, ya que, de ello, depende que la empresa continúe con su certificado UL, puesto que uno de los mercados objetivos a alcanzar es el de Estado Unidos.

Comprobar que el sistema de compras estuviese totalmente actualizado, de forma manual, en donde se comparan las órdenes de compras autorizadas por la gerente de la empresa, cuentas pendientes por pagar, insumos recibidos que cumplan con los requisitos como tiempo de llegada, precio y óptimas condiciones; a su vez, estar preparados para la visita anual del ICONTEC, quienes otorgan a Madoco los sellos de calidad del producto.

Este proceso se realiza, en primer lugar, con la solicitud de pruebas de laboratorio de las telas Nomex ignífugas al principal proveedor en EEUU, (estas pruebas son de color, resistencia a la luz, durabilidad, exposición, entre otros índices de cumplimiento y son realizadas en Brasil) segundamente, se envían muestras de las demás telas a un laboratorio en España, terceramente, se le solicitan pruebas de laboratorio a los demás proveedores de botones, cierres, reflectivos, hilos,

etc. Conformando un archivo físico y virtual de cada proveedor con su respectivo insumo.
(Apéndice 12)

1.3.2 Programa de paz y Desarrollo del Magdalena medio y la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaina

3.3.2.1 Cargo. Acompañamiento comercial y organizacional

3.3.2.2 Funciones. Con el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio las funciones desempeñadas principalmente fueron realizar un acompañamiento y capacitación a ASOCAVIZ (Asociación de Cacaoteros de la Vizcaina) de cacaoteros del municipio de San Vicente de Chucuri, ubicado en el departamento de Santander en Colombia. Esta asociación se ha encargado de trabajar arduamente en el sector del cacao, beneficiando a muchas familias de la región. Las funciones fueron clasificadas de la siguiente manera:

- Orientar y apoyar la elaboración del plan de negocios de ASOCAVIZ con chocolatería fina.
- Apoyar las actividades de capacitación e intercambio de experiencias de ASOCAVIZ; este intercambio de conocimientos con “Xue Chocolate Artesanal de Landázuri” y “Árbol de Cacao” fue realizado con el fin de invitarlos para que apoyaran el proceso de estructuración de un plan de negocio de la asociación basado en la experiencia que ya tenían como empresa, al igual, facilitar la calificación objetiva de los posibles productos a transformar, maquinaria requerida y clientes para el grano de cacao y fabricación de abono orgánico, al igual que ASOCAVIZ les ofertara el grano de cacao de primera calidad. (Apéndice 13). A

continuación, un esquema más específico de los logros y objetivos establecidos en la capacitación con Xue Cacao Artesanal:

Tabla 1. Informe sobre la visita realizada a Xues Chocolate Artesanal.

Objetivo	Participantes	Logros y compromisos
Realizar asistencia y acompañamiento a ASOCAVIZ para definir una ruta de gestión en la transformación de cacao en chocolatería fina a partir de conocimiento de la experiencia de chocolate artesanal Xue que permita tener una referencia del plan de negocio, equipo y estrategia de mercado.	9 integrantes del equipo de transformación de ASOCAVIZ. Equipo técnico PDPMM Representante de Xue chocolate artesanal del municipio de Landázuri	Logros: Comprender por parte de ASOCAVIZ la importancia de estandarización del proceso de fermentación del cacao como punto de partida para la elaboración de chocolatería fina. También se comprendió por parte de ASOCAVIZ que no se requieren enormes y tecnificadas maquinarias para la elaboración de chocolatería fina, al igual que altos volúmenes de cacao, ya que está sujeto al mercado. Proyectar como posibles clientes de la chocolatería fina a aquellos consumidores de hábitos saludables a través de los beneficios que ofrece el cacao como alimento antioxidante, benigno con la presión arterial, que reduce el estrés y ayuda a combatir enfermedades cardíacas y alzhéimer. Saber los momentos para iniciar y gestionar los trámites de INVIMA una vez se tenga claridad de la línea de productos que se cuentan y con mayor salida. Elaborar barras de chocolatería fina con los granos de cacao de ASOCAVIZ cuyo resultado de aroma y sabor se percibió sobre exposición a la fermentación, lo cual refuerza el mejorar la calidad de la fermentación. Compromisos: Xue Chocolatería artesanal realizará una cotización de maquinarias para transformación como la: pulverizadora, horno eléctrico, enfriador y molino o conchadora Melenger. (Apéndice 14)

Adaptado de informe general del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio.

- Asesorar la ruta de gestión de ASOCAVIZ, acompañados por entidades públicas y privadas. En la participación de ASOCAVIZ en la rueda de Negocios realizada por FEDECACAO en Bogotá días antes del Chocoshow, fue dada a conocer la asociación, sus productos y la captación de clientes (ASOCAVIZ recibió mi asesoramiento sobre la presentación de un producto de forma comercial) a su vez, la asociación compartió el porqué de su conformación (buscaban mejoras en la calidad de vida de las familias campesinas del San Vicente bajo, proteger el medioambiente y potencia la agricultura en una zona con influencia petrolera). De igual manera, recibieron asesoría sobre, como buscar las fuentes de información más confiables de internet, desde bases de datos como Treid Map hasta como utilizar la plataforma de ProColombia en donde se pueda obtener información para realizar los planes de trabajo y sustentar ante los empresarios del gremio.

Conjuntamente, la asociación recibió asesoría para el diseño de empaques sostenibles, medios de comercialización (apuntar hacia la obtención de un local en la represa Topocoro con potencial turístico), formas de realizar alianzas con tiendas vegetarianas o mercados orgánicos, además de participar en ferias nacionales del gremio del cacao. También, cómo preparar muestras comerciales y la consolidación de una imagen sobre el consumo responsable del cacao y asesoría en el diseño de publicidad.

Así mismo, *como resultado de la rueda de negocios se logró captar la atención de María la del Campo*, imagen del gremio cacaotero en el país, para la apertura de un espacio a los productos de ASOCAVIZ en su tienda de productos a base del cacao ubicada en Bogotá, se identificó que el cacao debe cumplir ciertas especificaciones según el tipo de mercado, algunos productores de cosméticos requieren cacao sin tanto proceso de fermentación y sin considerar los

niveles de Cadmio, mientras que para otros compradores se evidenció la necesidad de adquirir un cacao donde se especifique su origen. (Apéndice 15).

Por último, se realizaron dos reuniones con ProColombia de Barrancabermeja para la presentación de la asociación e inclusión de la misma en el plan de trabajo de la entidad para “Potenciales exportadores de Santander”.

Adicionalmente, se estableció una reunión virtual con la comercializadora “Comercializadora Internacional Cacaos de Colombia S.A.S.” para iniciar a trabajar en los requisitos que necesita ASOCAVIZ para exportar, dado que es una asociación y para ejercer esta actividad comercial debe de estar respaldada por una comercializadora.

- Gestionar por medio de la corporación ante la empresa ISIS Colombia los recursos necesarios para la adquisición de maquinaria para la tecnificación en los procesos de transformación del cacao y aumentar la capacidad instalada de producción de la asociación.
- Efectuar el uso de un software contable y financiero “SIIGO” proporcionado por la corporación para optimizar los procesos internos de la asociación. Para esta implementación fue recibida una capacitación por parte del soporte técnico de la empresa que oferto el servicio, por cuestiones de comprensión técnica se le brindó un acompañamiento de replicación de la información más eficaz para los miembros de la ASOCAVIZ.
- Realizar el procedimiento correspondiente para las tomas de las pruebas de Cadmió al cacao que se cultiva en las fincas de los miembros de la asociación para tener seguridad del producto ofertado y cumplir los requerimientos sanitarios nacionales internacionales y de esta manera logra la elección con mayor certeza el segmento de mercado.

Para este proceso se establecieron dos propuestas: primero, enviar muestras del grano al laboratorio de cada una de las fincas pertenecientes a los miembros de la asociación, dado que el material vegetal una vez recolectado de los cultivos se envía a la sede de la asociación para su posterior fermentación. Segundo, enviar muestra de cada producto transformado ofertado por la asociación para descartar por completo cualquier indicio de cadmio en los mismos. (Este proceso fue realizado con el acompañamiento de un técnico de FEDECACAO que, a su vez, es miembro de la asociación).

- Acompañamiento al PDPMM en el encuentro y/o reunión de las mesas subregionales o territoriales de líderes y lideresas. Del primer encuentro y/o reunión de las mesas subregionales o territoriales de líderes y lideresas, y, las comunidades campesinas de la Fortuna, Meseta de San Rafael y La Payoa para compartir de saberes, sabores y semillas del territorio, en esta ocasión acompañada por el equipo de animación de la parroquia San Francisco de la Fortuna con apoyo de la Diócesis de Barrancabermeja, seminario San Pedro Clavel, SES Barrancabermeja y Espacio de Trabajadores y Trabajadoras de Derechos Humanos y PDPMM.

De este encuentro se hace el siguiente balance:

Tabla 2. *Encuentro de comunidades campesinas para compartir saberes, sabores y semillas*

Objetivo	Participantes	Logros y compromisos
Realizar un encuentro de la comunitariedad parroquial franciscana con un compartir de saberes, semillas y sabores de las comunidades del territorio de la Vizcaína, La Fortuna y la Meseta de Rafael que permita celebrar la vida, el buen vivir y retroalimentar las acciones de evangelización y dinamización de la pastoral social.	Equipo de la parroquia San Francisco de la Fortuna Obispo de Barrancabermeja Equipo Social de Ecopetrol Organización Femenina Popular (OFP) Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína (ASOCAVIZ) Fundación FUNDEISCOL Espacio de Trabajadores(as) de Derechos Humanos Concejala de San Vicente de Chucurí	Logros Reivindicar a través de los sabores, semillas y saberes de la zona el potencial agrícola del territorio para el buen vivir de las comunidades como modelo de desarrollo en el marco de la 1 feria de la comunitariedad. Realizar el concurso de la mejor yuca y gallina criolla de la región como símbolos de los productos más destacados de la zona. La atmosfera de unión y sentido comunitario mostrado durante la realización de la feria, al igual que la identificación de nuevos liderazgos en la zona (jóvenes, productores, campesinos, mujeres, etc.) La participación en un mismo espacio de entidades como Ecopetrol y organizaciones sociales contrarias a las acciones de la petrolera en la zona como apertura a un posible ejercicio de diálogo entre contrarios. Establecer un encuentro de diálogo entre docentes de las I.E de la zona, la Diócesis y el ETDDH en un ejercicio de relación entre los Proyectos Ambientales Educativos PRAE y la Encíclica Papal Laudato, que puedan ser replicados en el territorio. Compromisos Como compromiso inicial se acuerda que entre los distintos actores en la zona de la Vizcaína de San Vicente de Chucurí, la Fortuna y Meseta de San Rafael de Barrancabermeja orientados hacia el cuidado del medio ambiente, los recursos hídricos y el fortalecimiento de la finca campesina.

Adaptado de Informe sobre el encuentro de comunidades campesinas para compartir saberes, sabores y semillas del PDPMM. (David, 2021), (apéndice 16)

Apoyar al PDPMM en el proceso de acompañamiento a la comunidad de la Vizcaína en la creación de una fundación “Culturízate” en donde su principal objetivo es crear espacios de sana convivencia como la enseñanza de música, teatro, danza y deporte (aún está en proceso de construcción este proyecto), de igual forma, se creó un plan de acción mediante la modalidad “cooperación triangular” para la gestión de recursos y cooperación de los diferentes actores involucrados, de la siguiente manera:

- El PDPMM financia la creación del espacio en donde se realizarán este tipo de actividades y que se busca a futuro convertirse en una casa cultural para la zona baja del San Vicente.
- La alcaldía municipal financia la contratación del docente de música y arte.
- La comunidad se encarga del mantenimiento del lugar, una cuota fija monetaria no mayor a \$10.000 mensuales para los diferentes gastos, al igual, comparten saberes según las habilidades empíricas o adquiridas de cada participante.
- La adopción de recursos materiales e inmateriales por parte de Isis Inter Colombia, Ecopetrol y las diferentes compañías que realizan presencia en la zona, en cada una de las etapas del proceso de creación, mantenimiento y sostenimiento de la fundación. Esta gestión se realiza de manera directa con las personas encargadas del área social de las empresas, dado que es un área de influencia petrolera y estos entes económicos periódicamente realizan reuniones de socialización con la comunidad.

Contacto directo con la fundación COMPAZ escuela de música de Barrancabermeja, quienes desde su experiencia estarán asesorando el proceso de crecimiento de Culturízate en ámbitos legales y organizativos. (Apéndice 17)

- Dirigir el programa de enseñanza del periodismo para la población rural de la Vizcaína, en donde, se realizaron secciones de capacitación en compañía de una docente de

comunicación social de la UNIPAZ de Barrancabermeja, este proceso se realizó en cuatro etapas:

1. Introducción al periodismo, alcances, tipos de comunicación, herramientas y habilidades.
 2. La creación de una marca comunicativa “Comunícate Ya” que se difunde por medio de redes sociales como WhatsApp y Facebook, asimismo, se buscó crear un espacio en las emisoras del municipio de San Vicente de Chucuri y Barrancabermeja (aún está en proceso este ítem) para dar mayor visibilidad a las connotaciones sociales de la población rural de la Vizcaína; de igual forma, se plasmaron los objetivos, reglamentos y líderes del programa.
 3. Adopción de herramientas para la creación del contenido informativo a compartir, como es la estructura del guion, manejo audiovisual, expresión oral y escrita, el reglamento periodístico nacional y la ética del ejercicio.
 4. Realización de tareas de campo para la implementación del ejercicio comunicacional en la región. (Apéndice 18)
- Acompañamiento y preparación para la participación en la feria de Chocoshow en Bogotá. En este importante espacio la estudiante se instruyó, primeramente, con el personal de transformación sobre el proceso de creación artesanal del chocolate de mesa (producto a mostrar en el evento) y de las propiedades del mismo, segundamente, se encargó del diseño del empaque, en conjunto con personal de diseño del PDPMM, y la etiqueta para su posterior fabricación, de la decoración del stand, de la publicidad, de la promoción no solo del producto sino también de la asociación, de los demás stand provenientes de San Vicente de Chucuri y por su puesto del cacao del municipio, a su vez, estuvo otorgando entrevistas

y participando en las actividades culturales organizadas por FEDECACAO como lo fue el baile de carranga con uno de los trajes típicos del municipio. (Apéndice 19)

Figura 3. *Participación en el Chocoshow*



- Asesoramiento para la atracción de futuros clientes, la estudiante logró la visita de dos empresarios griegos a las instalaciones de ASOCAVIZ y se entablaron conversaciones comerciales (en idioma inglés) para la posible exportación de licor de cacao, asimismo, logró un recorrido turístico por el municipio de San Vicente de Chucuri.
- Creación de herramientas de marketing digital con la apertura de redes sociales como Facebook, Instagram y material audiovisual y diseño del empaque eco-amigable. (Apéndice 20)
- Con la asociación se busca concretar tres líneas de producto estrella para la oferta nacional y exportable.

- Asesoramiento sobre la Normatividad sanitaria y medioambiental.
- La estudiante trabajó en conjunto con FEDECACAO, Pro Barrancabermeja y Cámara De Comercio de Barrancabermeja en la identificación de los segmentos de mercado nacionales e internacionales, posibles compradores, competencia y diferentes estrategias a implementar para mejorar la oferta de los productos.
- Implementar diferentes medios de pago para los clientes como lo fueron aplicaciones de Bancolombia, Nequi, Pse, Efecty y Davivienda.
- Tecnificación del cultivo y mejoramientos internos de producción y transformación del grano. En este ejercicio fue renovado la forma de recaudación de información sobre los experimentos que realizan los agricultores en la sede de ASOCAVIZ para mejoramiento del cultivo, optimización de los tiempos y evitar desperdicios de materia prima, esta recolección de datos se registran en una tabla, los miembros de la asociación clasificaron cuatro secciones para el control de factores agroambientales y sobre la composición genética de los materiales de siembra de cacao que son determinados por las condiciones de la naturaleza y por el avance tecnológico de la ciencia; en la primera sección está la siembra de los diferentes tipos de cacao (Forastero, híbrido, criollo y por supuesto el FSV-41), en la segunda sección se estableció el vivero por tiempos de siembra y tipos de cacao; la elección de los materiales y patrones de siembra deben estar basados en características tales como: la productividad, calidad de los granos, aceptación del mercado, resistencia a plagas y enfermedades, facilidad de establecimiento, tolerancia a la sequía, entre otras; en la tercera sección se establecieron los cajones de fermentación con medidor de temperatura y clasificado por tiempos de inicio y su preselección final para la transformación (se propuso realizar el proceso a cada grano obtenido de cada una de las fincas para estudio

del mismo que permita clasificarlos por calidad y cuáles son compatibles para ser mezclados, sin que se alteren entre sí) y la cuarta sección es donde se clasifica el grano después de su secado para la transformación final o su distribución en grano seco.

Con este tipo de tecnificación, el agricultor desde antes de realizar nuevas plantaciones o renovación de cultivo tendrá claro respecto la calidad del cacao y la cantidad que producirá, debido a que hay un estudio completo de las condiciones climáticas, de suelo y medioambientales del sector, a su vez, esto permitirá efectuar las adecuadas prácticas de post cosecha.

En cuanto a los mejoramientos internos de la producción, fue importante establecer la ubicación de la maquinaria en secciones óptimas que ayuden a reducir los tiempos en el proceso de transformación y del mismo modo registrar e instaurar estándares de duración eficientes en la producción; este ejercicio lo realizara ASOCAVIZ una vez reciban la maquinaria por parte del PDPMM, de igual forma, fue gestionada con la Electrificadora de Santander y la alcaldía municipal para la implementación de paneles solares en la sede. (Apéndice 21)

Por último, en la transformación del grano la asociación fue asesorada para que realizara modificaciones en las instalaciones para el proceso de transformación, las recomendaciones fueron hechas basadas en los requisitos sanitarios del INVIMA y teniendo en cuenta las condiciones climáticas. Las recomendaciones fueron: implementación de cielo raso en material de PVC, obtención de un mesón de mármol para el proceso de enfriamiento del cacao en estado líquido, instalación de aires acondicionados en el área de transformación del cacao y en la bodega (las temperaturas pueden ascender a más de 32 grados en la zona [teniendo en cuenta que el chocolate transformado se inicia a fundir a partir de los 25 grados]) y adecuar un espacio fotográfico para la creación de material audiovisual.

4. Marco conceptual y normativo utilizado para el desarrollo de las funciones desempeñadas

4.1 Norma general por la cual se rige la empresa Madoco S.A.S. BIC

Especificaciones técnicas de los niveles de exposición en un arco eléctrico.

Existen factores que influyen en la creación de una tela ignífuga de alta calidad. A pesar de que existen muchas propiedades relacionadas con la resistencia a las llamas (FR). Los arcos eléctricos son medidos en calorías por centímetro cuadrado; a mayor valor de la Energía Incidente calculada, mayor es el nivel de protección contra el arco eléctrico necesario para reducir el riesgo de lesión. Claramente, se pueden clasificar en cuatro niveles de protección contra el arco eléctrico de acuerdo con la NFPA 70E: (Westex, 2022, pág. 1)

Tabla 3. Niveles de protección contra el arco eléctrico

Nivel de protección de las prendas	Energía Incidente (medida en cal / cm ²)
Categoría 1	4
Categoría 2	8
Categoría 3	25
Categoría 4	40

Adaptado de Westex (2022, p. 1)

Laboratorio

Lugar dotado de los medios necesarios para realizar investigaciones, experimentos, control y trabajos de carácter científico o técnico.

Por su parte, Madoco envía sus muestras al laboratorio AITEX que dispone, entre otros, de un Laboratorio de Comportamiento al Fuego. Este Laboratorio ofrece ensayos de diversos tipos de materiales con la finalidad de satisfacer las necesidades de la industria en el área de protección

al fuego. AITEX es uno de los laboratorios en España acreditado por ENAC, según norma UNE ISO/IEC 17025, para la realización de este tipo de pruebas. Consiguientemente, los lineamientos a evaluar por AITEX a las muestras enviadas por la empresa Madoco, son:

- Pruebas de resistencias.
- Pruebas de solidez del color.
- Pruebas para procesos químicos.
- Pruebas para contacto en las diferentes categorías de riesgos según el tipo de tela.
- Otras pruebas.

Asimismo, en Colombia las empresas textiles son monitoreadas por los siguientes institutos:

- American Society for Testing and Materials – ASTM
- American Association of Textile Chemist and Colorists – AATC
- Internacional Organization for Standarization – ISO
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas – ICONTEC

La certificación ICONTEC ISO 9001, Sistema de Gestión de la Calidad, regula el cumplimiento satisfactorio de los requisitos del sector también posee características que son compatibles con otros requisitos y normas como el Sistema de Gestión Ambiental, Seguridad, Salud Ocupacional y Seguridad Alimentaria, entre otros. (Icontec, 2022, pág. 1).

Beneficios de la certificación

- Para la industria: la certificación le permite demostrar el cumplimiento de los requisitos técnicos establecidos en los acuerdos contractuales o que forman parte de las obligaciones legales.

- A nivel nacional: ayuda a mejorar el sistema de calidad industrial, protege y apoya el consumo de los productos nacionales, prestigio internacional de los productos nacionales certificados y ofrece transparencia al mercado.
- A nivel internacional: ayuda los intercambios comerciales (por la confianza y la simplificación), protege las exportaciones contra las barreras técnicas y protege la calidad del consumo.

Norma general por la cual la empresa Madoco S.A.S. BIC efectúa alguno de sus procesos comerciales

En Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), la autoridad encargada de velar por los derechos de los consumidores en las buenas prácticas comerciales en la economía del país mediante la Ley 1480 expedida por el Estatuto del Consumidor, se regula al comercio colombiano para que ofrezcan bienes y servicios de calidad sin engaños al consumidor. (Rueda, 2011, pág. 1)

Por ese motivo, mediante la Ley 1014 del 2006 fomenta la cultura del emprendimiento y especifica los principios y valores establecidos en la constitución del 1991. (Congreso, 2006)

4.2 Norma general por la cual se rige el Programa de Desarrollo Y Paz del Magdalena

Medio y ASOCAVIZ

El Programa de Desarrollo Y Paz del Magdalena Medio sigue detalla mente lo pactado en los acuerdos de paz pactados mediante la ley estatutaria de 1957 de 2019:

“Artículo 1o. garantía de los derechos de las víctimas”. El estado tiene el deber jurídico de garantizar y atender los derechos de las víctimas y con la misma intensidad, la obligación de

prevenir nuevos hechos de violencia y alcanzar la paz en un conflicto armado por los medios que estén a su alcance.” ... (Colombia, 2022, p.1)

Es conveniente resaltar que el PDPMM nació antes de la implementación de los acuerdos de paz en Colombia, es un programa que surgió desde la sociedad civil hace más de 20 años con un enfoque singular sobre el trabajo comunitario a favor de la paz que lo han convertido en un referente nacional; configurando un amplio conjunto de procesos sociales, culturales, económicos y políticos, en el ámbito local y regional convirtiéndose en un modelo de intervención en las zonas rurales catalogadas como los espacios más golpeados por los diferentes conflictos y más desamparadas por el estado.

Concordantemente, con la implementación de estos acuerdos se crearon cinco organismos:

La Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición, la Unidad de Búsqueda para Personas dadas por Desaparecidas; la Jurisdicción Especial para la Paz; Las medidas de reparación integral para la construcción de paz y las garantías de no repetición. (ABC C. , 2016, pág. 16)

De acuerdo con el punto cinco del acuerdo de Paz, el PDPMM trabaja con dos de los cinco organismos creados, la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición y la Unidad de Búsqueda para Personas dadas por Desaparecidas.

De este modo, el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio desde su perspectiva de trabajo y a partir de la implementación de los acuerdos de paz se encuentra trabajando concretamente con la organización “unidad de búsqueda de personas dadas por desaparecidas” y “la Comisión de la Verdad”, predominantemente el PDPMM mediante el acercamiento a las familias recolecta testimonios, datos y sigue los indicios para mediar con la JEP para lograr localizar a los desaparecidos y cumplirle a sus seres queridos, de igual forma genera informes a

través de los relatos obtenidos para posteriormente presentarlos de manera voluntaria ante la comisión de la verdad; de esta manera, estos dos organismos (“unidad de búsqueda de personas dadas por desaparecidas” y “la Comisión de la Verdad”) obtienen ayuda de la organización que posee una amplia experiencia fortaleciendo los pilares de la paz a partir del desarrollo económico y social.

Actualmente, el PDPMM es financiado por la empresa ISIS mediante el convenio marco 1510000010 entre Intercolombia S.A. E.S.P. y el PDPMM convenio derivado 1710000141 (2022); para la realización de sus actividades en los municipios del Magdalena Medio y la Vizcaína perteneciente al municipio de San Vicente de Chucuri dado que es zona de influencia petrolera y presenta vulnerabilidad social y económica.

4.2.1 ASOCAVIZ

Reglamento (CE) 178/2002, y con las normas de higiene establecidas en el reglamento (CE) 852/2004 para exportar cacao a la unión europea, de igual forma se rige por el reglamento (UE) No 488/2014 de la comisión de 12 de mayo de 2014 que modifica el reglamento (CE) no 1881/2006 en donde se estipulan los niveles máximos permitidos de cadmio en el Cacao y productos derivados. (Mincomercio, 2022, pág. 1)

Normas Generales sobre Etiquetado de los Alimentos

Los productos alimenticios, comercializados en la Unión Europea (UE) deben cumplir con las normas de etiquetado de la UE; hay dos (2) tipos de disposiciones de etiquetado aplicables a los productos alimenticios: la primera son ordenanzas de carácter general sobre etiquetados de alimentos y la segunda son específicos y disponen provisiones determinadas para ciertos grupos de productos.

En cuanto a la *normatividad colombiana*, ASOCAVIZ debe cumplir, conformes a la declaración de certificación (Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF) 12), la siguiente normatividad fitosanitaria:

Certificado fitosanitario para exportación del ICA, para obtener este certificado debe realizar los siguientes pasos:

- Debe acercarse o contactarse con la seccional ICA y programar la respectiva visita técnica de verificación de acuerdo con el tipo de solicitud (Inscripción, renovación o modificación de registro ICA).
- La seccional ICA procede a emitir su resolución de inscripción, renovación o modificación, con lo cual puede ya inscribirse en el aplicativo SISPAPE “Sistema de Información Sanitario para Importación y Exportación de Productos Agrícolas y Pecuarios”.
- Para el proceso para el registro ICA como importador o exportador de semillas o material de propagación. (ICA, 2022)

5. Aportes

5.1 Aportes de Madoco XXI S.A.S. BIC a la estudiante

Adquirir nuevos conocimientos en cuanto a relacionamiento comercial con proveedores y clientes de la empresa; teniendo en cuenta que uno de los objetivos fundamentales para el éxito comercial es atender las necesidades y exigencias de los mismos.

Consecuentemente, las responsabilidades de las funciones desempeñadas eran altas, por lo tanto, la estudiante adquirió una autonomía laboral, convirtiéndose así, en una mujer más

proactiva, recursiva y sin límites para alcanzar cada uno de los requerimientos comerciales exigidos por la empresa.

5.1.2 Aportes de la estudiante a Madoco XXI S.A.S. BIC

La creación de una base de datos física y sistemática (Excel) de todas las facturas locales, regionales, nacionales e internacionales pagadas por la empresa para llevar una cuantificación del aporte económico que realiza la empresa con el fin de fortalecer el interés colectivo de la economía nacional. (Apéndice 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31)

Seguidamente, el rol como mujer en la oficina de internacionalización y compras internacionales de la empresa, fue un avance en perspectiva de género, ya que este cargo fue ocupado por hombres dada la cultura de negocios, de los directivos, del relacionamiento con directivos de las otras áreas de la empresa y en la recepción y revisión de mercancías en bodega.

Finalmente, las habilidades de negociación, compañerismos y la destreza de desempeñar diferentes funciones que demanda el área, además de generar un ambiente laboral positivo, manteniendo siempre una actitud de compromiso con la empresa y el desarrollo de una propuesta de mejora. (Apéndice 32)

5.2 Aportes al Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio

Coordinar el proceso de diseño de los empaques de ASOCAVIZ con el fin de que sean más atractivos, resistente y amigables con el medioambiente, además crear material publicitario para la incursión de la asociación en la comercialización electrónica de sus productos y la participación de la asociación en el Chocoshow en Bogotá. En donde se logró el relacionamiento con extranjeros para futuras negociaciones. (Apéndice 33, 34 y 35)

Por otra parte, participar directamente en los espacios empresariales otorgados por ProColombia, Pro Barrancabermeja, cámara de comercio de Barrancabermeja y demás entidades para la preparación empresarial de la asociación. (Apéndice 36)

Finalmente, manifestar una propuesta de mejora en los procesos internos de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína y participar activamente en la coordinación y logística de los diferentes eventos sociales, productivos, económicos realizados por el programa y la asociación. (Apéndice 37)

5.2.1 Aportes del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio a la estudiante

Obtención de contactos profesionales que han sido una oportunidad para conocer otros campos de acción en lo profesional, además del aporte de nuevos conocimientos y relacionamiento para la ejecución de proyectos.

Así mismo, la capacidad de organización, compromiso y disciplina, en la coordinación de actividades dado al impacto que generan en las comunidades y el trabajo en conjunto para mejorar los entornos sociales y económicos de los sectores más vulnerables. También, el fortalecimiento de las habilidades comunicativas e interpersonales para relacionamiento con personas de diferentes gremios de la industria, clases sociales y poblaciones vulnerables en donde se busca el involucramiento, compromiso y trabajo en equipo.

Finalmente, fortalecer la convicción de que el énfasis de relaciones internacionales fue la mejor elección de la estudiante para iniciar su proyecto de vida profesional, encaminada en la ayuda a las poblaciones más vulnerables sin dejar de lado el mundo empresarial.

6.Conclusiones

El haber realizado las prácticas profesionales en dos entidades diferentes no era el objetivo principal, pero permitieron que la estudiante comprendiera las diferentes funciones, retos y aspectos que corresponde a cada entidad, por una parte, la visión amplia del mundo empresarial que le aportó la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC y, por otra parte, trabajar con el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio en temas sociales, económicos y culturales de poblaciones vulnerables.

El objetivo principal fue siempre desarrollar y utilizar los conocimientos adquiridos durante el periodo de estudio en la universidad Santo Tomás y complementarlos con los conocimientos adquiridos en la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC; el que las prácticas estuvieran relacionadas con la carrera permitió el fortalecimiento de los conocimientos de la estudiante en el área económica al momento de negociar con los proveedores, analizar el precio del dólar y proyectar las futuras compras con base en esta divisa.

Consecuentemente, profundizar en los términos de negociación, realización de reportes de compras y producción durante el periodo de práctica, teniendo en cuenta que la empresa se encontraba en un proceso de recuperación financiera debido a las pérdidas económicas causadas por la pandemia. También, la estudiante pudo poner en prácticas las habilidades para estar frente a diferentes públicos y en especial actos directivos de Ecopetrol.

Por otra parte, durante la estancia en la empresa la estudiante pudo relacionarse con personas de las diferentes áreas administrativas y de producción quienes a su vez provienen de ciudades diferentes del país y de quienes pudo tomar los consejos necesarios; el convivir con ellos le permitió comprender las diferencias culturales, las formas de organización para ejercer sus funciones, las diferentes personalidades, la expresión de las emociones... y del cómo se adaptan

las personas a la cultura de trabajo que crean los gerentes en la empresa, siendo este un tema interesante dado que es ignorado en las compañías y es quizás uno de los pilares fundamentales para evitar conflictos internos y el bajo rendimiento laboral de los empleados en especial en una empresa que se dedica a la fabricación de prendas de seguridad para trabajos de altos riesgos.

Sin embargo, existieron algunas limitaciones que la estudiante fue superando a través del tiempo. Una de ellas represento un reto especial, debido a la poca información de la estudiante en la industria de las prendas de seguridad, además la identificación del sin número de piezas que se emplean para fabricar cada modelo, los diferentes tipos de máquinas para fabricarlas y cantidad de herramientas que utilizan los empleados para armar las piezas en el área de producción, lo cual complicaba la realización de los pedidos dado que se debía identificar para que área era el insumo y a que proveedor se le debía realizar la compra.

No obstante, la estudiante efectuó contacto con cada directivo de las diferentes áreas, especialmente la de producción, participaba en cada reunión programada con los proveedores, compradores y directivos de la empresa, además, realizó un reconocimiento de cada proveedor, se preparó día a día para identificar cada producto e insumo con ayuda de las muestras otorgada por los proveedores para lograr así, memorizar texturas, colores, olores, peso, porcentaje de los componentes y nombres de las diferentes telas en especial, al igual que lograr programar los tiempos para solicitar el pedido de cada insumo. Este proceso representó un importante aprendizaje y motivación para investigar más sobre esta industria, dado que la estudiante siempre ha tenido una especial fascinación por la industria textil en sus diferentes áreas y siempre está deseosa de aprender más sobre ella.

Otro de los principales retos era el tener que proyectar o esperar la fluctuación del dólar al momento de gestionar las compras con los proveedores internacionales, la empresa en su proceso

de recuperación económica se encontraba bajo presión, un error en las proyecciones para los pagos suponía la pérdida de millones de pesos y el riesgo permanente de perder solvencia económica para las producciones programadas lo que desencadenaría una pérdida de clientes. A su vez, el encargado no podía incurrir en errores en la utilización de los programas de compras. Estos retos fueron tomados como oportunidades de crecimiento que la estudiante fue superando con éxito.

Posteriormente, la estudiante ingreso al Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio con el objetivo de interiorizar en el funcionamiento de la cooperación internacional, la gestión de recursos con las diferentes entidades gubernamentales y privadas para el desarrollo de proyectos que buscan mejorar los entornos sociales, la economía y la calidad de vida de las poblaciones vulnerables.

Para esto, el PDPMM en primera instancia, realizo un acercamiento de manera conjunta con la estudiante para crear un plan de trabajo con base en la experiencia de preparación académica otorgada por la universidad a la estudiante y la experiencia de trabajo de los directivos del programa en pro del desarrollo de la asociación ASOCAVIZ y de la comunidad de la Vizcaína, sector alejado de la cabecera municipal de San Vicente de Chucuri, siendo esta una zona con influencia petrolera y es declarada zona protegida. Esta zona por su ubicación geográfica, riqueza natural (en especial fuentes hídricas que están desapareciendo por diversos factores económicos) reúne varias problemáticas ambientales y socioeconómicas que convierten a sus pobladores en verdugos y víctimas de injusticias; al ser una zona fronteriza con el Magdalena Medio el PDPMM amplió su participación para efectuar cambios de paz desde las comunidades.

Así mismo, el programa le oferto a la estudiante el desafío de apoyar e impulsar a una asociación como lo es ASOCAVIZ (Asociación de Cacao cultores de la Vizcaína) que a diferencia de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC no contaba con la organización departamental ni con el

área de producción y transformación completas para la producción a escala de los productos ofertados. Los miembros de la asociación son campesinos emprendedores que buscan mejorar su calidad de vida y quienes demostraron tener la motivación suficiente para superar cada reto, por este motivo, la estudiante aceptó la oferta, por el hecho de que se trataba de cambiarle la vida a estas personas, de aportar con sus conocimientos para el crecimiento de la asociación, puesto que la conocía de cerca.

Inicialmente, fueron numerosos los retos asumidos, uno de los más desatcados fue participar en la feria del Shocoshow dado que la asociación contaba con un empaque con información desactualizada y que no contenía el registro INVIMA que hacía algunos días habían obtenido, para lo cual la estudiante en una semana logró crear en conjunto con el PDPMM las nuevas etiquetas y adquirió los empaques con material Kraft para empacar el producto que se presentaría en la feria, al igual que gestionar por medio de la alcaldía municipal la financiación de los gastos de viaje, planificar la organización del stand, informarse sobre lo relacionado con el cacao, la producción, transformación del producto para realizar una exposición de manera exitosa, resaltando la participación de la estudiante por primera vez en la feria sin el acompañamiento de algún miembro de la asociación.

Estos retos fueron tomados de una manera positiva, permitiendo así el relacionamiento con los Griegos, quienes a través de la interacción de un tiempo limitado quedaron fascinados con el cacao chucureño y decidieron visitar este bello municipio; la estudiante se encargó de organizar las rutas de llegada y fue su guía turística por tres días, en donde visitaron lugares históricos, fincas cacaoteras, sitios turísticos, presenciaron eventos culturales, interactuaron con la gente y estuvieron en ASOCAVIZ visitando sus instalaciones con el interés de plantear negociaciones a futuro. Infortunadamente, la asociación no contaba aún con los requerimientos para exportar cacao

en grano por lo que se procedió a negociar con FEDECACAO para suplir la demanda que el señor Georges requería.

Otro de los retos fue la promoción de la asociación, dado que ellos no tienen los conocimientos tecnológicos, la solvencia económica para promocionarlos y también, son tímidos frente a públicos numerosos, con paciencia y amor, la estudiante les ayudo con concejos y ejercicios para superar estos retos. El tener que investigar más a profundidad sobre el mundo del chocolate fue una experiencia enriquecedora, permitió identificar que un alto porcentaje de exportaciones realizadas en Colombia son de cacao en grano, aún no hay una cultura de transformación del grano para exportar (el cacao transformado genera más rentabilidad que el cacao en grano).

El cacao es el producto estrella del municipio de San Vicente de Chucurí y el principal sustento de las familias campesinas que aun con la pésima infraestructura vial, problemas sociales que aquejan al país y las dificultades que comprende cosechar y sacar el grano seco, no desisten de cultivarlo, aman trabajar en el campo, aman cosechar el grano que ha sido ganador al mejor cacao del mundo; ellos merecen trabajar dignamente, merecen la oportunidad de mejorar sus ingresos, de superarse y convertirse en empresarios.

La estudiante asumió estos retos, ya que al iniciar su carrera su principal objetivo era ayudar a su gente, motivar a las futuras generaciones campesinas a prepararse y dedicarse a los oficios que les apasionaran. La estudiante se sentía plenamente identificada con los miembros de la asociación porque fue criada en el campo y conoce de primera mano lo que es enfrentarse día a día al olvido estatal, a la vulnerabilidad que representan estas zonas alejadas del país; el olvido social, falta de educación, la constante resistencia ante los grupos armados ilegales, a las principales compañías extractoras de hidrocarburos y recursos naturales que desplazan a

centenares de familias. De igual manera, conoce lo hermoso de la vida en el campo, disfrutar de la naturaleza, compartir con los animales, apreciar la fauna y la flora y; la importancia de proteger los recursos naturales que se agotan día a día.

El trabajar con el programa y la asociación fue quizás el mayor logro personal y profesional que ha podido realizar hasta el momento, porque cada acto efectuado ha repercutido de manera positiva en su comunidad y en cada una de las personas a las que ha tenido oportunidad de ayudar. El trabajo social que ha ejercido desde niña ha sido la clave para que la estudiante decidiera elegir el énfasis de las Relaciones Internacionales, enfocando la carrera hacia la cooperación internacional; ya que su principal pasión es proteger a los más vulnerables, ayudar al progreso de las comunidades, reducir la brecha de género y crear herramientas para que los niños, niñas y jóvenes de los sectores tengan mayores oportunidades de estudio reduciendo la condena de una vejez solitaria sin recursos económicos por el solo hecho de elegir una vida en el campo.

A futuro, el deseo de la estudiante es poder especializarse en relaciones internacionales de cooperación en Canadá y crear un programa en donde se pueda financiar el intercambio cultural a otros países de jóvenes rurales colombianos, al igual que trabajar con diferentes organizaciones sociales apoyando las diversas causas que ayudan al mejoramiento social y económico del país.

Así mismo, desea llegar al congreso de la república para crear políticas más afines a la realidad social del país, en donde se inicie con programas de vivienda más eficientes para las poblaciones vulnerables, implementar nuevas políticas en el sector salud, mejorar la infraestructura vial, reforzar las zonas portuarias, e invertir en el agro colombiano, entre otros factores que afectan a Colombia y que están identificados, pero que no han sido intervenidos de manera adecuada.

Por otra parte, la posibilidad de ser practicante en una empresa, una entidad y una asociación no estaba en los objetivos planteados inicialmente por la estudiante, como fue

mencionado en oportunidades anteriores, por consiguiente, le fue una experiencia enriquecedora que estaba alineada con las pasiones de la estudiante que al empezar su carrera profesional no contemplaba que esta le brindara la oportunidad de ejercer en el mundo empresarial y social.

La experiencia le fue realmente satisfactoria con los resultados obtenidos en el proceso, todas las partes se beneficiaron al mismo tiempo que obtuvieron mejoras en algunas de las áreas que lo ameritaban.

Las prácticas profesionales como complemento de la carrera son un pilar fundamental dado que las habilidades y destrezas que se adquieren en campo laboral no podrán ser desarrolladas únicamente con la teoría, además, el obtener este tipo de experiencia laboral se convierte en una ventaja competitiva para el estudiante.

Para concluir, es importante resaltar que este ejercicio de prácticas profesionales expande la visión del mundo empresarial y la cultura de los negocios en su máximo esplendor, ciertamente comprueba que la universidad es coherente con la educación que imparte, a la vez que está en constante mejoramiento para brindar a sus alumnos las mejores herramientas, capacidades y destrezas que le permitan asumir cada reto impuesto en su vida profesional, de igual manera, la educación integral y humanística expande e invita al estudiante a que actúe con decoro y este en constante lineamiento con las exigencias que traen consigo los cambios que vive el mundo en su objetivo porque cada país se une a la globalización. La estudiante se siente orgullosamente Tomasina y tiene la plena seguridad de que su vida profesional y personal será próspera.

Referencias

- ABC. (2019). *DIAN*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Documents/ABC-Aspectos-basicos-Exportacion.pdf>
- ABC, C. (2016). *Cartilla abc del acuerdo final2*. Obtenido de <https://www.tejidosignifugos.com/wp-content/uploads/documentos/reaccion-al-fuego.pdf>
- ALADI. (2020). *La Nomenclatura y la Clasificación Arancelaria*. Obtenido de http://www2.aladi.org/biblioteca/Publicaciones/ALADI/Secretaria_General/Fichas_ALADI/03_Nomenclatura.pdf
- ANCRACI. (24 de octubre de 2019). *ANCRACI*. Obtenido de <https://anraci.org/blog/underwriters-laboratories-ul/#:~:text=UL%20ofrece%20la%20%E2%80%9Ccertificaci%C3%B3n%E2%80%9D%20relacionada,empresas%20de%20servicios%20y%20consumidores>.
- APC. (26 de Junio de 2021). *gov.co*. Obtenido de <https://apccolombia.gov.co/comunicaciones/glosario>
- BIC, M. X. (2021). *Madoco*. Obtenido de <https://Madoco.co/sostenibilidad/>
- Camargo, A. (2019). *Agqlabs*. Obtenido de <https://www.google.com/amp/s/agqlabs.pe/2019/03/13/regulacion-de-cadmio-en-productos-del-cacao/>.
- CCB. (2022). *Camara de Comercio de Bucaramanga*. Obtenido de <https://www.camaradirecta.com/media/189344fc2dc2c738d51bcc36b79c9854d611a82.pdf>

- CINEB. (2020). *Corferias*. Obtenido de <https://corferias.com/es/conoce-mas-sobre-corferias/#:~:text=Una%20sociedad%20de%20car%C3%A1cter%20privado,de%20la%20sociedad%20en%20general>.
- Colombia, C. d. (28 de marzo de 2022). Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1957_2019.html
- Congreso. (26 de enero de 2006). Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- ICA. (2022). Obtenido de <http://www.ica.gov.co/Normatividad/Normas-Ica/Resoluciones.aspx>
- ICA. (2022). Obtenido de 1. http://www.ica.gov.co/servicios_linea/sispap.aspx
- Icontec. (2022). Obtenido de https://www.icontec.org/eval_conformidad/certificacion-iso-9001-sistema-de-gestion-de-calidad/#:~:text=La%20certificaci%C3%B3n%20ICONTEC%20ISO%209001,como%20el%20Sistema%20de%20Gesti%C3%B3n
- IEP. (2022). *Isntituto Europeo de Posgrado*. Obtenido de <https://www.iep-edu.com.co/movil/index.php?c=2§ion=34908#:~:text=El%20comercio%20exterior%20es%20el,en%20particular%20con%20otras%20naciones>.
- ISSU. (2018). *Ley 1480 del Estatuto del Consumidor*.
- Legis, R. (10 de junio de 2021). *LEGIS*. Obtenido de <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/importancia-importacion-bienes>
- Madoco. (2022). *Madoco*. Obtenido de <https://Madoco.co/mision-y-vision/>
- MINCOMERCIO. (2022). *Oficina en Bruselas para la unión Europea*. Obtenido de <https://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/union-europea/5-enlaces-e->

informacion-de-interes/guias-e-instructivos-para-la-exportacion-de-bienes/cacao-y-productos-derivados/cacao-y-productos-derivados.pdf.aspx

MIPG, G. (2022). Obtenido de Gov.co: https://www.funcionpublica.gov.co/glosario/-/wiki/Glosario+2/Alianza?_com_liferay_wiki_web_portlet_WikiPortlet_redirect=https%3A%2F%2Fwww.funcionpublica.gov.co%2Fglosario%3Fp_p_id%3Dcom_liferay_wiki_web_portlet_WikiPortlet%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3D1%26p_p_mode%3Dview%26p_p_theme%3Ddefault%26p_p_theme_variant%3Ddefault

Morales, F. C. (19 de mayo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/compra.html>

PDPMM. (20 de agosto de 2015). *Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio*. Obtenido de <https://www.pdpmm.org.co/index.php/el-programa>

PID. (2022). *Fedecacao*. Obtenido de <https://www.pidamazonia.com/content/federaci%C3%B3n-nacional-de-cacaoteros-fedecacao>

PROBARRANCABERMEJA. (2022). *PROBARRANCABERMEJA*. Obtenido de <https://probarrancabermeja.org/historia.php>

PROCOLOMBIA. (2022). *PROCOLOMBIA*. Obtenido de <https://procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>

Rueda, O. (12 de octubre de 2011). *Gov.co*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306#:~:text=Esta%20ley%20tiene%20como%20objetivos,para%20su%20salud%20y%20seguridad.>

Servisoft. (29 de 11 de 2019). Obtenido de <https://www.google.com/search?q=1.+Digitalizar+documentos+en+papel%3A+hace+que+los+procesos+sean+m%C3%A1s+eficientes+y+faciliten+la+b%C3%BAsqueda+y+recu>

peraci%C3%B3n+de+los+mismos.+2.+Centralizar+el+contenido+corporativo%3A+ubicar+toda+la+documentaci%C3%B3n

Westex. (2022). Obtenido de <https://es.westex.com/blog/cinco-hechos-que-usted-necesita-conocer-sobre-las-telas-ignifugas/>

Apéndices

Apéndice 1. Certificado de Cámara de comercio de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC


 Cámara de Comercio de Barrancabermeja
MADOCO XXI S.A.S
 Fecha expedición: 2017/11/27 - 11:25:59 **** Recibo No. S000090384 **** Num. Operación. 01CPC1127038

CODIGO DE VERIFICACIÓN vRkduFKzyw

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

LA Cámara de Comercio de Barrancabermeja CON FUNDAMENTO EN LAS MATRÍCULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL,

CERTIFICA - DATOS BÁSICOS

NOMBRE o RAZÓN SOCIAL: MADOCO XXI S.A.S
 ORGANIZACIÓN JURÍDICA: SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
 CATEGORÍA : PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL
 NIT : 900347831-9
 ADMINISTRACIÓN : BARRANCABERMEJA
 MATRÍCULA NO : 76317
 FECHA DE MATRÍCULA : MARZO 19 DE 2010
 DIRECCIÓN : CL 60 23 36 BRR GALAN
 BARRIO : GALAN GOMEZ
 MUNICIPIO / DOMICILIO: 68081 - BARRANCABERMEJA
 TELÉFONO 1 : 6220988
 TELÉFONO 2 : 3102780747
 CORREO ELECTRÓNICO : contabilidad@madoco21.com

CERTIFICA - DATOS DE NOTIFICACIÓN JUDICIAL

DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN JUDICIAL : CL 60 23 36 BRR GALAN
 MUNICIPIO : 68081 - BARRANCABERMEJA
 TELÉFONO 1 : 6220988
 TELÉFONO 2 : 3102780747
 CORREO ELECTRÓNICO : contabilidad@madoco21.com

CERTIFICA - RENOVACION

RENOVACIÓN DE LA MATRÍCULA MERCANTIL : MARZO 22 DE 2017
 ÚLTIMO AÑO RENOVADO : 2017

CERTIFICA - CONSTITUCIÓN

POR DOCUMENTO PRIVADO DEL 17 DE MARZO DE 2010 DE LA BARRANCABERMEJA, SUSCRITO EN BARRANCABERMEJA, REGISTRADO EN ESTA CÁMARA DE COMERCIO BAJO EL NÚMERO 13270 DEL LIBRO IX DEL REGISTRO MERCANTIL EL 19 DE MARZO DE 2010, SE INSCRIBE : LA CONSTITUCIÓN DE PERSONA JURIDICA DENOMINADA MADOCO XXI S.A.S.

CERTIFICA - REFORMAS

DOCUMENTO	FECHA	PROCEDENCIA DOCUMENTO	INSCRIPCION	FECHA
2	20100716	ASAMBLEA DE ACCIONISTAS	RM09-13655	20100804
3	20110509	ASAMBLEA DE ACCIONISTAS	RM09-14445	20110512

CERTIFICA - VIGENCIA

QUE LA DURACIÓN DE LA PERSONA JURÍDICA (VIGENCIA) ES HASTA EL 19 DE MARZO DE 2030

CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONÓMICA

ACTIVIDAD PRINCIPAL : C1410 - CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL

CERTIFICA -- OBJETO SOCIAL

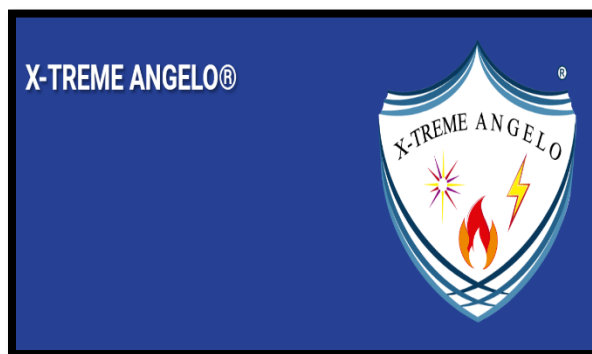
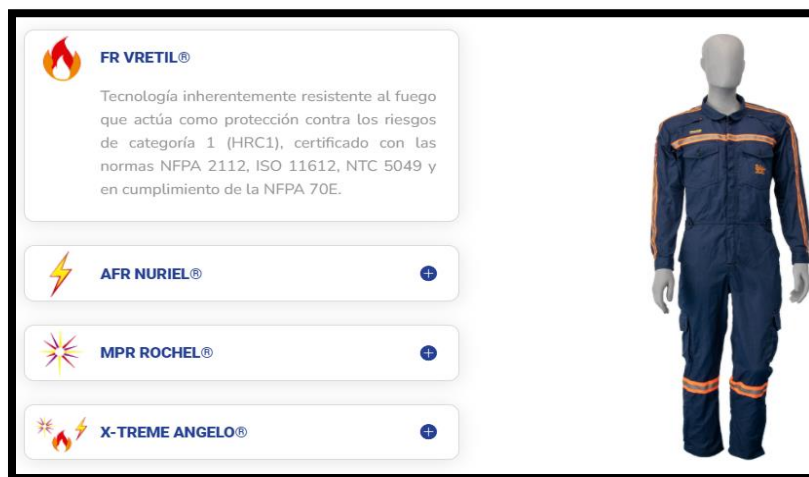
OBJETO SOCIAL: QUE POR ACTA NO. 0003 DE ASAMBLEA DE ACCIONISTA DEL 09 DE MAYO DE 2011 ANTES CITADA CONSTA:
 LA SOCIEDAD TIENDE COMO OBJETO SOCIAL PRINCIPAL EL DISEÑO, FABRICACION, Y COMERCIALIZACION DE ROPA INDUSTRIAL. ASI MISMO, PODRA: REALIZAR CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD ECONOMICA LICITA TANTO EN COLOMBIA COMO EN EL EXTRANJERO ESPECIFICAMENTE LA IMPORTACION Y EXPORTACION DE: TELAS, HILOS, CIERRES, BROCHES,

Apéndice 2. *Razón social de Ecopetrol (Madoco XXI S.A.S. BIC)*

Ecopetrol S.A. es una Sociedad de Economía Mixta, de carácter comercial, organizada bajo la forma de sociedad anónima, del orden nacional, vinculada al Ministerio de Minas y Energía, de conformidad con lo establecido en la Ley 1118 de 2006, regida por los Estatutos Sociales que se encuentran contenidos de manera integral en la Escritura Pública No. 5314 del 14 de diciembre de 2007, otorgada en la Notaría Segunda del Círculo Notarial de Bogotá D.C.

Apéndice 3. Certificado Cámara de Comercio del Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio.

CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA Unidos por la competitividad		CORPORACION DESARROLLO Y PAZ DEL MAGDALENA MEDIO	
Fecha expedición: 2021/06/16 - 12:31:07 ****		Recibo No. S000382118 **** Num. Operación. 99-USUPUBXX-20210616-0016	
CODIGO DE VERIFICACIÓN wAkjWgFqu			
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL O DE INSCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS.			
Con fundamento en las inscripciones del Registro de Entidades sin Ánimo de Lucro y de la Economía Solidaria,			
CERTIFICA			
NOMBRE, SIGLA, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO			
NOMBRE o RAZÓN SOCIAL: CORPORACION DESARROLLO Y PAZ DEL MAGDALENA MEDIO			
SIGLA: CDPMM			
ORGANIZACIÓN JURÍDICA: ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO			
CATEGORÍA : PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL			
NIT : 829002542-7			
ADMINISTRACIÓN DIAN : BARRANCABERMEJA			
DOMICILIO : BARRANCABERMEJA			
MATRICULA - INSCRIPCIÓN			
INSCRIPCIÓN NO : S0500918			
FECHA DE INSCRIPCIÓN : JULIO 12 DE 2001			
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2021			
FECHA DE RENOVACIÓN DE LA INSCRIPCIÓN : MARZO 18 DE 2021			
ACTIVO TOTAL : 6,223,593,000.00			
GRUPO NIIF : GRUPO II			
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES			
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL : CALLE 49 N° 6B-93 APARTAMENTO 702 EDIF LA TORA SECTOR COMERCIAL			
BARRIO : SECTOR COMERCIAL			
MUNICIPIO / DOMICILIO: 68081 - BARRANCABERMEJA			
TELÉFONO COMERCIAL 1 : 6220274			
TELÉFONO COMERCIAL 2 : NO REPORTÓ			
TELÉFONO COMERCIAL 3 : NO REPORTÓ			
CORREO ELECTRÓNICO No. 1 : ubencel@gmail.com			
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL : CALLE 49 N° 6B-93 APARTAMENTO 702 EDIF LA TORA SECTOR COMERCIAL			
MUNICIPIO : 68081 - BARRANCABERMEJA			
BARRIO : SECTOR COMERCIAL			
TELÉFONO 1 : 6220274			
CORREO ELECTRÓNICO : ubencel@gmail.com			
NOTIFICACIONES A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO			

Apéndice 4. Portafolio de productos de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC (1)

Apéndice 4. Portafolio de productos de la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC (2)



Apéndice 5. Portafolio de productos de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína (PDPMM)

Servicio de vivero, árboles frutales, agroforestales y planta de cacao



Apéndice 6. ¿Qué es el certificado UL? (Madoco XXI S.A.S. BIC)

UL ofrece la “certificación” relacionada con la seguridad, validación, pruebas, inspección, auditoría, y capacitación de servicios a una amplia gama de partes interesadas, incluyendo: fabricantes, comerciantes, legisladores, reguladores, empresas de servicios y consumidores. Ayuda a las empresas a demostrar la seguridad de sus productos y la conformidad con los requisitos del mercado, gestionar la transparencia, ofrecer calidad y rendimiento, proteger la reputación de la marca, mejorar la sostenibilidad, generar excelencia en el lugar de trabajo y contribuir al bienestar social. (ANCRACI, 2019, pág. 1)



</

01/12/2016

24-May-12

Compra Subtotal	Novedades Orden de Compra	Observaciones Generales	Datos Responsabilidades	Datos Paguición	Novedades Devoluciones	Observaciones Generales	Control y Seguimiento a Ordenes de Compra	Estado Orden		
Orden	Doc. MonedaFechaEjerc.	Pago Detor Choro	Alto Orden Al Proveedor	Elabor OC Elabor RD	No RD Definito RD	Fecha Contolado NuMCom	Observacion RecepcioObservacion Devolucion	FechaCierreCierreCierreCierre	Observacion Recepcio	Estado
41,425	6280	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 2 S S		41	CERRADA	
41,425	6280	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 2 S S		21	CERRADA	
41,425	6213	ORDEN COOP 27-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	19-Abr-11 2 S S		1	CERRADA	
573,900	6225	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 2 S S		25	CERRADA	
6,915,000	6255	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	17-Abr-11 2 S S		10	CERRADA	
6,915,000	6256	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	20-Feb-11 2 S S		2	CERRADA	
590,000	6260	ORDEN COOP 19-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	09-Abr-11 2 S S		4	CERRADA	
5,644,000	6261	ORDEN COOP 28-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	27-Abr-11 2 S N		2	CERRADA	
5,644,000	6262	ORDEN COOP 19-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	18-Correo-11 2 S		18	CERRADA	
239,000	6263	ORDEN COOP 19-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	09-Abr-11 2 S		7	CERRADA	
173,000	6264	ORDEN COOP 19-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	09-Abr-11 2 S		7	CERRADA	
3,240,000	6265	ORDEN COOP 19-Abr-11 CONFIRMADO	NA NA	NA NA	NA NA	09-Abr-11 2 S		1	CERRADA	
5,612,420	6266	ORDEN COOP 26-Abr-11 CONFIRMADO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 2 S		4	CERRADA	
2,400,000	6267	ORDEN COOP 19-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 N S		14	CERRADA	
21,000,000	6268	ORDEN COOP 19-Abr-11 CONFIRMADO	NA NA	NA NA	NA NA	09-Abr-11 2 S		4	CERRADA	
10,500	6269	ORDEN COOP 19-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	09-Abr-11 2 S		1	CERRADA	
8,500	6270	ORDEN COOP 19-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	17-Abr-11 2 S		2	CERRADA	
799,000	6271	ORDEN COOP 19-Abr-11 CONFIRMADO	NA NA	NA NA	NA NA	19-Abr-11 2 S			CERRADA	
2,232,000	6272	ORDEN COOP 26-Abr-11 CONFIRMADO	NA NA	NA NA	NA NA	19-Abr-11 2 S			CERRADA	
1,500,000	6273	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	17-Abr-11 2 S		3	CERRADO	
1,432,000	6274	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 2 S			CERRADA	
142,625,000	6275	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 2 S			CERRADA	
32,400,000	6276	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Feb-11 2 S			CERRADA	
3,830,000	6277	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	24-Abr-11 2 S N			CERRADA	
900,000	6278	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	19-Abr-11 2 S			CERRADA	
1,900,000	6280	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	NA NA	NA NA	19-Abr-11 2 S			CERRADA	
3,370,000	6281	ORDEN COOP 26-Abr-11 CONFIRMADO	NA NA	NA NA	NA NA	19-Abr-11 2 S			1 CERRADA	
1,90	6282	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA	DELTERADO		17-Abr-11 2 S			3 CERRADA	
170,000	6283	ORDEN COOP 26-Abr-11 ORDENTO	NA NA			24-Abr-11 2 S			4 CERRADA	

Moneda:Rublo de

NA

Inicio Empresa Menu Sistema Inscripción Proveedores Movimiento Novedades OrdenCompra FormDevOrdCom FormAnaCom Analisis ...

Se encontraron 35 de 800 registros

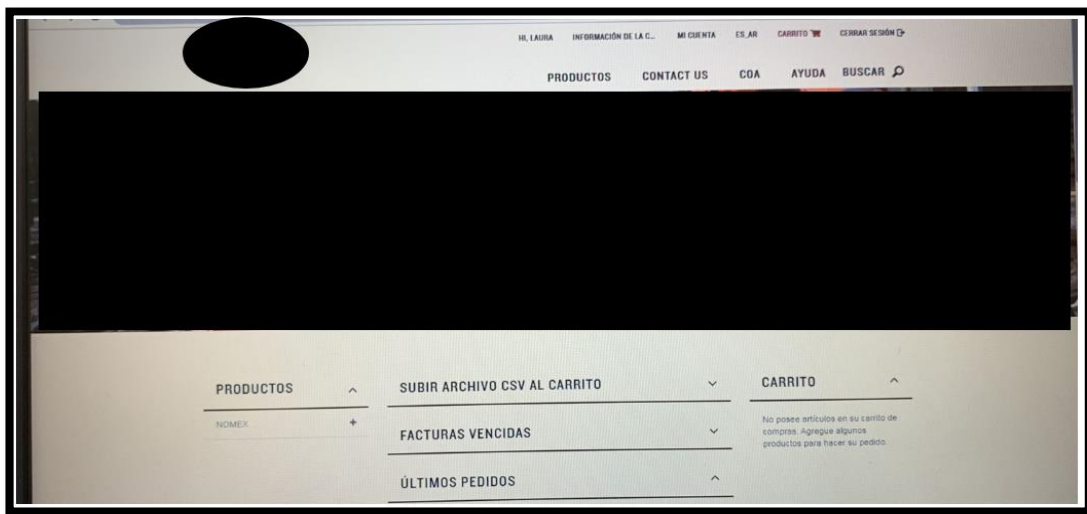
Accesibilidad: es necesario investigar

Recuento: 2

60

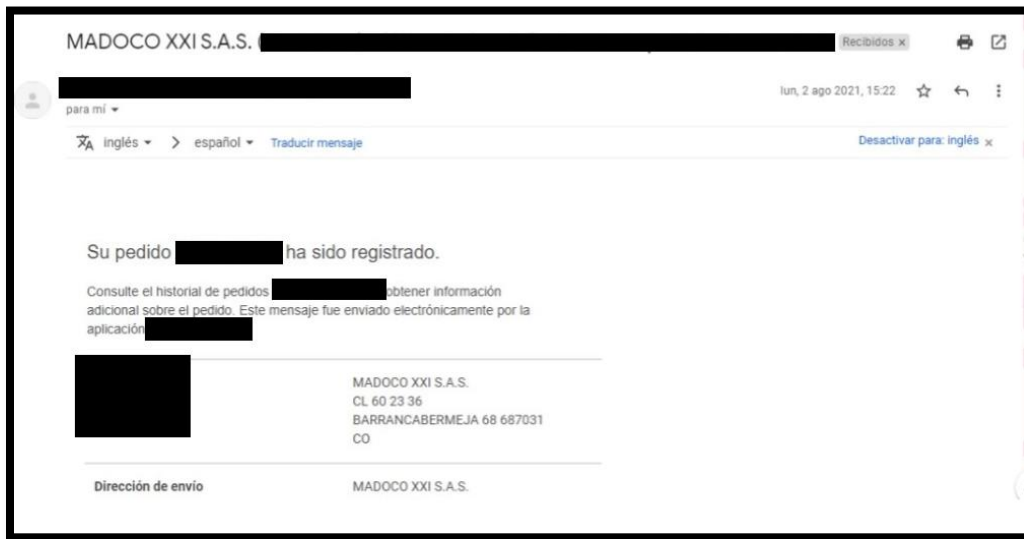
Apéndice 8. Plataforma de compras independientes. (Madoco XXI S.A.S. BIC)

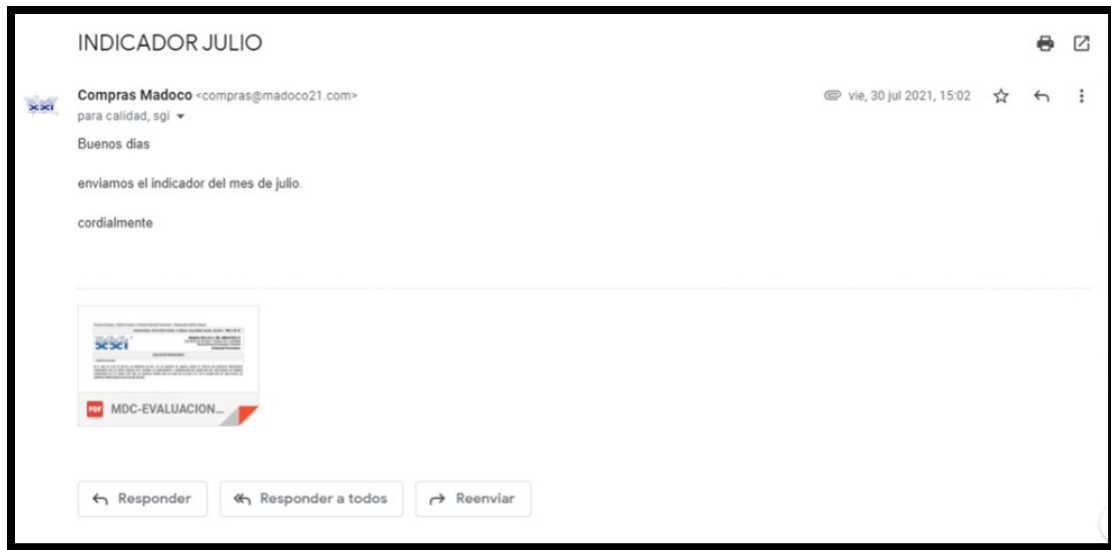
Plataforma de compras Perfomance company



Plataforma de compras Coats Cadena

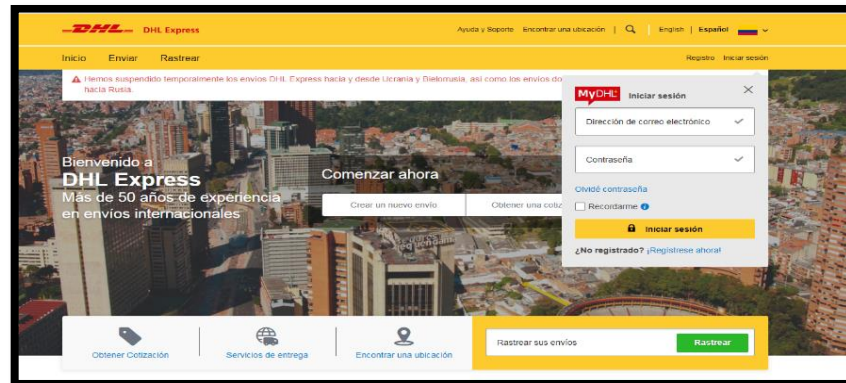


Apéndice 9. *Confirmación de pedidos. (Madoco XXI S.A.S. BIC)*

Apéndice 10. *Notificación de calificación de indicadores al proveedor. (Madoco XXI S.A.S. BIC)*

Apéndice 11. Empresas transportadoras con las que Madoco XXI S.A.S. BIC tiene una relación comercial

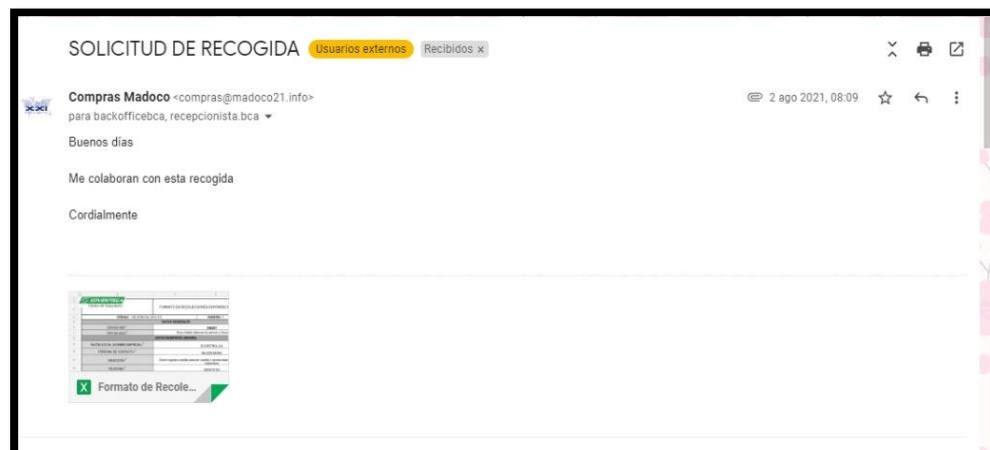
Transporte internacional



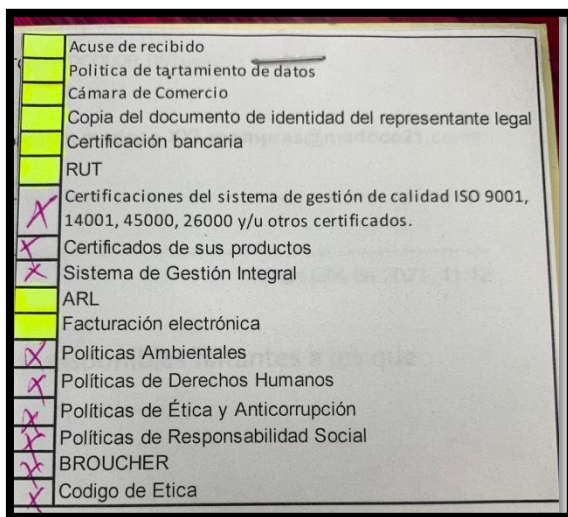
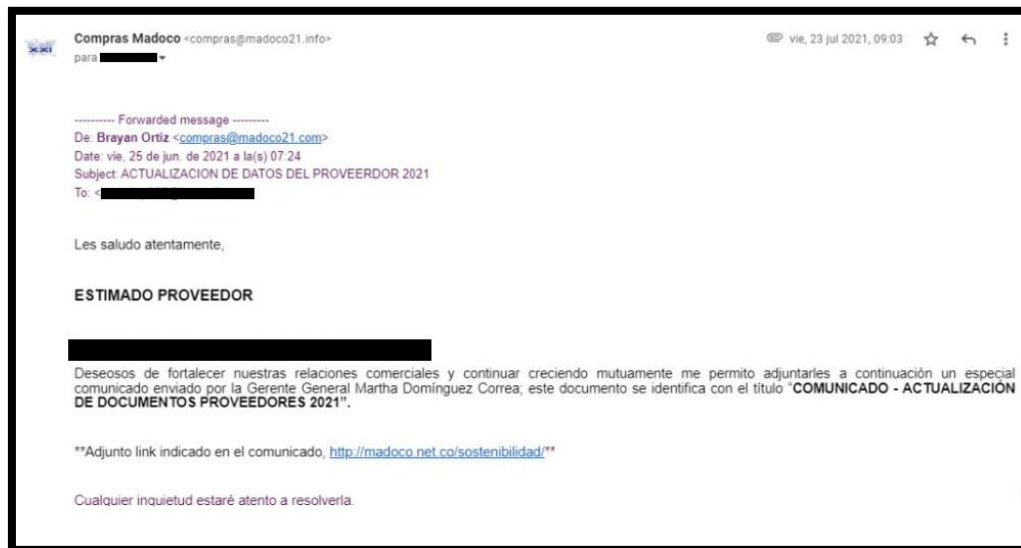
Transporte nacional



Solicitud de recogida de mercancía terminada para posterior entrega al cliente



Apéndice 12. Actualización de la Hoja de vida de los proveedores de Madoco XXI S.A.S. BIC



Apéndice 13. *Visita a instalaciones de XUE Chocolatería Fina Landázuri – 21/10/2021 (PDPMM)*



Apéndice 14. Maquinaria solicitada por ASOCAVIZ. (PDPMM) (1)

Pulverizador y ciclón separador con filtro de mangas para cocoa en polvo

ESPECIFICACIONES				
MATERIAL	Acero inoxidable	Acero Inoxidable	Acero Inoxidable	Acero Inoxidable
CAPACIDAD PRODUCTIVA	25 Kg/h para torta de cocoa - malla de 200	50 Kg/h para torta de cocoa - malla de 200	80-150 Kg/h para torta de cocoa - malla de 200	200-300 Kg/h para torta de cacao - malla de 200
TAMAÑO DE GRANULADO	<5	<10	<15	<15
GRANULARIDAD DE PRODUCTO TERMINADO	Malla de 80 - 320	Malla de 80 - 320	Malla de 150 - 320	Malla de 150 - 320
POTENCIA	13.5 Kw	18.5 Kw	20 Kw	46 Kw
VELOCIDAD (RPM)	6000	6000	5400	3800
DIMENSIONES (MM)	3800x1200x2600	4200x1200x2700	5400x1400x3000	7800x1800x3900
PESO KG	650	950	1300	2000

Conchadora de grano de cacao

MODELO	MONTY 100	
CAPACIDAD	100 L	
TAMAÑO DE GRANO FINO	20-25 μ	
TIEMPO DE MOLIENTA FINA	12-16 h	
POTENCIA	5.5 Kw	
PESO	1050 k	
MEDIDAS (MM)	1200x1150x1050	

Descascarilladora de cacao

ESPECIFICACIONES		
MODELO	WINDCRAKER 50	WINDCRAKER 200
CAPACIDAD	50-100 Kg/h	100-200 Kg/h
TASA DE DESCASCARILLADO	Primera Pasada 93%, Segunda Pasada 98.5%	
TASA DE TRITURACIÓN	<10%	
POTENCIA	3 kW	5.25 kW
PESO	125 Kg	175 Kg
DIMENSIONES (MM)	1570x670x1530	1800x1000x1670

Apéndice 14. Maquinaria solicitada por ASOCAVIZ. (PDPMM) (2)**Enfriador de cacao**

ESPECIFICACIONES			
MODELO	WINDY-100		
CAPACIDAD	50-100 Kg/h		
POTENCIA	0.35 kW		
VELOCIDAD DE MOTOR	1680 RPM		
PESO	60 Kg		
DIMENSIONES (MM)	1050x970x1070		

Horno tostador de cacao

ESPECIFICACIONES				
MODELO	ROASTY 20	ROASTY 35	ROASTY 70	ROASTY 100
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	20 Kg/batch	35 Kg/batch	70 Kg/batch	100 Kg/batch
TIEMPO POR BATCH	20-40 min.			
POTENCIA	0.75 kW	1.1 kW	1.5 kW	2.2 kW
PESO	150 Kg	180 Kg	400 Kg	550 Kg
DIMENSIONES (MM)	910x520x1550	1100x620x1600	1930x870x1800	1930x1070x1950

Refinador de piedras

ESPECIFICACIÓN	
MODELO	ROCKY 8
CAPACIDAD	8 L
FINURA	18-25 μ
VELOCIDAD DE ROTACIÓN	1340 rpm
TIEMPO DE MOLIENDA	24 hrs
POTENCIA	0.55 kW
PESO	35 Kg
DIMENSIONES (MM)	420x700x710

Apéndice 15. *Reunión con María la del Campo, imagen del gremio cacaotero en Colombia. (PDPMM)*



Apéndice 16. *Feria de la comunitariedad franciscana sabores, semillas y saberes. (PDPMM)*



Apéndice 17. *Miembros del programa “Culturízate”. (PDPMM)(1)*



Apéndice 17. *Miembros del programa “Culturízate”. (PDPMM) (2)*

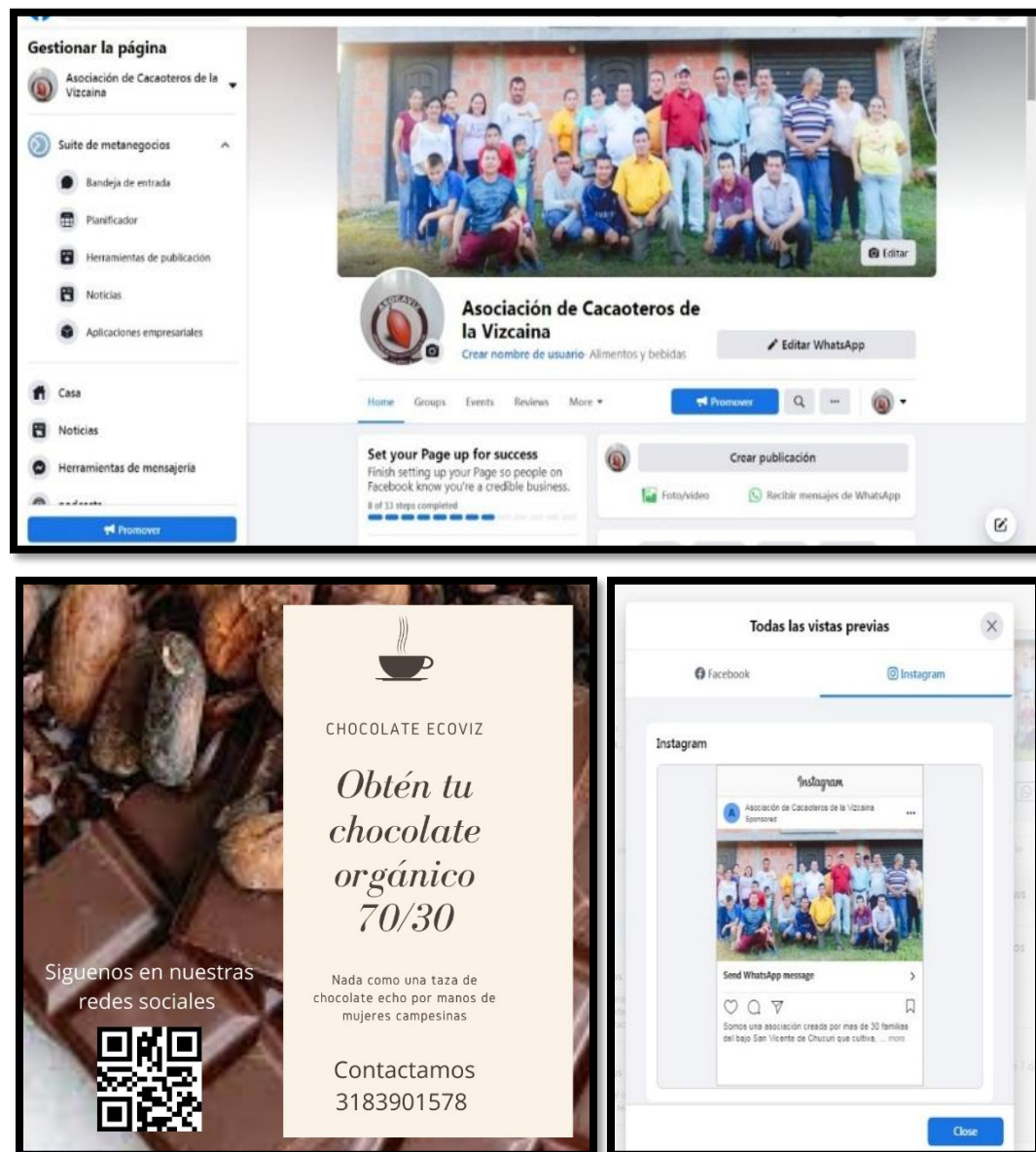
Listado de los asistentes a clases de música

LISTADO DE LAS PERSONAS QUE ASISTIRAN A CLASES DE MUSICA				
	NOMBRE	EDAD	VEREDA	INSTRUMENTO
1	GABRIELA MAYORGA	14	Nuevo Horizonte	Piano
2	DANNA VILLAN	10	Nuevo Horizonte	Guitarra
3	MICHEL DUQUE	17	Tesoro 5	Acordeon
4	WENDY ARDILA	15	Tesoro 5	Piano
5	DARLEY PABON	9	Tesoro 5	Guitarra
6	JEFER PABON	12	Tesoro 5	Guitarra
7	AMPARO ARDILA	33	Tesoro 5	Guitarra
8	DAYLIN NIÑO	7	Acasios	Piano
9	MATILDE MERCHAN	32	Acasios	Guitarra
10	IVON NAVARRO	5	Acasios	Piano
11	MARIA JOSE RUEDA	16	Acasios	Acordeon
12	SERGIO ARCHILA	28	Caño Tigre	Acordeon
13	ISNARDO QUINTERO	23	Acasios	Acordeon
14	BRIGITHE SARMIENTO	35	Acasios	Guitarra
15	MIYELY	12	Nuevo Horizonte	Guitarra
16	CAROLINA	33	Palmitas	Piano
17	LUIS CARLOS BETANCUR	35	Palmitas	Guitarra
18	WILLIAM ALBERTO	19	Caño Tigre	Guitarra
19	JUAN FERNANDO JOYA	13	Nuevo Horizonte	Guitarra
20	WILFRAM BARAJAS	12	Nuevo Horizonte	Piano
21	LAURA REYES	11	Nuevo Horizonte	Bateria
22	MELANIE JOYA	10	Nuevo Horizonte	Guitarra
23	ALEJANDRA BARRAJAS	17	Nuevo Horizonte	Guitarra
24	FERNANDO	14	Cordoba	Piano
25	NICOLAS LOPEZ	15	Pozo Nutrias 1	Guitarra
26	KAROL LUNA	13	Pozo Nutrias 2	Piano
27	MICHEL TATIANA GRANDA	13	Guayaquil	Guitarra
28	SAMUEL	38	Guayaquil	Guitarra
29	FELIPE GUERREROS	12	Guayaquil	Guitarra
30	EMERSON	11	Señor de los Milagros	Guitarra
31	YULIETH ASCANIO	8	Señor de los Milagros	Guitarra
32	ALVARO DAVID JAIME	11	Caño Tigre	Guitarra
33	ANGEL SOFIA GALVIZ	12	KM 11	Guitarra
34	ADRIANA VILLAMIZAR	27	KM 11	Bateria
35	SAMUEL REYES	9	Nuevo Horizonte	Bateria
36	YARLEY DAYANA ESPINOSA	13	Señor de los Milagros	Bateria
37	MARIA YULITZA ESPINOSA	16	Señor de los Milagros	Bateria

Apéndice 18. *Curso de periodismo en la Vizcaína. (PDPMM)*

Apéndice 19. *Diseño del nuevo empaque para el producto “chocolate de mesa artesanal” para la participación en el Chocoshow en Bogotá. (PDPMM)*



Apéndice 20. Publicidad y redes sociales. (PDPMM)(1)

Apéndice 20 Publicidad y redes sociales. (PDPMM) (2)



Apéndice 21. *Reunión con ASOCAVIZ para la electrificación de las instalaciones y demás recursos para impulsar la asociación. (PDPMM)*



Apéndice 22. *Introducción del análisis de las compras realizadas por la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC en los meses de junio, julio, agosto y septiembre*

La empresa en el año 2020 decidió voluntariamente convertirse en una sociedad de interés colectivo o más conocida como sociedades BIC. Aunque su naturaleza es comercial, Madoco XXI S.A.S. BIC en su deseo de combinar acciones en bienestar de sus trabajadores, cuidado del medioambiente y la equidad social, decidió crear su propio plan de acción siguiendo los lineamientos estipulados por la superintendencia de industria y comercio.

Así mismo, en el ámbito mercantil, la superintendencia busca que se fortalezcan los comercios locales para contribuir con el interés colectivo nacional. Con el objetivo de seguir este lineamiento, la estudiante le propuso a la empresa realizar un análisis de las compras de los últimos cuatro meses, clasificándolas de esta manera: compras locales, regionales, nacionales e internacionales; simultáneamente que, la empresa realizara reuniones activas y ejercicios de mejora con los proveedores locales para que identificaran sus debilidades y fortalecieran sus negocios, pymes y empresas, con el fin de invitarlos a que también se conviertan en sociedades de interés colectivo.

A continuación, se evidenciarán las compras efectuadas por la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC en los meses de junio, julio, agosto y septiembre del año 2021.

Las compras fueron clasificadas de la siguiente manera:

Compras locales: comprende todas las compras realizadas en área metropolitana de Barrancabermeja.

Compras regionales: comprende todas las compras realizadas fuera del área metropolitana de Barrancabermeja y dentro del departamento de Santander.

Compras nacionales: comprende las compras realizadas fuera del departamento de Santander y dentro de Colombia.

Compras internacionales: comprende todas las compras realizadas fuera de Colombia.

En cada categoría las compras se clasificaron de dos maneras, compras de servicios y compras de insumos o materiales. (Las compras Internacionales realizadas por la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC fueron saldadas en dólares, sin embargo, para la realización del análisis estos montos convertidos a pesos de acuerdo a la TRM del día del pago programado de la factura).

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.)(1)*

[illegible]

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (2)*

[illegible]

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (3)*

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE SERVICIOS																																
GARZON FILMS S.A.S	F-3							\$ 210.000																								
MOVITAR	6763								\$ 169.795																							
TORO CRUZ LEONARDO FAVIO	LEOT-22							\$ 2.000.000																								
SEGUROS DEL ESTADO	21G-107096									\$ 33.320																						
RECARGAS INKTEC	20569										\$ 45.000																					
JAIVER LUIS ROJAS MACILLA													\$ 3.600.000																			
JAIVER LUIS ROJAS MACILLA													\$ 2.500.000																			
SISSLAB S.A.S	SISL-201																\$ 647.000															
FUMICAR S.A.S	FUMR-16																							\$ 987.700								
ESTATAL	VHVB-254																														\$ 8.961.628	
ESTATAL	MBR-9169																															\$ 82.000
ESTATAL	MBR-9170																															\$ 100.500
ESTATAL	MBR-9093																															\$ 9.062.128
SUMAS TOTALES		##	##	#	##	##	#	\$ 210.000	\$ 2.169.795	#	\$ 33.320	\$ 45.000	#	\$ 6.100.000	#	##	\$ 647.000	##	##	##	##	##	#	\$ 987.700	##	##	##	##	#	##	\$ 8.961.628	\$ 9.244.628
TOTAL		\$ 28.399.071																														
TOTAL MES DE JUNIO		\$ 34.701.577																														

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (4)*

[illegible]

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (5)*

[illegible]

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (6)*

[illegible]

SEPTIEMBRE																																
PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																																
ELECTROSORIO	YAL 347																						\$ 887.999									
RECARGAS INKTEC	20890																					\$ 100.000										
EL HUECO	DTF																							\$ 144.200								
LAS DELICIAS	2824																						\$ 58.670									
ELECTROSORIO	YAL 345																						\$ 237.000									
ALEXANDER GOMEZ ESPARZA	CC 035																								\$ 291.548							
COMERCIALIZADORA PUNTO FRIO SAS	CPE 4905																											\$ 2.767.210				
FERRERERIA EL CAMPIN	2030																											\$ 48.000				
LAS DELICIAS	2824																													\$ 58.670		
TIPOGRAFIA BARRETO	FCRE-190																														\$ 76.608	
FERRERERIA EL CAMPIN	BCA 2010																															\$ 29.000
MAS X MENOS	14880																															\$ 226.840
SUMAS TOTALES		#	###	#	#	#	#	#	#	#	#	###	#	###	#	###	###	###	###	#	###	###	\$ 987.999	\$ 439.870	###	\$ 291.548	###	###	\$ 2.815.210	###	\$ 135.278	\$ 255.840
TOTAL	\$ 4.925.745																															

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (7)*

[illegible]

Apéndice 23. Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (8)

AGOSTO															
PROVEEDOR	FACTURA	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS															
PETROIL	FVE 465														
LA BANDERA	LB 1482														
PALACIO LOPEZ JUAN CARLOS	FEJP 760														
TIPOGRAFIA BARRETO	FCRE-189														
LA REBAJA	7907649														
SAUL GOMEZ	965														
HERANADEZ NAVARRO ALEJANDRO	FE 3														
DELICIAS	2712														
AGUAS	10851224														
ELECTROFER	FEVR 4308														
LA BANDERA	LB 1458														
RECARGAS INKTEC	20818														
ALMACEN AGROVETERINARIO EL GANADER	7739														
PETROIL	FVE 438	\$ 4.046.000													
DELICIAS	2077		\$ 120.000												
MAS X MENOS	13804		\$ 484.300												
MARTHA LUCIA QUINTERO	FE377			\$ 119.000											
ALMACEN AGROVETERINARIO EL GANADER	7451			\$ 401.500											
EL HUECO	FEH2 -4732					\$ 897.920									
ALBA DUPERLY JURADO TORRES	1761									\$ 20.000					
SUMATEC S.A.S	FPC-5396										\$ 115.322				
HMYS INGENIERIAS S.A.S	2951											\$ 35.000			
HIERROS Y LAMINAS H&R LTDA	657											\$ 3.723.699			
DON JACOBO	1097												\$ 65.000		
FERRETERIA EL CAMPIN	1834													\$ 7.000	
SUMAS TOTALES		#####	\$ 604.300	##	\$ 520.500	#	\$ 897.920	##	##	\$ 20.000	#####	\$ 3.758.699	\$ 65.000	\$ 7.000	###

Apéndice 23. *Tablas con los datos de las compras locales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S.) (9)*

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	0	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	##	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
FACTURAS DE SERVICIOS																																	
ESSA	1066663																		\$ 96.861														
DUVAN MANUEL PULIDO	CC																							\$ 585.000									
DUVAN MANUEL PULIDO	CC																							\$ 150.000									
EXTINTORES LA 36	6365																										\$ 395.000						
ESTATAL	278																													\$ 8.961.628			
TIGO	18124297																														\$ 105.000		
ESTATAL	9987																															\$ 100.500	
ESTATAL	9986																															\$ 82.000	
ESTATAL	9907																															\$ 9.062.128	
SUMAS TOTALES		#	###	#	#	#	#	#	#	#	#	##	#	##	#	##	###	###	#	\$ 96.861	#	###	###	#	\$ 735.000	###	##	\$ 395.000	###	##	\$ 8.961.628	\$ 105.000	\$ 9.244.628
TOTAL	\$ 19.538.117																																
TOTAL MES DE SEPTIEMBRE	\$ 24.463.862																																

Apéndice 24. *Tablas con los datos de las compras regionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)(1)*

JUNIO																																
PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																																
PROCOLOR	907			\$ 23.641																												
PROCOLOR	886													\$ 12.257																		
DISELCON S.A.S	6427													\$ 301.308																		
PROCOLOR	853																\$ 6.545															
SERVIMPREX S.A.S	3101																						\$ 387.345									
SUMAS TOTALES		#		\$ 23.641	#	#	#	#	#	#	#	###	###	\$ 313.565	###	#	\$ 6.545	#	#	#	#	###	\$ 387.345	#	#	#	###	###	#	#	###	#
TOTAL		\$	731.096																													

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE SERVICIOS																																
PROGRESION	CC 415																								\$ 222.236							
PROGRESION	FVFC-607																												\$ 2.701.454			
PROHYGIENE	7721																														\$ 499.798	
SUMAS TOTALES		#	#	#	#	#	#	#	#	#	###	###	###	###	#	###	#	#	#	#	###	###	#	\$ 222.236	#	###	###	#	\$ 2.701.454	###	\$ 499.798	
TOTAL		\$	3.423.488																													
TOTAL MES DE JUNIO		\$	4.154.584																													

JULIO																																
PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																																
ROLICOL S.A.S	1465			\$ 270.000																												
JARRIS LTDA	1625						\$ 65.100																									
PROCOLOR	1033									\$ 885.500																						
PROCOLOR	975																			\$ 101.447												
MAS X MENOS	1751																											\$ 329.280				
SUMAS TOTALES		#	#	\$ 270.000	#	#	\$ 65.100	#	\$ 885.500	#	#	###	###	###	###	#	#	###	#	\$ 101.447	#	###	###	#	\$ 329.280	#	###	###	#	#	###	#
TOTAL		\$	1.651.327																													

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE SERVICIOS																																
TORO CRUZ LEONARDO FAVIO	37			\$ 2.000.000																												
NUVA	21496																\$ 5.538.760															
EPM - CARTAGENA	6899424																\$ 84.180															
CONSULSYSTEMS	225																			\$ 816.638												
JORGE PINTO	24																						\$ 5.236.000									
PROGRESION	CC 450																									\$ 188.981						
PRO HYGIENE	8386																														##	
SUMAS TOTALES		#	#	\$ 2.000.000	#	#	#	#	#	#	###	###	###	###	#	#	\$ 5.622.940	#	#	#	###	\$ 816.638	\$ 5.236.000	#	\$ 188.981	###	###	#	#	###	#	
TOTAL		\$	14.284.557																													
TOTAL MES DE JULIO		\$	15.606.604																													

Apéndice 24 *Tablas con los datos de las compras regionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC (2))*

[illegible]

Apéndice 25. *Tablas con los datos de las compras nacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (1)*

JUNIO																			
PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																			
MARQUILLAS S.A	RIO 16474			\$ 215.271															
YKK COLOMBIA S.A.S	1356837								\$ 2.246.735										
INDICO	8390									\$ 720.000									
COATS CADENA ANDINA S.A	7551183069									\$ 218.484									
COATS CADENA ANDINA S.A	7551182809									\$ 594.762									
COATS CADENA ANDINA S.A	7551182535										\$ 801.108								
COATS CADENA ANDINA S.A	7551182124											\$ 10.715.950							
GLOBAL & GAMECO	7315														\$ 1.290.175				
MAQUINAS E HILAZAS DE COL	1														\$ 1.677.600				
MAQUINAS E HILAZAS DE COL	2														\$ 1.638.400				
COATS CADENA ANDINA S.A	7551181372															\$ 4.607.859			
COATS CADENA ANDINA S.A	7551189859																		
COATS CADENA ANDINA S.A	7551189964																		
COATS CADENA ANDINA S.A	7551189599																		
HI TECH ZIPP S.A.S	5963																		
COATS CADENA ANDINA S.A	7551188482																		
CORCINTAS LTDA	303																		
LA CASA DEL SCREEN	6193																		
T-SHIRT LAB S.A.S	5775																		
BIOVERSA	682																		
COATS CADENA ANDINA S.A	7551177142																		
SUMAS TOTALES		##	\$ 0	\$ 215.271	#	#	##	#	\$ 2.246.735	\$ 1.533.246	\$ 801.108	\$ 10.715.950	\$ -	##	\$ 4.606.175	\$ 4.607.859	#	#	
TOTAL	\$ 94.036.193																		

Apéndice 25. *Tablas con los datos de las compras nacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (2)*

JUNIO																													
PROVEEDOR	FACTURA	14	13	12	11			10			9			8	7	6	5			4			3	2		1			
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																													
MARQUILLAS S.A	RIO 16474																												
YKK COLOMBIA S.A.S	1356837																												
INDICO	8390																												
COATS CADENA ANDINA S.A	7551183069																												
COATS CADENA ANDINA S.A	7551182809																												
COATS CADENA ANDINA S.A	7551182535																												
COATS CADENA ANDINA S.A	7551182124																												
GLOBAL & GAMECO	7315																												
MAQUINAS E HILAZAS DE COL	1																												
MAQUINAS E HILAZAS DE COL	2																												
COATS CADENA ANDINA S.A	7551181372																												
COATS CADENA ANDINA S.A	7551189859								\$ 414.120																				
COATS CADENA ANDINA S.A	7551189964								\$ 210.630																				
COATS CADENA ANDINA S.A	7551189599									\$ 414.120																			
HI TECH ZIPP S.A.S	5963											\$ 40.901.490																	
COATS CADENA ANDINA S.A	7551188482																	\$ 414.120											
CORCINTAS LTDA	303																			\$ 6.727.875									
LA CASA DEL SCREEN	6193																								\$ 357.635				
T-SHIRT LAB S.A.S	5775																								\$ 6.644.001				
BIOVERSA	682																									\$ 12.796.030			
COATS CADENA ANDINA S.A	7551177142																									\$ 429.828			
SUMAS TOTALES		#	#	#	\$ 624.750	\$ 414.120	\$ 40.901.490		#		\$ 414.120	\$ 6.727.875	###	\$ 7.001.636	\$ 13.225.858														
TOTAL	\$ 94.036.193																												

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28			27	26	25	24			23	22	21			20			19	18	17	16			15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4			3			2	1
FACTURAS DE SERVICIOS																																														
SERVIENTREGA S.A.S	1672																																													
SURA	76173				\$ 1.148.480																																									
FUMICAR S.A.S	20										\$ 89.933																																			
DHL	694792											\$ 952.000																																		
COLOMTEL	459												\$ 681.734																																	
SURA	57937																	\$ 297.500																												
SURA	56627																																								\$ 105.085					
DHL	702347																																									\$ 76.576				
SUMAS TOTALES																																												\$ 677.965		
TOTAL	\$ 4.029.273	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.148.480	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 89.933	\$ 0	\$ 0	\$ 952.000	\$ 681.734	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 297.500	\$ 0	\$ 0	###	###	###	###	\$ 0	#	###	#	###	###	\$ 105.085	\$ 76.576	\$ 0	\$ 677.965													
TOTAL MES DE JUNIO	\$ 98.065.466																																													

Apéndice 25. *Tablas con los datos de las compras nacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (3)*

IIIIO																																	
PROVEEDOR	FACTURA	31	\$ 30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																																	
WURTH COLOMBIA S.A	WF-614998		\$ 237.619																														
PROMOTORA E INVERSORA MALLA S.A.S	IH-43986		\$ 1.160.000																														
POLJEAN S.A.S	BQG 337			\$ 18.267.200																													
POLJEAN S.A.S	BQG 337				\$ 237.800																												
COATS	7551192639					\$ 280.840																											
T-SHIRT LAB S.A.S	WF-614998					\$ 225.000																											
AGUIRRE GARCIA JOHEL	112					\$ 229.800																											
EMPAQUES INDUSTRIALES DE COLOMBIA	1581					\$ 7.984																											
HI TECH ZIPP S.A.S	6753					\$ 32.759																											
INDICO	9051						\$ 720.000																										
GLOBAL ECO BUSINESS S.A.S	1168							\$ 99.798																									
MARIA ISABEL ECHVERRI ARANGO	CC										\$ 57.500																						
COATS	7551191207										\$ 10.715.950																						
COATS	7551190885										\$ 729.708																						
LENOVO	35470										\$ 3.299.900																						
JONH URIBE E HIJOS	1374										\$ 4.913.236																						
KARLUZ	1719										\$ 780.000																						
EMPAQUES INDUSTRIALES	20688																	\$ 7.871.938															
IMG	8824																	\$ 1.324.186															
MATRONICA	3517																						\$ 76.000										
HI TECH ZIPP S.A.S	6496																							\$ 73.660.881									
JOHN URIBE E HIJOS S.A	1368																									\$ 27.015.856							
TOTAL REFLECTIVE GROUP S.A.S	5519																										\$ 1.031.730						
EXTINTORES PRILSO S.A.S	1419																										\$ 49.900						
DIAGNOSTQ MEDICAL SOLUTIONS S.A.S	7881																												\$ 216.900				
COMERCIALIZADORA VRO S.A.S	363																															\$ 7.281.250	
SUMAS TOTALES		###	\$ 1.397.619	\$ 18.267.200	\$ 237.800	\$ 776.383	\$ 720.000	\$ 99.798	#	\$ 10.773.450	\$ 9.722.844	#	##	##	#	##	#	\$ 9.196.124	#	#	#	#	\$ 76.000	\$ 73.660.881	###	\$ 27.015.856	\$ 1.081.630	###	##	\$ 216.900	#	\$ 7.281.250	
TOTAL			\$ 160.523.736																														

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE SERVICIOS																																
SURA	22829	\$ 1.066.171																														
SERVIENTREGA S.A	9547				\$ 1.199.150																											
SERVIENTREGA S.A	9548				\$ 1.952.542																											
MAGNUM ZONA FRANCA S.A.S	5292					\$ 757.837																										
AVIANCA	638011							\$ 705.814																								
SERVIENTREGA S.A	16886										\$ 19.200																					
COATS CADENA ANDINA S.A	7551190885										\$ 729.708																					
DHL	IBE 24517												\$ 2.394.977																			
MAGNUM ZONA FRANCA S.A.S	87496																\$ 44.665															
LAURA MARCELA RODRIGUEZ CASTRO	CC																	\$ 1.300.000														
DHL	2308																						\$ 1.712.251									
SEGUROS DEL ESTADO S.A	8829																									\$ 33.320						
SEGUROS DEL ESTADO S.A	36106																									\$ 5.000.000						
MAGNUM ZONA FRANCA S.A.S	5044																									\$ 4.620.000						
GRUPO SAN GERMAN EXPRESS S.A.S	128829																										\$ 234.000					
GRUPO SAN GERMAN EXPRESS S.A.S	128636																										\$ 472.000					
GRUPO SAN GERMAN EXPRESS S.A.S	128625																										\$ 472.000					
SURA	84663																										\$ 74.782					
FCP VALOR INMOBILIARIO	674																										\$ 2.701.454					
SUMAS TOTALES		\$ 1.066.171	\$ 0	###	\$ 3.151.692	\$ 757.837	###	\$ 705.814	#	#	\$ 748.908	#	\$ 2.394.977	###	#	###	\$ 44.665	\$ 1.300.000	#	#	#	#	\$ 1.712.251	###	\$ 9.653.320	\$ 3.954.236		###	###	###	#	###
TOTAL		\$ 25.489.871																														
TOTAL MES DE JULIO		\$ 186.013.607																														

Apéndice 25. Tablas con los datos de las compras nacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (4)

AGOSTO																		
PROVEEDOR	FACTURA	31	\$ 30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																		
YKK	1368996	\$ 2.808.430																
COMERCIALIZADORA VRO SAS	FE411	\$ 7.799.227																
WURTH COLOMBIA S.A.S	6353		\$ 415.091															
T-SHIRT LAB SAS	FEDP 264		\$ 4.437.001															
T-SHIRT LAB SAS	FEDP 263		\$ 4.400.001															
GREEN PLASTIC COLOMBIA SAS	3680				\$ 963.900													
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	3285					\$ 1.650.010												
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3266																	
TEXTILES LAFAYETTE S.A.S	58-194264							\$ 34.988.674										
HI TECH ZIPP S.A.S	7330								\$ 29.354.325									
CRISTIAN JAVIER LONDOÑO CRUZ	85													\$ 319.200,00				
TOTAL REFLECTIVE GROUP S.A.S	TR 6057																	
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3118																	
COMERCIALIZADORA J & M TEXTIL SAS	1406																	
INALSI S.A.S	JL 9953																	
COATS CADENA	7551196806																	
IMPORTACIONES ORDUZ	FEC-1232																	
MAQUINAS E HILAZAS DE COLOMBIA	5																	
MARQUILLAS S.A	RIO 18509																	
COATS CADENA	7551196324																	
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3045																	
CORCINTAS LTDA	FVE 359																	
COATS CADENA	7551195895																	
COATS CADENA	7551196076																	
IDC SAFETY S.A.S	AC 22706																	
INDUSTRIAS YIDI S.A	FEIY1118																	
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3003																	
TEXTILES LAFAYETTE	58-195216																	
SUMAS TOTALES		\$ 16.213.672																
TOTAL		\$ 126.996.773	\$ 26.821.329	\$ 9.252.093	###	###	\$ 963.900	\$ 1.650.010	\$ 34.988.674	\$ 29.354.325	\$ -	###	#	###	\$ 319.200	\$ -	###	#

Apéndice 25. *Tablas con los datos de las compras nacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (5)*

AGOSTO															
PROVEEDOR	FACTURA	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS															
YKK	1368996														
COMERCIALIZADORA VRO SAS	FE411														
WURTH COLOMBIA S.A.S	6353														
T-SHIRT LAB SAS	FEDP 264														
T-SHIRT LAB SAS	FEDP 263														
GREEN PLASTIC COLOMBIA SAS	3680														
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	3285														
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3266														
TEXTILES LAFAYETTE S.A.S	58-194264														
HI TECH ZIPP S.A.S	7330														
CRISTIAN JAVIER LONDOÑO CRUZ	85														
TOTAL REFLECTIVE GROUP S.A.S	TR 6057		\$ 693.294												
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3118		\$ 635.817												
COMERCIALIZADORA J & M TEXTIL SAS	1406			\$ 2.166.900											
INALSI S.A.S	JL 9953				\$ 1.810.410										
COATS CADENA	7551196806					\$ 181.356									
IMPORTACIONES ORDUZ	FEC-1232					\$ 1.351.008									
MAQUINAS E HILAZAS DE COLOMBIA	5						\$ 1.392.400								
MARQUILLAS S.A	RIO 18509						\$ 34.629								
COATS CADENA	7551196324							\$ 399.840							
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3045							\$ 916.181							
CORCINTAS LTDA	FVE 359									\$ 6.872.250					
COATS CADENA	7551195895									\$ 310.590					
COATS CADENA	7551196076									\$ 1.053.864					
IDC SAFETY S.A.S	AC 22706										\$ 2.039.029				
INDUSTRIAS YIDI S.A	FEIY1118										\$ 630.700				
TEXTILES Y MANUFACTURAS DEL VALLE S.	TM 3003														
TEXTILES LAFAYETTE	58-195216														\$ 3.158.974
SUMAS TOTALES															
TOTAL	\$ 126.996.773	#	\$ 1.329.111	\$ 2.166.900	#	\$ 1.810.410	\$ 1.532.364	\$ 1.427.029	#	\$ 1.316.021	\$ 8.236.704	\$ 2.669.729	##	#	\$ 3.158.974

[illegible]

Apéndice 25. *Tablas con los datos de las compras nacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (6)*

[illegible]

PROVEEDOR	FACTURA	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE SERVICIOS															
PROMOTORA E INVERSORA MALLA	44568												\$ 458.000		
SURA	9969														\$ 89.933
SUMAS TOTALES		#	##	##	#	##	#	#	#	#	#	#	\$ 458.000	#	\$ 89.933
TOTAL	\$ 547.933														
TOTAL MES DE SEPTIEMBRE	\$ 91.924.677														

Apéndice 26. *Tablas con los datos de las compras internacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (1)*

JUNIO																																		
PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24		23		22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																																		
YKK	1356837								\$ 2.246.744																									
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	910474										\$ 213.103.039																							
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	910475										\$ 49.760.783																							
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	F2889										\$ 49.760.783																							
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	F2891										\$ 213.103.039																							
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	2890										\$ 218.471.127																							
SUMAS TOTALES		####	###	#	###	###	#	#	\$ 2.246.744		\$ 744.198.771		###	###	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	#	###	
TOTAL		\$ 746.445.515																																

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14		13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE SERVICIOS																																	
AITEC	21-1462																		\$ 609.128														
SUMAS TOTALES		####	###	#	###	###	#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	#	#	#	\$ 609.128		#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	#	###
TOTAL		\$ 609.128																															
TOTAL MES DE JUNIO		\$ 747.054.643																															

JULIO																																		
PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27		26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15		14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																																		
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	F3045					\$ 226.964.026																												
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	F3048					\$ 43.711.843																												
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOBIA S.A.S	F3005																		\$ 53.758.972															
SUMAS TOTALES		####	###	#	###	\$ 270.675.869		#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	#	#	\$ 53.758.972		###	#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	###	
TOTAL		\$ 324.434.841																																

PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2		1
FACTURAS DE SERVICIOS																																	
COLYCARGA	108																															\$ 568.028	
SUMAS TOTALES		####	###	#	###	###	#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	#	###	#	#	#	#	#	\$ 568.028	###	
TOTAL		\$ 568.028																															
TOTAL MES DE JULIO		\$ 325.002.869																															

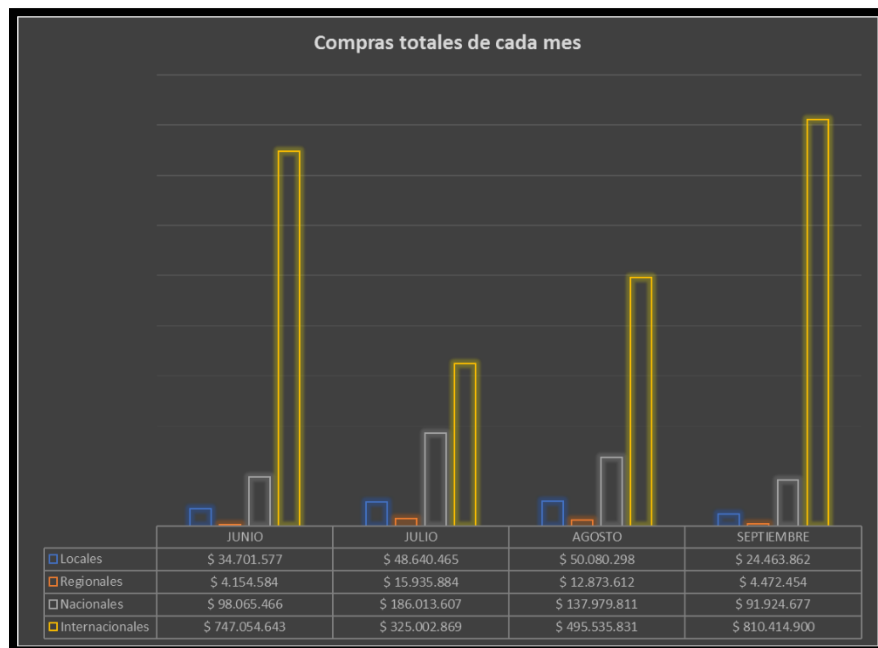
Apéndice 26. *Tablas con los datos de las compras internacionales de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC) (2)*

[illegible][illegible]

SEPTIEMBRE																																
PROVEEDOR	FACTURA	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
FACTURAS DE PRODUCTOS E INSUMOS																																
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3366				\$ 179.300.864																											
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3365				\$ 173.339.045																											
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3364				\$ 47.265.980																											
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3321											\$ 57.317.288																				
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3322											\$ 72.543.638																				
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3319											\$ 58.006.726																				
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3323											\$ 178.846.764																				
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3320											\$ 20.647.986																				
PERFORMANCE SPECIALTY PRODUCTS COLOMBIA S.A.S	F3276																						\$ 16.083.572									
DAVEY TEXTILES SOLUTIONS INC	96112																													\$ 5.651.100		
SUMAS TOTALES		###	##	#	\$ 399.905.889	#	#	#	#	##	#	\$ 387.362.402	###	###	#	#	#	###	##	#	#	#	\$ 16.083.572	###	###	#	#	#		\$ 5.651.100	###	##
TOTAL	\$ 809.002.963																															

[illegible]

Apéndice 27. Interpretación de la información de las compras locales, regionales, nacionales e internacionales en millones de pesos de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)



Primeramente, el mes de junio las compras realizadas sumaron un total de \$34'701.577 millones y en el mes de julio ascendieron a \$48'640.465 millones, en el mes de agosto continúa una tendencia al alza con un total de \$50'080.298 millones y en el mes de septiembre se evidencia una caída en las compras efectuadas por la empresa de \$25'616.436 con referente al año anterior, esto debido al recorte de gastos que planifico la empresa.

Segundamente, se evidencia que, las compras regionales realizadas en el mes de junio representaron un valor inicial de \$4'154.584 millones, una cifra baja en comparación a las compras realizadas en el mes de septiembre, que fueron de \$15'606.604 millones y de agosto, con un monto de \$12'373.814, sin embargo, en el mes las compras regionales cayeron \$7'901.360 millones. Estos montos de dinero no son elevados, puesto que Madoco XXI S.A.S. BIC cuenta con un bajo número de proveedores en esta categoría.

Terceramente, en las compras nacionales los montos de los meses de junio y septiembre no superan los 100 millones de pesos, entre tanto el mes de agosto supera los 100 millones de pesos con una cifra total de compra de \$137'979.811 millones y en mes de julio refleja la más alta cifra de dinero en compras nacionales realizado por la empresa, con un monto de \$186'013.607 millones.

Cuartamente, las compras internacionales realizadas en el mes de junio reflejan un monto total de \$747'054.643 millones, mientras que en el mes de julio el monto de dinero se reduce más de la mitad con respecto al mes anterior, con un monto de dinero de \$325'002.869 millones; el mes de agosto la cifra de dinero aumenta, con un total de \$495'535.831 millones y en el mes de septiembre se observa la mayor cantidad de dinero destinada a compras por parte de la empresa, con un total de \$810'414.900 millones.

Apéndice 28. Sumas totales de las compras realizadas en los cuatro meses por cada sector.
(Madoco XXI S.A.S. BIC)

COMPRAS TOTALES SECTORIZADAS	
Locales	\$ 157.886.202
Regionales	\$ 37.436.534
Nacionales	\$ 513.983.560
Internacionales	\$ 2.378.008.243



La empresa Madoco XXI S.A.S. BIC asignó en los cuatro meses el 77% de su dinero destinado para realizar compras, a la categoría de “compras internacionales”, seguidamente a las nacionales con un 17% y a la categoría “compras locales” un 5%, siendo la categoría “compras regionales” con el menor dinero asignación de dinero con un porcentaje del 1%.

Apéndice 29. Sumas totales por mes de todas las categorías. (Madoco XXI S.A.S. BIC)

TOTAL DE COMPRAS POR MES DE TODAS LAS CATEGORÍAS	
JUNIO	\$ 883.976.270
JULIO	\$ 575.592.825
AGOSTO	\$ 696.469.551
SEPTIEMBRE	\$ 931.275.893



El mes de junio represento 29% en las compras totales que realizo la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC en el periodo analizado; el mes de julio presento una baja 10% frente al mes anterior en las compras realizadas, el mes de agosto represento un 22% de las compras totales y el mes de septiembre registro el 30% siendo este, el mes con el mayor porcentaje de participación en las compras.

Apéndice 30. *Compras totales de insumos y servicios en todas las categorías de los meses de junio, julio, agosto y septiembre. (Madoco XXI S.A.S. BIC)*

COMPRAS TOTALES POR INSUMOS Y SERVICIOS	
INSUMOS	\$ 2.610.478.926
SERVICIOS	\$ 477.766.067

El 85% de las compras que realiza la empresa son de insumos y solo el 15% es destinado a contratación de servicios.



Para concluir, la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC ubicada en Barrancabermeja, en los últimos cuatro meses, destinó una alta cantidad de dinero a realizar compras internacionales, lo que la aleja de su objetivo de fortalecer la economía local. Sin embargo, estos montos se duplican en pesos debido a que las compras fueron saldadas de pesos a dólares y; el dólar, en los cuatro meses tomados para el análisis, ha mantenido una tendencia al alza.

Se recomienda a la empresa, iniciar de manera casi inmediata, reuniones formales con sus proveedores locales, regionales y nacionales para que mejoren la calidad del servicio, de los productos ofertados, al igual invitarlos a que diversifiquen su portafolio y de esta manera la

empresa pueda aumentar sus compras en estas categorías de acuerdo a las necesidades de la misma y se reduzcan las compras realizadas internacionalmente y la contratación de servicios fuera del país.

Consecuentemente, el fortalecer la economía nacional permitirá generar mayores beneficios monetarios para los proveedores, de igual manera, para la empresa, por que no incurriría en el pago de facturas en dólares, siendo esta una desventaja comprobada cuando el peso colombiano se devalúa frente a esta divisa, sino que sus compras se basarían con mayor frecuencia en pesos colombianos.

Apéndice 31. Soporte físico de las compras realizadas por la empresa Madoco XXI S.A.S. BIC en las diferentes categorías.



Apéndice 32. *Propuesta de mejora para Madoco XXI S.A.S. BIC*

Esta empresa requiere fortalecer la comunicación interna entre los diferentes departamentos y el relacionamiento interno, a su vez, optimizar la gestión documental de la empresa para facilitar los procesos. Del mismo modo, continuar participando activamente de los programas otorgados por las entidades y diseñar estrategias para mejorar las debilidades internas y lograr diversificar los proveedores principales para evitar colapsos en la producción.

La estudiante propone que se mejore principalmente en el sistema de gestión documental, debido a que la empresa no cuenta con este y en el mundo de los negocios es evidente la cuantía de documentación que se genera día a día, también, ocurrió que en Madoco XXI S.A.S. BIC se extraviaron documentos, que la bodega de archivos no estuviera correctamente organizada lo suponía invertir una cantidad considerable de tiempo para localizar los documentos que se necesitaban en los diferentes procesos o para verificación de operaciones de años anteriores; documentos que no han sido depurados u/o se encuentra en pésimo estado, por eso mismo, la estudiante propone la contratación de una persona especialista en Gestión Documental para que pueda encargarse de esta área y organizar la documentación de la empresa de la siguiente manera:

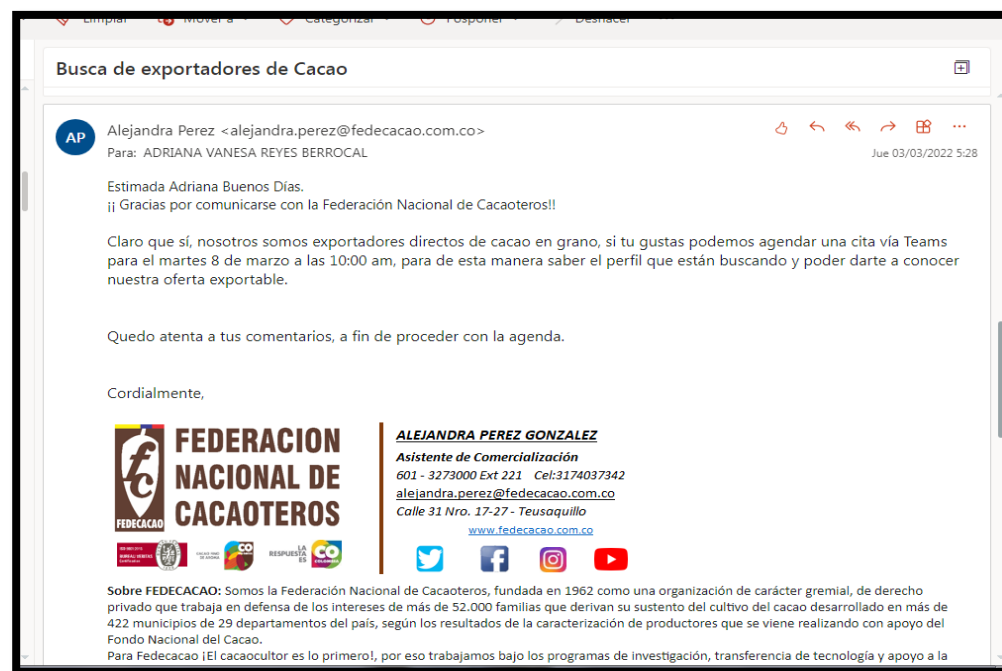
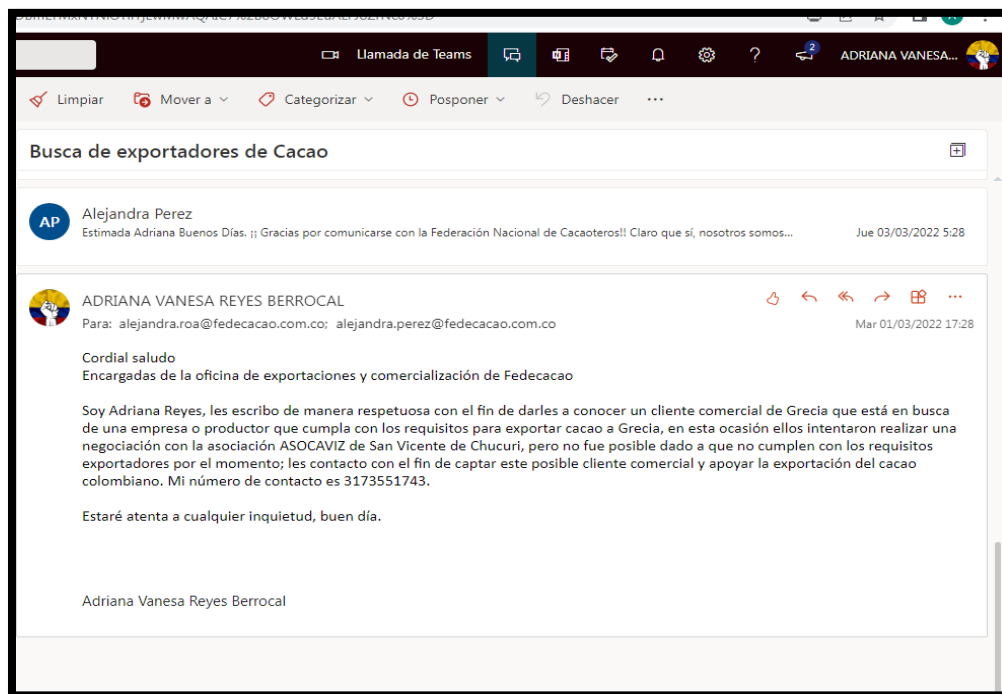
Digitalizar documentos en papel: hace que los procesos sean más eficientes y faciliten la búsqueda y recuperación de los mismos.

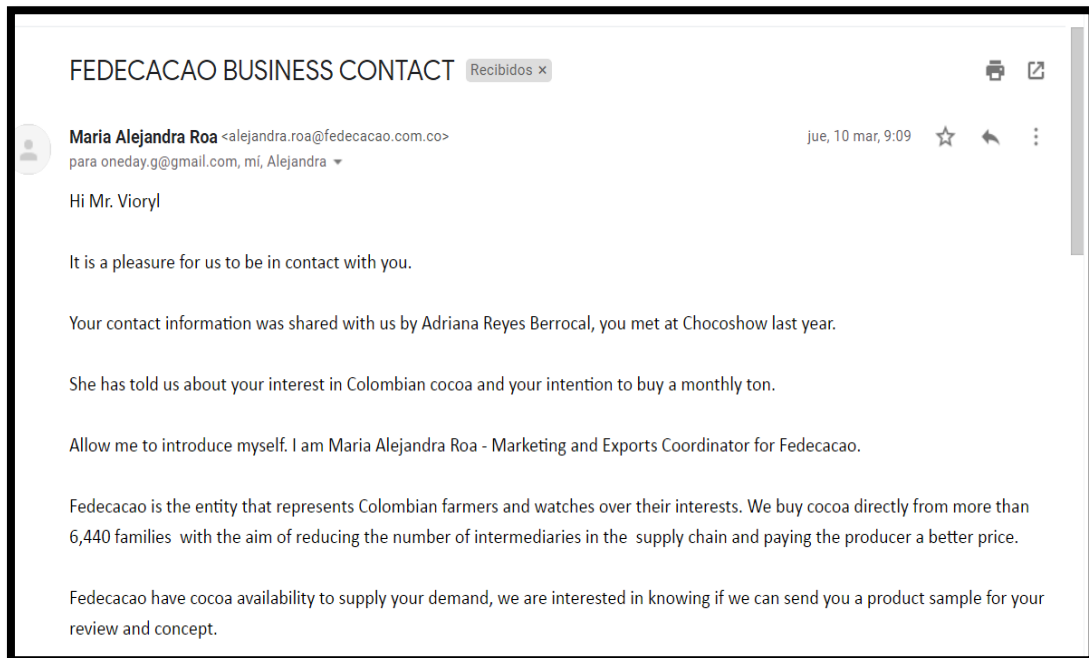
Centralizar el contenido corporativo: ubicar toda la documentación en un solo sitio electrónico, esto evitará la duplicación de los mismos y el acceso inmediato de los gerentes a toda la información de la empresa.

Clasificar los documentos: es importante identificar los procesos claves de la empresa y de esta manera clasificarlos.

Establecer autorizaciones de acceso: en donde personas específicas puedan acceder a los documentos, algunos son solo para consulta y otros podrán ser editados por los responsables correspondientes, es importante la asignación de controles, lo que ayuda a crear una seguridad en la gestión documental. (Servisoft, 2019, pág. 1)

Apéndice 33. Contacto comercial en conjunto con FEDECACAO. (PDPMM)



Apéndice 34. Relacionamiento comercial con Vioryl por medio de FEDECACAO. (PDPMM)

Apéndice 35. Información general de la empresa Vioryl S.A.S. (PDPMM)

VIORYL es una industria química histórica, líder en el mercado griego e internacional.

Desde 1946, Vioryl labra su rumbo ascendente impulsada por la continua búsqueda de conocimiento y el apoyo permanente y constante de sus clientes con productos de alta calidad, soluciones a medida y nuevos conceptos.

Habiendo consolidado su presencia en diversos campos científicos como la Química Analítica, la Síntesis Orgánica y la Biotecnología, VIORYL desarrolla actualmente las siguientes actividades:

Fragancias industriales

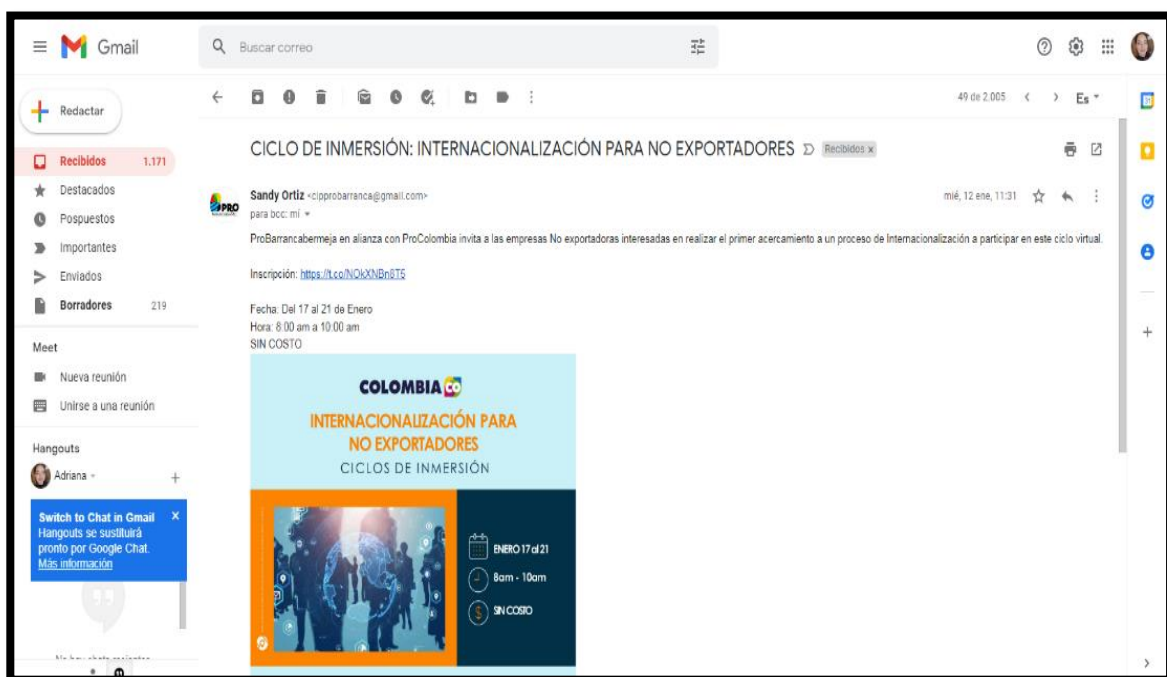
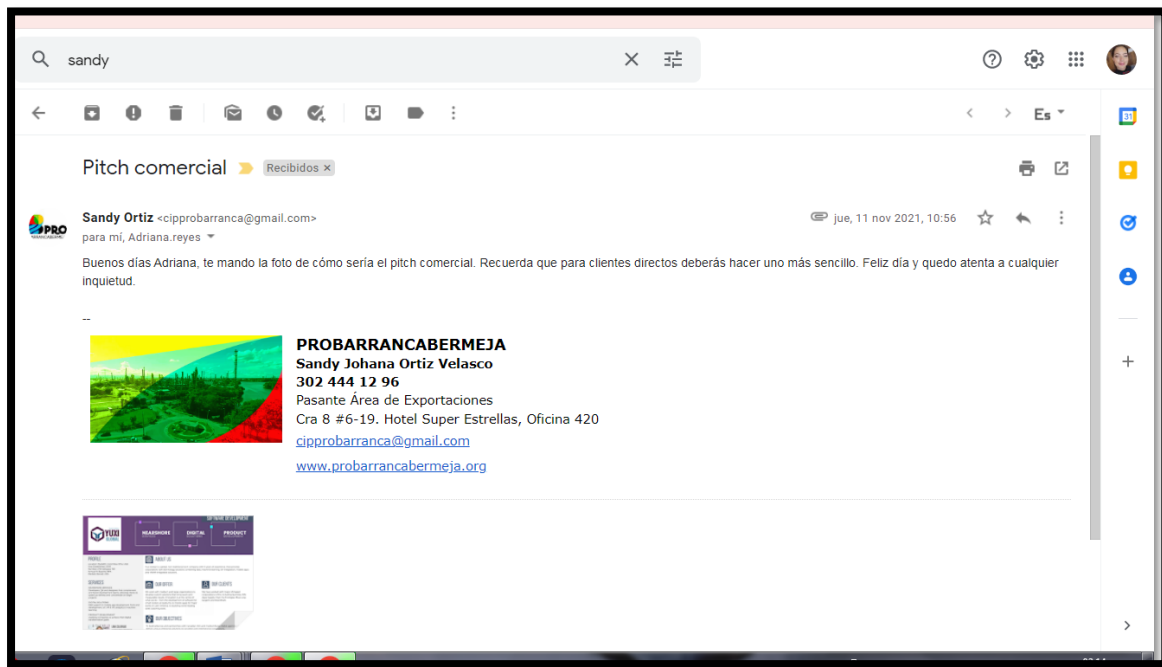
Sabores

Ingredientes (químicos finos)

Productos Fitosanitarios (nutrición y protección)

Repelente de insectos

Tecnologías de vanguardia

Apéndice 36. Trabajo conjunto con Pro Barrancabermeja. (PDPMM)

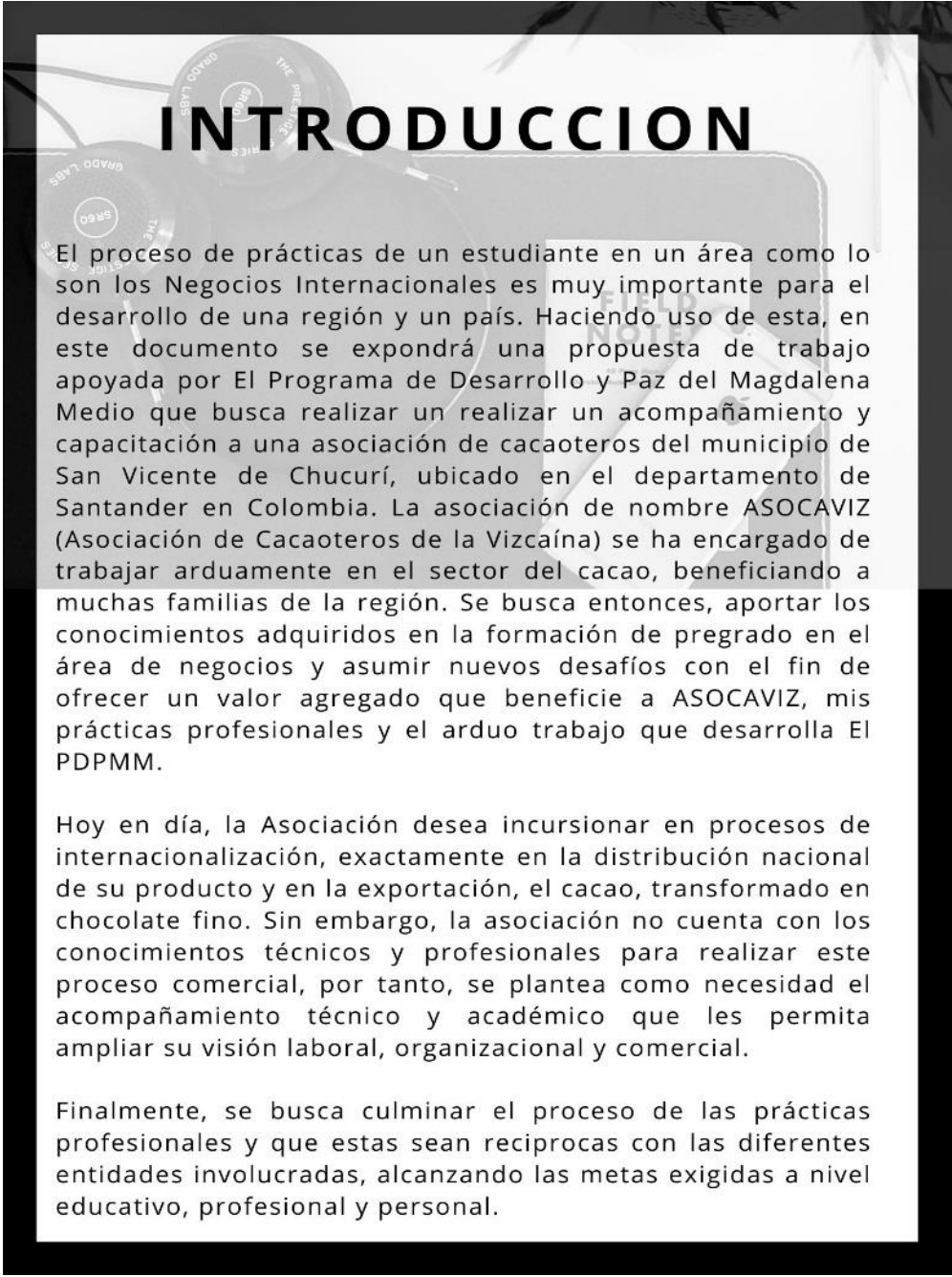
Apéndice 37. *Propuesta de mejora para ASOCAVIZ (1)*

Esta asociación demanda de mayor capacitación para los roles distribuidos dentro de la asociación y el uso de herramientas tecnológicas y, requiere mejorar la capacidad productiva (mediante renovación de cultivos y la siembra de nuevos), para esto es esencial la implementación de maquinaria; a su vez, ASOCAVIZ necesita abarcar un segmento de mercado amplio. Por parte del PDPMM se pretende ampliar el relacionamiento con entidades de cooperación internacional para la financiación e intercambio técnicos y tecnológicos, con el fin de impactar a la población y empresas del sector en donde tienen alcance, del mismo modo entablar una estrategia de contribución con los gobiernos locales para ejecutar los planes de acción de manera más rápida.

Apéndice 37. *Propuesta de mejora para ASOCAVIZ (2)*

Propuesta de mejora en los procesos internos de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína, presentado al Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio.



Apéndice 37. Propuesta de mejora para ASOCAVIZ (3)

INTRODUCCION

El proceso de prácticas de un estudiante en un área como lo son los Negocios Internacionales es muy importante para el desarrollo de una región y un país. Haciendo uso de esta, en este documento se expondrá una propuesta de trabajo apoyada por El Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio que busca realizar un acompañamiento y capacitación a una asociación de cacaoteros del municipio de San Vicente de Chucurí, ubicado en el departamento de Santander en Colombia. La asociación de nombre ASOCAVIZ (Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína) se ha encargado de trabajar arduamente en el sector del cacao, beneficiando a muchas familias de la región. Se busca entonces, aportar los conocimientos adquiridos en la formación de pregrado en el área de negocios y asumir nuevos desafíos con el fin de ofrecer un valor agregado que beneficie a ASOCAVIZ, mis prácticas profesionales y el arduo trabajo que desarrolla El PDPMM.

Hoy en día, la Asociación desea incursionar en procesos de internacionalización, exactamente en la distribución nacional de su producto y en la exportación, el cacao, transformado en chocolate fino. Sin embargo, la asociación no cuenta con los conocimientos técnicos y profesionales para realizar este proceso comercial, por tanto, se plantea como necesidad el acompañamiento técnico y académico que les permita ampliar su visión laboral, organizacional y comercial.

Finalmente, se busca culminar el proceso de las prácticas profesionales y que estas sean reciprocas con las diferentes entidades involucradas, alcanzando las metas exigidas a nivel educativo, profesional y personal.

Apéndice 37. Propuesta de mejora para ASOCAVIZ (4)


1. Apoyar la gestión comercial de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína (ASOCAVIZ) para su proceso de internacionalización, este mediante eventos apoyados por el PDPMM y demás entidades gubernamentales; con el fin de distribuir de manera nacional e internacional los productos ofertados por esta entidad.

2. Contribuir de manera académica con mis conocimientos adquiridos durante mi proceso de formación en Negocios Internacionales en la universidad Santo Tomas, para generar nuevas iniciativas en la asociación con el interés de aumentar la productividad, ventas de la compañía y culminar mi proceso de prácticas.

3. Acompañar El Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio en sus acciones de trabajo para la articulación de los distintos sectores de la sociedad para la construcción de desarrollo y paz de las diferentes regiones en donde desempeñan los diferentes procesos de trabajo que son, procesos económicos, sociales, políticos, culturales y medioambientales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar la cuota de mercado por medio de la identificación de los segmentos de mercado, tendencias de consumos y modalidades de comercialización para la chocolatería fina.
- Concretar tres líneas de productos estrellas para la oferta nacional y exportable.
- Implementar nuevos recursos de marketing digital para la promoción, reconocimiento y posicionamientos de los productos y, la asociación.
- Acompañar a la asociación en los diferentes procesos para la participación en ferias comerciales y ruedas de negocios.
- Identificar por medio de diferentes herramientas de Google, el nombre de la marca de chocolatería fina que la relacione con la ecología.
- Apoyar las diferentes iniciativas del PDPMM, como lo son las reuniones con los líderes y lideresas, acompañamiento a las organizaciones en los procesos contables, financieros y tributarios, durante los próximos 3 meses de prácticas.

Apéndice 37. Propuesta de mejora para ASOCAVIZ (5)

ACTIVIDADES

Con el fin de apoyar, acompañar a los beneficiarios de la Asociación de Cacaoteros de la Vizcaína (ASOCAVIZ) y el PDPMM se ejecutarán las siguientes actividades:

ACTIVIDAD 1: GENERALIDADES

- Acompañamiento y preparación para la participación en la feria de CHOCOSHOW en Bogotá.
- Asesoramiento para la atracción de futuros clientes.
- Creación de herramientas de marketing digital y material audiovisual.
- Normatividad sanitaria y medioambiental.

ACTIVIDAD 2: NEGOCIOS INTERNACIONALES

- Diseñar un informe en donde se identifiquen diferentes segmentos de mercado internacional, posibles compradores, competencia y diferentes estrategias a implementar para mejorar la oferta de los productos.
- Identificar un país estrella para la exportación en donde se identifique los requerimientos sanitarios, legales y demás.
- Trabajar en el diseño de un empaque amigable con el medioambiente.

ACTIVIDAD 3: RÉGIMEN CAMBIARIO

Identificar e implementar diferentes medios de pago para los clientes.

ACTIVIDAD 4: CERTIFICACIÓN DEL CACAO

- Ver los requisitos para obtener los vistos Buenos nacionales (Certificado fitosanitario del ICA, Requisitos sanitarios de alimentos y materias primas de alimentos y Certificado de inspección sanitaria del INVIMA)
- Certificaciones internacionales del cacao (Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico)

ACTIVIDAD 5: TECNIFICACIÓN DEL CULTIVO Y MEJORAMIENTOS INTERNOS

Aportar en la investigación y asesoramiento para la Tecnificación de los cultivos.

Apéndice 37. Propuesta de mejora para ASOCAVIZ (6)


Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	FECHA
Actividad 1: Generalidades	Viernes 05 noviembre del 2021 al martes 15 de noviembre del 2021
Actividad 2: Negocios Internacionales	Martes 16 noviembre del 2021 al martes 30 de noviembre del 2021
Actividad 3: Régimen cambiario	Miércoles 01 de diciembre del 2021 al sábado 04 de diciembre del 2021
Actividad 4: Certificación del cacao	Lunes 06 de diciembre del 2021 al sábado 11 de diciembre del 2021
Actividad 5: Tecnificación del cultivo y mejoramientos internos	Miércoles 01 de diciembre del 2021 al sábado 04 de diciembre del 2021

ALCANCE

El plan que se ha expuesto busca generará beneficios que perdurarán en el tiempo, puesto que el proceso de internacionalización de ASOCAVIZ impactará positivamente la economía local y regional, teniendo en cuenta la gran cantidad de hectáreas que San Vicente de Chucurí destina al cultivo del cacao, así como la cantidad de familias de la región que dependen de los recursos económicos que deja el sector cacaotero. A su vez, cumplir los objetivos pactados por El plan de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio y culminar una etapa de estudio como lo es el pegrado.