

CREACIÓN DE EMPRESA PARA PRESTAR SERVICIOS DE FORMACIÓN EN VENTAS
Y ATENCIÓN AL CLIENTE, DIRIGIDA A RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE
MONTERÍA

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABLES:

KELY JOHANA SUAREZ QUINCHOA
KATTY KARINA MOLINA MOGOLLON

ASESOR:

RAMÓN B. BUELVAS SIERRA

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MONTERÍA, CÓRDOBA

21 DE FEBRERO DEL 2023

Índice

A.	Introducción	9
B.	Resumen ejecutivo	10
1.	Portafolio de Servicios:	10
1.1	Servicios Diagnósticos: Identificación de problemáticas internas de la empresa	10
1.2	Servicios De Formación y Capacitación	10
C.	Descripción y Formulación del Problema.....	11
1.	Descripción del Problema	11
1.1	Formulación del Problema	15
D.	Justificación.....	16
E.	Objetivos	21
1.	Objetivo General	21
2.	Objetivos Específicos.....	21
F.	Metodología	22
a)	Instrumentos de investigación.....	23
b)	Fuentes de obtención de datos.....	24
G.	Módulo de Mercado	25
1.	Matriz de 5 Fuerzas de Porter	25
2.	Producto o Servicio.	26
2.1	Características técnicas.	26

2.2	Usos.....	27
2.2.1	Aplicación y seguimiento de estrategias.....	27
2.2.2	Evaluación de resultados por períodos.....	27
2.3	Beneficios.....	27
2.4	Productos Complementarios	28
2.4.1	Servicios de Community Manager	28
3.	Consumidor Final.....	28
3.1	Segmentación de Mercado	28
3.2	Mapa de Empatía.....	30
3.3	Características socioculturales	30
4.	Delimitación Área Geográfica	31
5.	Análisis de Demanda.....	32
5.1	Diseño Muestra.	32
5.2	Validación del instrumento.	33
5.3	Cálculo de la Demanda Actual.....	36
5.4	Proyección de la Demanda.....	37
6.	Análisis de la Oferta.....	38
6.1	Cálculo de la Oferta Actual.....	38
7.	Análisis de precios.	38
8.	Canales de Comercialización	39

9.	Imagen del Producto/Servicio	40
9.1	Logo	40
9.2	Eslogan	40
10.	Estrategia de Publicidad	41
H.	Módulos técnico y organizacional.....	42
1.	Tamaño del proyecto.....	42
2.	Localización	42
2.1	Macro localización	42
2.2	Micro localización.....	43
3.	Distribución en Planta.....	45
4.	Proceso de producción o prestación del servicio	47
5.	Naturaleza jurídica	47
6.	Misión.....	48
7.	Visión	48
8.	Organigrama.....	49
9.	Manual de Funciones	50
I.	Módulo de Impacto Social y Económico	53
J.	Modulo financiero	55
1.	Inversiones fijas.....	55
2.	Inversiones Diferidas.....	57

3.	Inversiones en el Capital de trabajo	57
4.	Distribución de Costos	58
5.	Punto de Equilibrio.....	63
6.	Capital de Trabajo	64
7.	Flujo neto de inversión.....	64
8.	Proyecciones Financieras	65
9.	Flujo Neto de Operación	66
10.	Flujo Neto de Plan de Negocio	67
11.	Evaluación Financiera.....	67
1.1	VPN.....	68
1.2	Tasa Interna de Retorno	69
1.1	Costo beneficio.....	69
12.	Fuentes de Financiación.....	70
J.	Conclusiones	72
K.	Recomendaciones.....	73
L.	Referencias	74
M.	Anexos.....	78
1.	Análisis de Resultado de la Investigación de Mercado.....	78
2.	Reglamento Interno de Trabajo.....	82

Lista de Tabla

Tabla 1 Datos Cálculo Demanda	36
Tabla 2 Cálculo de la Demanda Actual	37
Tabla 3 Tamaño del Proyecto	42
Tabla 4 Macro Localización	43
Tabla 5 Micro localización	44
Tabla 6 Inversiones en Terreno y Obras Físicas	55
Tabla 7 Maquinaria y Equipo.....	55
Tabla 8 Inversiones en Muebles y Enseres	56
Tabla 9 Inversión en Activo Intangible.....	57
Tabla 10 Costo Mano Obra	57
Tabla 11 Gastos Servicios Públicos – Primer Año	58
Tabla 12 Gastos por Depreciación	59
Tabla 13 Costo Mano de Obra	60
Tabla 14 Otros Gastos Administrativos	60
Tabla 15 Gastos de Venta	61
Tabla 16 Amortización de Gastos Diferidos.....	61
Tabla 17 Distribución de Costos	62
Tabla 18 Punto de Equilibrio	63
Tabla 19 Calculo de Capital de Trabajo.....	64
Tabla 20 Inversiones en el Capital de Trabajo.....	64
Tabla 21 Flujo neto de Inversiones	64
Tabla 22 Programa de Inversión fijo para el Proyecto.....	65

Tabla 23 Inversiones en el Capital de Trabajo.....	65
Tabla 24 Valor Residual de Activos	65
Tabla 25 Flujo Neto de Operación.....	66
Tabla 26 Flujo Neto del Proyecto	67
Tabla 27 Presupuesto de Gastos de Administración.....	67
Tabla 28 Presupuesto de Ventas y Gastos	68
Tabla 29 Presupuesto de Costos Operacionales.....	68
Tabla 30 Valor Presente Neto	68
Tabla 31 Tasa Interna de Retorno	69
Tabla 32 Indicador de Costo Beneficio.....	69
Tabla 33 Composición Fuentes de Financiación	70
Tabla 34 Pregunta 1	78
Tabla 35 Pregunta 2	79
Tabla 36 Pregunta 3	79
Tabla 37 Pregunta 4	80

Lista de Ilustración

Ilustración 1 Matriz las 5 fuerzas de Porter.....	25
Ilustración 2 Mapa de Empatía.....	30
Ilustración 3 Mapa Geográfico Montería	31
Ilustración 4 Encuesta - Pregunta 1	34
Ilustración 5 Encuesta - Pregunta 2.....	34
Ilustración 6 Encuesta - Pregunta 3.....	35
Ilustración 7 Encuesta - Pregunta 4.....	35

Ilustración 8 Imagen Corporativa.....	40
Ilustración 9 Eslogan.....	40
Ilustración 10 Plano Distribución Planta.....	46
Ilustración 11 Proceso de Prestación de servicio	47
Ilustración 12 Organigrama.....	49

Lista Graficas

Grafica 1 Pregunta 1	78
Grafica 2 Pregunta 2	79
Grafica 3 Pregunta 3	80
Grafica 4 Pregunta 4	81

A. Introducción

El proyecto de creación de empresas emprendido, se materializará a través de un proceso investigativo en el campo comercial y empresarial de la ciudad de Montería, desarrollado en el sector gastronómico, enfocado en los establecimientos de servicio gastronómicos completos, que permitirá crear una empresa llamada CREANDO TALENTOS, cuya razón social desarrollará su actividad comercial brindando servicios de: 1) Diagnósticos y 2) Soluciones de tipo formativo y de estrategias comerciales, diseñados para atender el equipo humano, los procesos logísticos y la infraestructura física de dichos establecimientos, entendiendo ante todo la especificidad que desemboca en un trato distintivo y profundizado de acuerdo al caso que se presente, esto con el fin de brindar las mejores y más adecuadas soluciones frente a los requerimientos que presente cada establecimiento. CREANDO TALENTOS no generaliza las necesidades de cada comerciante o empresario, sino que, de forma específica garantizará orientación y soluciones especializadas para competir en el mercado de la ciudad de Montería.

B. Resumen ejecutivo

CREANDO TALENTOS es una empresa que tiene como actividad comercial principal, prestar servicios de formación, capacitación, así como realizar diagnósticos y soluciones comerciales a restaurantes y establecimientos gastronómicos de servicio completo, en las áreas de ventas, atención al cliente y mercadeo.

Este portafolio de servicios pensado para fortalecer las llamadas 7 P's del Marketing: Personal, Producto, Precio, Plaza, Promoción, Procesos y Presentación, busca ofrecerle a las empresas herramientas que permitan generar mayores rentabilidades junto con el crecimiento reputacional positivo necesarios para sus clientes perciban el valor agregado que los ponga en el top of mind del mercado de los consumidores, estos servicios van direccionados a todos los empresarios del sector de restaurantes y establecimientos gastronómicos de la ciudad que buscan nuevas oportunidades de crecimiento y consolidación comercial.

1. Portafolio de Servicios:

1.1 Servicios Diagnósticos: Identificación de problemáticas internas de la empresa

- Servicio al cliente en mesa y/o buffet.
- Presentación e imagen gastronómica.
- Gestión y Análisis de PQRSF para la toma de decisiones.
- Mejoras en infraestructura y diseño del establecimiento.

1.2 Servicios De Formación y Capacitación

- Formación en ventas y servicio al cliente.
- Capacitación en etiqueta y protocolo.
- Desarrollo de proceso de inducción y reinducción en área de ventas.

- Capacitación en gestión administrativa y logística.

C. Descripción y Formulación del Problema

1. Descripción del Problema

Se empieza por describir a la luz de ley, lo que se especifica en el artículo 87 de la ley 300 de 1996 definiendo que: “los establecimientos gastronómicos, bares y similares son aquellos cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo y que podrán prestar otros servicios complementarios” esto para dar adecuado contexto sobre el tipo de negocios al cual va dirigida la actividad comercial de CREANDO TALENTOS.

El desarrollo comercial de los restaurantes colombianos se ha visto afectado en diversas oportunidades por la poca conexión que siente el comensal con el asesor gastronómico que representa al establecimiento, a menudo esta es una de las razones por las cuales el cliente lo descalifica como una opción para satisfacer sus necesidades alimenticias. Acevedo (2017) menciona que invertir en la atención al cliente y el atraerlos o recuperarlos, es la mejor manera de tomar ventaja ante el cliente mismo, ya que los seres humanos al ser emocionales y sociales dependen de la manera como el entorno se desarrolla hacia y alrededor de ellos.

A menudo los dueños o gerentes no enfrentan problemas comunes, independiente mente de su especialización, ubicación, jornada, especie o tipo de clientes, uno de ellos es la carta; a menudo las cartas presentan un arma de doble filo en el cliente, puesto que si la carta cargada de productos va a representar para el cliente confusión al momento de verla y si por el contrario es una carta más corta; representa para el cliente una falta de productos o poca variedad del restaurante. Por otro lado, los autores indican que la contratación y capacitación de personal

representa el segundo problema con más dificultad, a menudo se tiende a contratar personal equivocado lo que provoca consigo una alta tasa de rotación laboral en los restaurantes y daños irremediables en el servicio al cliente, afectando la base de clientes actuales las futuras (Usieto, 2022).

En cuanto a los procesos como tal, los restaurantes son agobiados por diferentes aspectos, pero, el más común y representativo, es el de servicio al cliente, el acto de atender las necesidades de una persona se vuelve un elemento que puede afectar de manera prolongada a la empresa en el caso que no se satisfaga las necesidades del cliente, a veces, no solo suele ser la necesidad de llevar a la mesa un plato o una bebida, también es la instrucción, los conocimientos e historia que brinda el asesor de acuerdo al producto que está vendiendo. Moll (2022) expone las problemáticas que desencadena la explotación de un trabajador, el bienestar de un trabajador traduce a la empresa bienestar colectivo, pero por el contrario lleva consigo problemas como pésima atención al cliente, platos mal elaborados y presentados, ruidos y ambiente inadecuado para la tranquilidad del cliente, *Mise and place* mal elaborado etc.

Todos estos inconvenientes se vuelven repetitivos y desencadenan otros problemas que derivan de la función, ya que un *Mise And Place* mal elaborado traerá retraso en los platos e inmediatamente se traducirá en un mal servicio al cliente, como producto de estas situaciones, lo convencional sería que el cliente, al tener una queja, se dirigiese a administración para manifestar su inconformidad, pero en nuestra era, vertiginosa, ágil y tecnológica, es más fácil exponer la queja a través de redes sociales públicas, esto es un bache, una mancha que queda en el historial del restaurante, en este sentido, Santos (2021) afirma que el 90,0% de las personas que visitan restaurantes se guían por los buenos comentarios o calificaciones que tienes en sitios en

Instagram, Facebook, o Google, este último representa un gran indicador para las referencias hacia nuevos y potenciales clientes.

La anterior es una de las tantas y distintas situaciones que aquejan a los restaurantes, Castañeda (2022) indaga y comunica las denuncias más representativas hechas en redes sociales: en primer lugar, están los platos y utensilios sucios representan un 76,0% de los problemas más comunes que expresan los clientes en las plataformas de internet, este autor continúa con la parte de la higiene de los baños, que aunque no todos los restaurantes prestan este servicio, los que cuentan con él, presentan mal estado, abarcando un 73%, el servicio al cliente más allá de satisfacer necesidades de productos va más allá de ello y es la interacción con el cliente, el 72% de los clientes afirman haber sentido un trato descortés por parte del personal, en esta misma línea de idea tenemos la presentación del personas que con un 67% tiende a presentarse en los establecimientos. Desde otro ángulo está la comida o bebida a una temperatura incorrecta con un 66,0% de participación, como también las equivocaciones en la comida servida o entregada al cliente con un 62,0%, la presión que tiende a ejercer el mesero para que el cliente coma más rápido representa un 61,0%, de manera similar tenemos el retiro del plato con un 59,0%. Las incongruencias entre el menú y el platillo recibido con un 54,0%, El servicio de atención lento representa el 51,0%, propina ya incluida sin el consentimiento previo un 50,0%, como también los cálculos equivocados en la cuenta con el 48,0%, ubicación de la mesa cerca de un baño o cocina 38,0%, buscar mesero y que se encuentre en el celular en un 30,0%, tener que pedir nuevamente lo solicitado 27,0% y por último la amabilidad extrema, innecesaria e incómoda con un 24,0%.

Así mismo, y como en los demás renglones de la economía, el sector gastronómico desde el punto de vista laboral, se ha vuelto más exigente frente a los conocimientos y cualificaciones

que debe tener el empleado, pues estos no son considerados como un cúmulo de saberes o habilidades, sino que es la capacidad de proceder, intervenir y resolver situaciones inesperadas; de ahí, nace la necesidad de evaluar las competencias del personal, sin embargo, aunque el trabajador cuente con las exigencias requeridas por la empresa, en muchas ocasiones son dichas organizaciones las que no cumplen con las expectativas que tienen los trabajadores lo que genera que se presente un nivel alto de rotación de personal (Salas et al, 2012).

Desde otro punto de vista Prieto (2013), expresa que a medida que se presentan dificultades en la permanencia laboral en una empresa, se debe indagar en la causas de la deserción del personal, donde generalmente, estas se encuentran directamente relacionadas con el desconocimiento y participación en las estrategias organizacionales, además de la carencia de motivación y satisfacción del trabajador, lo cual a mediano y largo plazo influye en el compromiso y sentido de pertenencia por parte del trabajador hacia la empresa.

En la actualidad uno de los principales y grandes retos que enfrentan las empresas en su posicionamiento y permanencia en el mercado es el poder consolidar claramente los aspectos técnicos y humanos. Como se mencionó anteriormente el personal es el recurso más importante en una organización, pero también es el que representa mayor complejidad en su tratamiento, pues impacta directamente en la estabilidad y productividad de la empresa (Domínguez, 2015).

CREANDO TALENTOS trabajará no solo en formar, sino también para generar nuevos y reafirmar aprendizajes y conocimientos adquiridos a través de jornadas de capacitaciones para sus asesores gastronómicos, atendiendo la importancia categórica y la pertinencia de ver la capacitación como una inversión para su capital humano; debe dejarse atrás la idea antigua y errónea de que era inútil y costosa, plantear el entrenamiento de los individuos que trabajan en una organización.

1.1 Formulación del Problema

Teniendo presente las situaciones descritas ¿Cuál será el portafolio de servicios más adecuado para determinar la oferta de servicios de formación y soluciones comerciales en ventas, y atención al cliente a prestar a los restaurantes y establecimientos gastronómicos de la ciudad de Montería?

D. Justificación

Frank & Littlewood (2006), indican que la globalización y los avances tecnológicos han fomentado un crecimiento constante en la economía de los países, generando el surgimiento de nuevas empresas, que contribuyen a la generación de nuevos empleos y métodos de trabajos más eficientes y productivos; esto contribuye no solo al crecimiento de la economía de los países, sino, que ha influido en las empresas ya existentes, puesto que estas se enfrentan a nuevos retos, debido al cambio en el ritmo del mercado, pues este debe suplir la demanda y oferta que tiene el público, además se encuentra sujeto a las necesidades y expectativas de los clientes; hacer frente a estas necesidades es un reto constante de las empresas para lo cual es necesario alinear todas las operaciones de manera eficiente y eficaz, no olvidando la importancia que tiene el capital humano.

Tal como lo afirma Prieto (2013), el capital humano es uno de los factores más importantes para una organización. además, está directamente ligado a la competitividad y productividad, por lo que cada día invierten más en sus estrategias, condiciones laborales, clima organizacional y en las diferentes variables que conforman la organización; de estas últimas dependen de que el trabajador se sienta satisfecho y motivado laboralmente, lo que influye directamente en su desempeño laboral; Chiavenato (2011) por otra parte, afirma que el capital humano influye en diversos aspectos, desde las características propias de las personas hasta llegar a la conducta del mercado laboral. Por lo que es fundamental evaluar y supervisar constantemente un factor tan esencial para la dinámica de la organización como la rotación de personal y lograr con ello la retención de los trabajadores.

La constante evolución de la demanda y concepción del valor, lleva a los restaurantes a trabajar cada día en mejorar sus procesos; la atención al cliente es un servicio que busca que el

personal cuenta con los conocimientos, la experiencia, control sobre el producto que vende o bien sea la capacidad de vender un servicio adicional al cliente, y por la parte organizacional que sea permanente en la empresas, teniendo en cuenta que la sociedad gira entorno a la actividad laboral, donde el éxito de una empresa depende de su estabilidad en el mercado y para ello es importante que tanto empleadores como colaboradores trabajen entre sí para lograr objetivos comunes, he de ahí que las empresas se enfoquen en que sus colaboradores se encuentren satisfechos y promuevan continuamente un buen ambiente laboral, ya que, este es un elemento de suma importancia que encamina a los colaboradores a llevar al éxito a las compañías y contribuye a que exista una menor rotación de personal dentro de las organizaciones.

Del mismo modo, la evolución del mercado también ha ocasionado un aumento en las exigencias, demandas y conocimiento del personal, lo que ha generado que en muchas ocasiones que las organizaciones dejen de lado la gestión adecuada del talento humano, factor que produce que los colaboradores perciban un desinterés por parte de su empleador, ocasionando niveles de desmotivación, insatisfacción laboral, falta de sentido de pertenencia, lo cual conlleva al aumento de la rotación del personal y ausentismo laboral, factores que producen una disminución de la productividad que se encuentra asociada a las variables organizacionales de la empresa como el ambiente laboral en que se desenvuelven los colaboradores.

Es por ello, que el talento humano se debe de ver como un activo más en la empresa, el cual necesita un mantenimiento e inversión, refiriéndonos a esto como capacitaciones y actividades de formación y desarrollo de los conocimientos laborales; Ferreira & Porto (2018), expresan la necesidad de observar el comportamientos de los trabajadores para determinar su rendimiento, desarrollo y acciones, esto con el fin de encaminar el personas a un mejoramiento

continuo de las condiciones de los individuos que en ella trabajan, se refiere aquí a la constante capacitación.

Calderón (2004) menciona que la capacitación es concebida como una respuesta a la falta de personal calificado, al creciente y acelerado proceso de los cambios organizacionales, a la necesidad de contar con personal preparado y al imperante reto que tiene el hombre como tal y ser social. Reza (2010) afirma que para las empresas es muy importante capacitar a su personal, ya que gracias a ello aumentan la eficiencia y la productividad, tanto para la empresa como para sus trabajadores. en realidad, no existen desventajas considerables al capacitar al personal, a pesar de que los costos en algunas ocasiones son elevados, no son comparables con las ganancias que obtienen las empresas y los trabajadores, ya que les permite alcanzar los estándares de calidad, en la producción, seguridad y bienestar, tanto para la empresa como para el trabajador.

Según Rodríguez (2017), la importancia de la capacitación radica en lo siguiente:

1. Ayuda a la organización, conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.
2. Ayuda al individuo, da lugar a que el trabajador interiorice y ponga en prácticas las variables de motivación, realización, crecimiento y progreso.
3. Ayuda a las relaciones en el grupo de trabajo, fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos.

Gordon (2000), explica la importancia que hoy se le otorga al factor humano, tanto que se le considera la clave del éxito de una empresa y la gestión de recursos humanos es percibida como la esencia de la gestión empresarial. De tal forma que, en la actualidad, sin desconocer la importancia y la necesidad de todos los elementos en el funcionamiento de la organización, no

existe punto de comparación en lo que respecta al elemento humano. Son las personas las que le dan vida a la organización y de ellos depende el éxito o fracaso de esta, son las que hacen la economía de un país, y son ellas, por lo tanto, los verdaderos factores del progreso.

Según Chiavenato (2007) “la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”, en su libro hace mención de acuerdo a el nacional industrial Conference Board de Estados Unidos, la finalidad de la capacitación es ayudar a los empleados de todos los niveles a alcanzar los objetivos de la empresa, al proporcionarles la posibilidad de adquirir el conocimiento, la práctica y la conducta requerida por la organización, Algunos beneficios de la capacitación para las empresas son:

- Aumenta la rentabilidad de la empresa.
- Eleva la moral del personal.
- Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño
- Crea una mejor imagen de la empresa.
- Facilita que el personal se identifique con la empresa.
- Mejora la relación jefe-subordinados.
- Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.
- Ayuda a solucionar problemas.
- Facilita la promoción de los empleados.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Promueve la comunicación en la organización.

Con lo expuesto anteriormente, se puede justificar la importancia de las capacitaciones laborales y la formación del personal, esto genera un servicio distintivo al cliente ya que el empleado capacitado se siente con el entorno y las capacidades adecuadas para enfrentar al cliente en la dinámica de convencimiento emocional al momento de adquirir un producto o servicio, es importante indicar, que no solo es convencimiento también es establecer un vínculo de fidelidad con el cliente, donde éste cuente con todos los factores que busca en un restaurante; excelente servicio al cliente, establecimiento cómodo y seguro, gastronomía distintiva asesores capacitados.

De acuerdo a Becker & Gerhart (1996), la ventaja competitiva de las organizaciones está estrechamente vinculada a la formación y gestión de su talento humano; es claramente evidente que para el funcionamiento de este y más proyectos, se necesita de las personas y sus capacidades, dignificando cada una de ellas; de manera complementaria Dolan, Cabrera, Jackson & Schuler (2007), expresan que la estabilidad del personal en el cargo y la formación recibida aseguran el desarrollo de las habilidades sin interrupciones.

E. Objetivos

1. Objetivo General

Crear una empresa para ofrecer servicios de formación y soluciones comerciales de ventas y atención al cliente, en restaurantes y establecimientos gastronómicos de servicio completo en la ciudad de Montería.

2. Objetivos Específicos

En coherencia con el objetivo general, se desarrollarán los siguientes objetivos específicos, los cuales abarcaran en su orden y de manera estratégica el desarrollo de los módulos de mercado, técnico-organizacional y financiero, los objetivos son:

- Determinar el mercado y los atributos que lo componen, así como los requerimientos comerciales adecuados para llevar a cabo el desarrollo del negocio.
- Definir los requerimientos técnicos necesarios y la estructura administrativa adecuada para el desarrollo del negocio.
- Estimar la viabilidad financiera y los recursos necesarios para llevar a cabo el desarrollo del negocio.

F. Metodología

Cada trabajo requiere de la investigación, y es prioridad de los autores que el objeto de estudio de la investigación vaya encaminado con el método de investigación y que los resultados posean correcta representación de los procesos investigativos, como también la exactitud y confiabilidad de sus resultados. Para ello es fundamental que el investigador escoja el método más ordenado, secuencial, didáctico, puntual y asertivo que den respuestas a las incógnitas planteadas en la formulación del problema de la investigación, como también cumplir con los objetivos y expectativas planteadas en el desarrollo de la investigación.

Según (Campo, 2010, como se citó en Cárdenas, 2016) el diseño metodológico consiste en llevar a la práctica los pasos generales del método científico de la investigación, es planificar las actividades propias de las fuentes de investigación, donde se organizará y coordinará el tipo de preguntas, estructura, delimitación y canal de la investigación; generando así hipótesis, como también se definen los objetivos y el tipo de método que se intentará seguir.

Se identifican los aspectos metodológicos de esta investigación como la identificación de la prestación de servicio de formación soluciones diagnósticas comerciales y atención al cliente en restaurantes y establecimientos gastronómicos de la ciudad de Montería. Para ello, se abordó una investigación de tipo descriptiva como metodología para la ejecución del proyecto, acompañado de la encuesta y la entrevista como técnicas para la recolección de información, Siendo lo más indicado para lograr mayor eficiencia en la obtención de información y presentación de resultados con alto grado de confiabilidad.

Bavaresco (2013), dice que la investigación descriptiva va hacia la búsqueda de aquellos aspectos que se desea conocer y se pretende obtener respuesta a través de una serie de mecanismos consensuados donde se pueda obtener respuesta y a través de sus resultados poder

describir y analizar sistemáticamente sus características. Asimismo, Martínez (2020), indica que el método descriptivo se reduce al entorno de una investigación cualitativa, y que en este tipo de investigaciones es más importante entender la información de la población estudiada, en lugar de indagar sobre las distintas relaciones de causa y efecto de las decisiones tomadas por la población muestra.

La investigación descriptiva ayuda a detallar, controlar y analizar los resultados de una manera más eficiente y eficaz, a su vez presenta mayor comodidad para la persona encuestada ya que puede desarrollar fácilmente la tarea en su zona de confort, garantizando datos honestos y de calidad. Por otra parte, se encuentra la facilidad del acceso a esta herramienta de manera gratuita e ilimitada. Para finalizar, es importante hacer énfasis que la investigación descriptiva contribuye a la toma de decisiones a través del análisis estadístico de los datos, ayudando así a direccionar mejor el servicio de la empresa en base a datos sólidos y actualizados.

a) Instrumentos de investigación

En este caso se utilizó el método de investigación descriptiva, apoyados en la herramienta que proporciona el uso de la encuesta, para obtener información; se realizó una serie de preguntas dirigidas a una muestra poblacional compuesta por a un grupo de empresas del sector de restaurantes y establecimientos gastronómicos de la ciudad de Montería, estas encuestas se desarrollaron por medio de la plataforma de Google, y se distribuirán por vías de correo electrónico y a través de mensajería por WhatsApp, donde se proyectó y se buscó por diferentes medios conocer la importancia se las opiniones sobre el interés y la pertinencia de los diferentes servicios de asesorías y soluciones formativas para el cliente, a su vez determinar capacidad de compra, y estimar la existencia de competencia, entre otras.

b) Fuentes de obtención de datos

Las fuentes de investigación con las que conto el proyecto son de tipo primaria y secundaria, las que permitieron la recopilación de información necesaria para el análisis de la incorporación de servicios de capacitación en los restaurantes. En primera instancia se encuentran las fuentes secundarias que permitieron y proporcionaron información para efectuar la revisión bibliográfica. Para ello se recurrió a la indagación en libros, documentos, revistas y a consultar en las diferentes bases de datos como Redalyc, Scielo, Proquest, Esco y Science que permitieron profundizar en los conceptos y teorías que son requeridos para el desarrollo del análisis de la incorporación de servicios de capacitación en los restaurantes, adicionalmente se recurrió al análisis de tesis o trabajos de grados que se encuentren en la misma dirección de estudio del presente trabajo.

La fuente de información primaria, fue suministrada directamente por las empresas encuestadas, a través de un cuestionario que enviado a el área administrativa, gerencial, contaduría o en el caso oportuno los dueños de establecimientos para la recopilación de datos claves acerca del apoyo que le brindan en la actualidad a sus empresas en materia de capacitación y formación laboral, a su vez CREANDO TALENTOS, pretende conocer el presupuesto que estarían dispuestos a cubrir las empresas con el fin de brindar asesorías y capacitaciones de servicio al clientes en restaurantes y establecimientos gastronómicos, ya que la capacitación laboral se debe ver como una inversión al capital humano y no como un gasto, el acto de brindar un excelente servicio al cliente es un factor que fideliza al consumidor y lo vuelve más constante

G. Módulo de Mercado

CREANDO TALENTOS, es una empresa que presta servicios de formación en ventas y servicio al cliente para restaurantes y establecimientos gastronómicos de la ciudad de Montería, nuestros servicios presentan estándares bastantes dinámicos y adaptables a cada entorno de restaurantes que requiera nuestros servicios.

1. Matriz de 5 Fuerzas de Porter

Ilustración 1 Matriz las 5 fuerzas de Porter



Nota. Fuente de elaboración propia (2022)

2. Producto o Servicio.

La fidelización de los clientes es el problema más recurrente para las empresas que se dedican al servicio gastronómico, con frecuencia esto ocurre debido a la mala atención o por la falta de conocimientos y estrategias por parte del personal en el área de ventas y atención al cliente, como también por la ausencia de herramientas formativas y técnicas proporcionadas por el empleador. Esto ocasiona la rotación del personal, la baja rentabilidad, poco flujo de clientes y cierre de locales. Gracias a las administraciones locales de la ciudad, Montería ha vendido avanzando en materia de inversión y apertura de restaurantes, lo que la ayudado a estar en constante crecimiento, surgiendo cada vez nuevos proyectos emprendedores y demás. Pero también se puede notar el contraste de esto con la apertura de nuevos locales que cierran al poco o mediano tiempo de ser inaugurados, se cree que uno de los puntos más relevantes es la falta de fidelización de los clientes. CREANDO TALENTOS busca mitigar este efecto negativo a través de sus servicios, en la captación y solución de los problemas en ventas y atención al cliente, y a su vez ayudar a restaurantes consolidados, a mejorar sus ventas y servicio al cliente ofreciendo paquetes de capacitación, diagnósticos, y soluciones formativas.

2.1 Características técnicas.

El estudio de viabilidad técnica busca analizar una forma más eficiente para la generación del producto o servicio, lo que quiere decir que prevé los medios para que el servicio se plasme en una realidad con el contorno. Este estudio es fundamental, ya que son los clientes quienes se encontrarán en la disposición de invertir el dinero en la oferta de los servicios de CREANDO TALENTOS. En el estudio de mercado tiene la intención de analizar el perfil del cliente, su proyección, los hábitos de consumo, las preferencias, los comportamientos, las capacidades de pago. Este último, con el objetivo de obtener cierta información para transformar y construir la

proyección de la demanda, la cual se implementará como fuente principal del ingreso de los fondos. El estudio de mercado será la base de este proyecto de creación de empresa, debido a que estaciona de manera integral la necesidad del producto o servicio en la sociedad, mercado, población, consumidor o cliente (Fuentes, 2019).

2.2 Usos

2.2.1 *Aplicación y seguimiento de estrategias.*

Es prioritario la prestación de servicios de formación, capacitación, así como realizar diagnósticos y soluciones comerciales a restaurantes y establecimientos gastronómicos de servicio completo, en las áreas de ventas, atención al cliente y mercadeo.

2.2.2 *Evaluación de resultados por períodos.*

Este portafolio de servicios pensado para fortalecer las llamadas 7 P's del Marketing: Personal, Producto, precio, plaza, Promoción, procesos y presentación, busca ofrecerle a las empresas herramientas que permitan generar mayores rentabilidades junto con el crecimiento reputacional positivo necesarios para sus clientes perciban el valor agregado que los ponga en el top of mind del mercado de los consumidores, estos servicios van direccionados a todos los empresarios del sector de restaurantes y establecimientos gastronómicos de la ciudad que busca nuevas oportunidades de crecimiento y consolidación comercial.

2.3 Beneficios

Los servicios de CREANDO TALENTOS tendrán la finalidad de brindar mejores procesos internos en la atención al cliente en restaurantes y establecimientos gastronómicos, cabe resaltar que estos procesos internos retribuyen considerablemente en el ambiente externo de la empresa, ya que generan una mejor imagen tanto física como social de la organización. Estos

procesos se llevarán a cabo con un equipo de profesionales expertos en atención al cliente y satisfacción de necesidades gastronómicas y de servicio al cliente, el enfoque no solo se realiza con el cliente, también está con los procesos internos de ambiente laboral, herramientas de trabajo y direccionamientos de personal. Además de ello, cuenta con una ventaja exclusiva y competitiva de estar sumergidos en un contexto demográfico donde se puedan brindar servicios que aporten al emprendimiento, conocimiento y entendimiento cultural sobre la calidad del servicio en restaurantes.

2.4 Productos Complementarios

En productos complementarios la empresa CREANDO TALENTOS estará vinculada y relacionada a capacidades y herramientas óptimas para brindar las mejores soluciones formativas en el área comercial y de servicio al cliente a restaurantes y establecimientos gastronómicos

2.4.1 *Servicios de Community Manager*

Se brindará el servicio con profesionalismo, responsabilidad, se identificará por saber gestionar la marca y los valores agregados que la definen. Esto, creando relaciones estables, sostenibles y duraderas para fidelizar a los clientes.

3. Consumidor Final.

3.1 Segmentación de Mercado

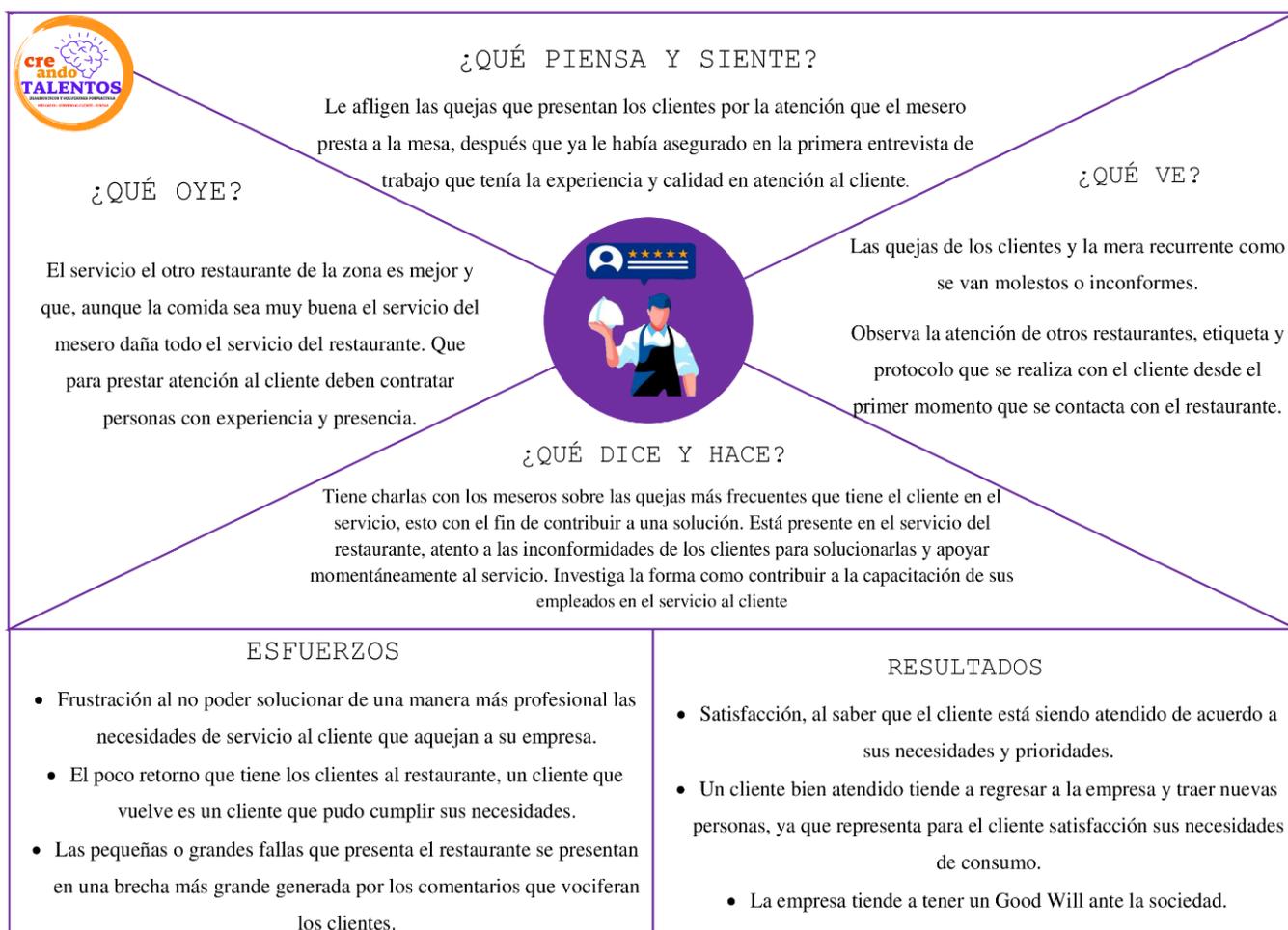
CREANDO TALENTOS trabajará de manera presencial con el cliente. Su servicio se delimitará y se especificará en el sector del restaurante, brindándole a los clientes y a quienes deseen potencializar los negocios y emprendimientos en el sector de restaurante una calidad del servicio que sea impactante y genere resultados en sus negocios. El segmento se focalizará en la ciudad de Montería.

- **Elementos.** Empresa o innovadores que buscan implementar nuevas ideas a sus negocios
- **Alcance.** Emprendedores, profesionales, técnicos, microempresarios, estudiantes, proyectos de negocio, planes de negocio, entre otros
- **Segmento específico.** Emprendedores, empresarios, empresas constituidas con la necesidad de incorporar nuevos servicios o productos en su portafolio.
- **Limitaciones.** Las limitaciones que enfrentaríamos serían los clientes que soliciten el servicio relacionado a recetas de platos para brindar en el restaurante.

3.2 Mapa de Empatía

A través de la herramienta que brinda el mapa de empatía, se realiza la descripción del cliente potencial del presente proyecto.

Ilustración 2 Mapa de Empatía



Nota. Fuente de elaboración propia (2022)

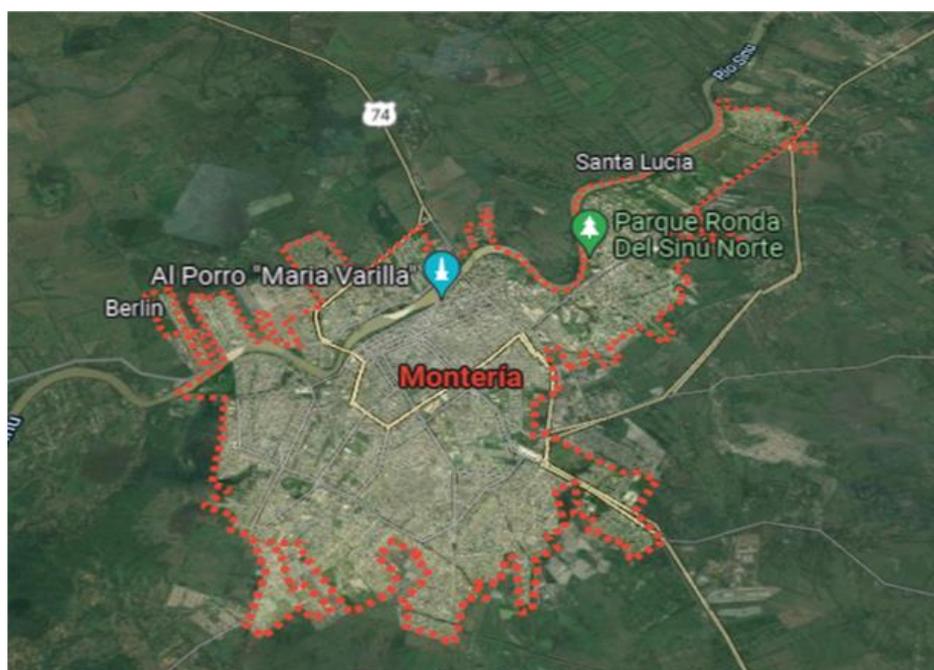
3.3 Características socioculturales

Nuestro grupo de asesores estará 100% capacitado para emitir y otorgar un servicio que esté brindando los servicios bajo los principios de necesidad con cliente, haciéndole saber que el emprendimiento es la solución a los diversos problemas que puede enfrentar una persona común en materia económica.

4. Delimitación Área Geográfica

La región seleccionada para la investigación e implementación de la empresa de Soluciones Diagnósticas y Formativas CREANDO TALENTOS tendrá como área de desarrollo la ciudad de Montería – Córdoba. A continuación, podemos observar algunos de los datos más relevantes de este municipio.

Ilustración 3 *Mapa Geográfico Montería*



Nota. La imagen representa el mapa de la ciudad de Montería, del departamento de Córdoba Colombia. Tomado de Google Maps <https://goo.gl/maps/CMvd9dVUYUKRtvHk6>

“Montería es una ciudad del norte de Colombia. Es conocida por su cultura ganadera y los planchones (balsas techadas) que transportan a los pasajeros a través del río Sinú. El frondoso Parque Ronda del Sinú se extiende a lo largo del río, con senderos y monos, iguanas y perezosos. En el área norte del parque, se encuentra la torre El Mirador, con vista panorámica del río. En el centro de la ciudad, está la icónica Catedral de San Jerónimo”.

5. Análisis de Demanda

5.1 Diseño Muestra.

CREANDO TALENTOS posee un portafolio de servicios que se adecua a cada empresa con la finalidad de acoplarse a cada actividad social o ambiente laboral del cliente, es decir, nuestra empresa se fija en las necesidades individuales de cada cliente para llegar a la solución más certera; en la actualidad el sector gastronómico de la ciudad de Montería cuenta con la existencia de 6.854 empresas registradas activamente en la Cámara de Comercio de Montería (2022); todas ellas entran en la gama de clientes de CREANDO TALENTOS, no obstante, nuestro diseño muestral tendrá como registro de población aquellos establecimientos que se caractericen como clientes potenciales, a su vez tendremos en cuenta el crecimiento turístico de la ciudad y las empresas relacionadas a él. La cifra poblacional será las 1.036 empresas de la ciudad de Montería que cumplen los dos anteriores criterios.

Se comprende que la muestra es un subconjunto de la población; (Pineda, 1994) describe la población como un conjunto de personas u objetos de los cuales se desea conocer algo mediante una investigación, constituido en el universo bien sea por personas, animales, registros médicos, de nacimiento, muestras de laboratorio entre otros. Para calcular el tamaño de la muestra, se considera un muestreo de tipo probabilística y aleatorio representado en la siguiente formula.

$$\text{Donde: } n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

n= Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza)

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad de fracaso

e = Error o margen de muestreo

N = Población

Reemplazamos Valores:

Desviación de la muestra (confianza) = 95% (1,96)

Probabilidad a favor = 0,5

Probabilidad de fracaso = 0,5

Error o margen de muestreo = 0,07

Población = 1036

Al reemplazar los valores numéricos en la expresión matemática se obtiene la muestra poblacional.

$$n = \frac{(1036) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (1036 - 1) + (1.96^2)(0.5)(0.5)} = 281$$

Luego de obtener el resultado matemático procedemos al análisis de este, este valor nos indica que el número de encuestas a realizar deben ser **281**.

5.2 Validación del instrumento.

CREANDO TALENTOS emplea como instrumento la recolección de información de la base de datos de la Cámara de Comercio de la ciudad de Montería, de la cual se tomaron 281 empresas comerciales del sector gastronómico a las cuales se les pidió realizar una encuesta mediante un formulario que fue enviado a través del correo electrónico de la plataforma de Google. Dicha encuesta contenía preguntas claves y puntuales para poder determinar la demanda del portafolio de servicios de CREANDO TALENTOS.

Ilustración 4 Encuesta - Pregunta 1

¿Quién se encarga de la capacitación del equipo de ventas? *

- A) Un área interna específica de nuestra empresa
- B) Una empresa contratada
- C) Aprovechamos las capacitaciones ofrecidas por el gobierno
- D) No tenemos planes de formación y capacitación en ventas.
- Otro: _____

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Ilustración 5 Encuesta - Pregunta 2

¿Desearía usted contratar un plan de capacitación externa, para el área de ventas * por parte de expertos?

- A) Bimensual
- B) Cuatrimestral
- C) Semestral
- D) No necesito acompañamientos de empresas externas
- Otro: _____

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Ilustración 6 Encuesta - Pregunta 3

Sí contará con el presupuesto para contratar una empresa externa en capacitación, ¿cual sería el monto **ANUAL** destinado?

A) \$3.000.000

B) \$6.000.000

C) \$9.000.000

D) No cree necesario invertir en ello

Otro: _____

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Ilustración 7 Encuesta - Pregunta 4

¿Cuál cree que es el aspecto a mejorar de su equipo de trabajo en el proceso de ventas?
(Puede marcar varias opciones)

Atención al cliente

Postventa

Garantías

Fidelización

Otro: _____

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

5.3 Cálculo de la Demanda Actual.

El cálculo de la demanda utiliza los siguientes indicadores como sustento de la investigación; el primero es el poblacional que indica el número de empresas asociadas a la demanda 1.036, como segundo criterio se presenta la muestra ya previamente calculada 281, en el tercer criterio está la tasa de crecimiento de la ciudad de Montería 1,4% (CYTY, 2017) con ayuda de los resultados de la tercera pregunta se puede deducir el lapso de tiempo que están dispuestos a cubrir los posibles clientes de CREANDO TALENTOS.

Luego de reunir los criterios procedemos a realizar los cálculos, se estableció una función entre la población y el número de respuestas del tercer ítem de la encuesta, este paso se realizó para extender los resultados de la muestra, procedemos a convertir las frecuencias en valores anuales, por último, se tabula los resultados de la respuesta de la pregunta tres y realizamos los cálculos matemáticos:

Tabla 1 Datos Cálculo Demanda

Población	1036
Muestra	281
Tasa de crecimiento poblacional	1.42%

Nota. Fuente de elaboración Propia (2022)

Tabla 2 *Cálculo de la Demanda Actual*

Bimensual	Cuatrimstral	Semestral	N. N. A. D. E. E.	Otros
68%	13.2%	12.5%	4%	2%
704	136	129	41	20
4224	408	258	41	20
Total				4910

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Luego de obtener los resultados según los criterios, los cálculos y el análisis de la tabla podemos concluir que la demanda anual de la población estudiada corresponde a 4.910, esto nos indica que los mercados monterianos requieren esa cantidad de servicios.

5.4 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda es el cálculo aritmético que permite determinar el comportamiento futuro de esta, el cual se realiza para tener el registro de la demanda a largo plazo, como también proporcionar una mejor perspectiva a la hora de tomar decisiones. Viene dada por la expresión matemática:

$$D_f = D_a (1+i)^n$$

Dónde:

D_f = Demanda Final

D_a = Demanda Actual

I = Índice de crecimiento de poblacional

n = años proyectados

Reemplazando valores obtenemos.

$$Df = (4910) (1.42\%+1) = 4980$$

$$Df = (4910) (1.42\%+1)^2 = 9960$$

$$Df = (4910) (1.42\%+1)^3 = 14939$$

$$Df = (4910) (1.42\%+1)^4 = 19918$$

$$Df = (4910) (1.42\%+1)^5 = 224000$$

6. Análisis de la Oferta

En la actualidad la ciudad de montería no cuenta con una firma que posea las mismas características de CREANDO TALENTOS lo que nos brinda la totalidad del mercado, no obstante, aclaramos que existen empresas que manejan dentro de su portafolio actividades que incentivan al trabajo en equipo dentro de otras, pero estas no van dirigidas a la formación personalizada del área de ventas y servicio al cliente para restaurantes, más bien, son como pausas activas dentro de los compañeros.

6.1 Cálculo de la Oferta Actual.

El cálculo de la oferta está relacionado con el análisis de esta, es decir no es necesario el uso de las matemáticas para ello, lo podemos inferir nuestra oferta sería la misma que nuestra demanda puesto que tenemos toda la plaza a nuestra disposición.

7. Análisis de precios.

A continuación, se mostrarán los precios hipotéticos de nuestra empresa. Estos valores se infirieron en base a lo respondido por nuestros clientes virtuales. Esta investigación se realizó en

pro del desarrollo de nuestros objetivos como empresa y a su vez teniendo en cuenta el campo de acción donde nos enfocaremos, estos precios se representan en predicciones anuales.

Los resultados arrojados nos indican que el 43,4% de los encuestados están dispuestos a invertir anualmente \$3.000.000 de pesos en sus empresas por servicios de capacitaciones en ventas. Ya que este valor se presenta como el precio con más tendencia, pensamos en crear un paquete de servicios ideal para él, siendo el más utilizado o vendido por CREANDO TALENTOS. En nuestro portafolio de servicios incluimos un paquete Premium el tendrá un precio estimado de \$9.000.000 de pesos anuales, este sería el más completo de toda la compañía, este servicio se respalda en la sustentación de lo respondido por nuestros potenciales clientes en los cuales el 41% afirmó que estaría dispuesto a invertir 9.000.000 pesos anuales en sus empresas para mejorar su capacidad venta. Los otros valores que contemplar oscilan entre los 6 y 2 millones de pesos anuales, también se planea crear un paquete promocional para atraer aquellos clientes que sean escépticos a la hora de invertir en la mejora de sus ventas.

8. Canales de Comercialización

La empresa CREANDO TALENTOS emplea un canal de comercialización directo con sus clientes, pero es de mayor ímpetu recordar que, aunque la organización funcione de manera virtual, los estudios de campo, diagnósticos, capacitaciones y demás, se llevarán a cabo en los establecimientos gastronómicos de los clientes. Siendo así un canal de comercialización directo al cliente sin necesidad de ningún intermediario que pueda obstaculizar el traslado y manejo de información importante de las empresas.

9. Imagen del Producto/Servicio

9.1 Logo

Ilustración 8 *Imagen Corporativa*



Nota. Fuente de elaboración propia (2022)

9.2 Eslogan

El eslogan será el mensaje que nos diferenciará de las demás empresas, y plasmará a nuestros clientes una visión de los objetivos que puede llegar a cumplir al contratar nuestros servicios. Con esta pequeña frase queremos invitar a los dueños, socios, gerentes etc... De los restaurantes de la ciudad de Montería a visionar las oportunidades que tendría para potencializar su restaurante.

Ilustración 9 *Eslogan*



Nota. Fuente de elaboración propia

A través de este eslogan la empresa busca quedarse en la mente del dueño, administrador, socio o gerente de la organización. Recordando que siempre habrá una opción para ayudar a crecer su empresa, indicando que CREANDO TALENTOS es la empresa ideal que le dará esa oportunidad comercial para creer en su empresa, en el talento humano y todo lo que la conforma.

10. Estrategia de Publicidad

Para la publicidad de CREANDO TALENTOS se utilizará una estrategia mixta, en la cual se utilizarán canales convencionales como; Panfletos, vallas publicitarias en zonas industriales y comerciales de la ciudad de montería. Además de ello, se utilizará las redes sociales como canal principal para promover el servicio que brinda nuestro negocio, las plataformas que se utilizarán serán; Instagram, YouTube, LinkedIn, Tiktok.

H. Módulos técnico y organizacional

1. Tamaño del proyecto

Actualmente la demanda se encuentra en aproximadamente 303,789 usuarios requiriendo servicios en internet. Para hallar una dimensión de demanda de servicios de consultoría fue necesario tomar y captar como referencia los factores importantes como lo fueron los análisis de la demanda, análisis de precio y análisis del servicio y el contenido de nuestro portafolio a brindar.

Tabla 3 *Tamaño del Proyecto*

	Horas de trabajo	Servicio diario	Servicio semanal	Servicio mensual	Servicio anual
Asesor 1	8	5	30	120	1440
Asesor 2	8	5	30	120	1440
Asesor 3	8	5	30	120	1440
Total	24	15	90	360	4320

Nota. Fuente Elaboración propia (2022)

En el cuadro anterior se pudo evidenciar que serán 3 asesores quienes brindarán al servicio. Estos tendrán un trabajo de 8 horas diarias. Estarán a cargo de al menos 5 tipos de servicios por día en cuanto a asesorías. Los servicios mensuales, los 3 deben tener un acumulado igual o superior de 30, en el mes, deberán alcanzar una totalización de servicios de al menos 120, y para periodicidades anuales, los servicios deben alcanzar 1440.

2. Localización

2.1 Macro localización

Como se menciona anteriormente, la empresa trabajará en toda la zona costera, de la región caribe. Sin embargo, ante la demanda de los servicios por parte de los usuarios en el futuro nos vemos obligados a emitir el servicio a toda la población regional y nacional.

Aumentando la planta productiva de empleo y adecuando los espacios de trabajo en medida de que vayan aumentando los clientes.

Tabla 4 *Macro Localización*

Alternativas de localización							
Factores relevantes	Peso asignado Esc. 0- 1	Montería		Sincelejo		Cartagena	
		Calificación 0-100	Calificación ponderada	Calificación 0-100	Calificación ponderada	Calificación 0-100	Calificación ponderada
Económicos							
Zona local del consumidor	0,2	25	5	50	10	60	12
Canales de comunicación	0,1	45	5	38	3,8	68	6,8
Medios comunicativos	0,1	50	5	40	4	72	7,2
Zona locativa de proveedores	0,15	37	5,55	40	6	70	10,5
Dinámica de la economía	0,1	60	6	45	4,5	58	5,8
Costo de mano de obra	0,06	53	3,18	50	3	50	3
Culturales							
Hábitos de compra	0,15	50	7,5	45	6,75	70	10,5
Políticos							
Regulaciones específicas	0,04	35	1,4	50	2	55	2,2
Sociales							
Intereses del municipio	0,1	70	7	60	6	75	7,5
Total	1		45,13		46,05		65,5

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

2.2 Micro localización

Su Micro localización será en la ciudad de Montería, específicamente en el Barrio el P5, Mogambo y centro. Para ello se tuvo en cuenta la zona norte, la zona céntrica, la zona sur, así como también influyeron los factores importantes como la disponibilidad locativa, el gasto por servicio público, la afluencia de los clientes, la posibilidad de seguridad y expansión.

Para realizar la selección de una forma imparcial el local donde operará, CREANDO TALENTOS se recurrirá a la técnica de selección y ponderación, que reúne los factores de grados y puntuación, Esta ponderación se realiza asignándose a cada factor, un valor en medición porcentual, dependiendo la importancia de la ubicación de la entidad; Esto, teniendo en cuenta la jerarquización de puestos laborales.

Tabla 5 *Micro localización*

Factores Relevantes	BARRIO P5 Puntaje asignado	MOGAMBO Puntaje asignado	CENTRO Puntaje asignado
Arriendo	20	20	20
Energía	20	20	20
Internet	15	15	15
Acceso A La Oficina	50	60	20
	105	115	75

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Los datos que arrojó la tabla fueron los siguientes

- **BARRIO P5:** 105 puntos
- **MOGAMBO:** 115 Puntos
- **CENTRO:** 75 puntos

A continuación, se mostrarán los procesos de la ponderación de las puntuaciones de factores de grados.

Selección de factores de grado:

- Costo de arrendamiento
- Costo de servicios públicos
- Impacto social

A continuación, se asignan tres grados por cada factor, como se observará en la siguiente segregación:

- Costo de arrendamiento de la sala operativa
 - Grado 1: Muy Costoso – Entre 2.500.000 y 3.000.000
 - Grado 2: Costoso – Entre 1.800.000 y 2.500.000
 - Grado 3: Económico – Entre 500.000 y 1.800.000
- Costo de servicios públicos
 - Grado 1: Muy Costoso – Entre 1.500.000 y 2.000.000
 - Grado 2: Costoso – Entre 1.000.000 y 1.500.000
 - Grado 3: Económico – Entre 300.000 y 1.000.000

3. Distribución en Planta

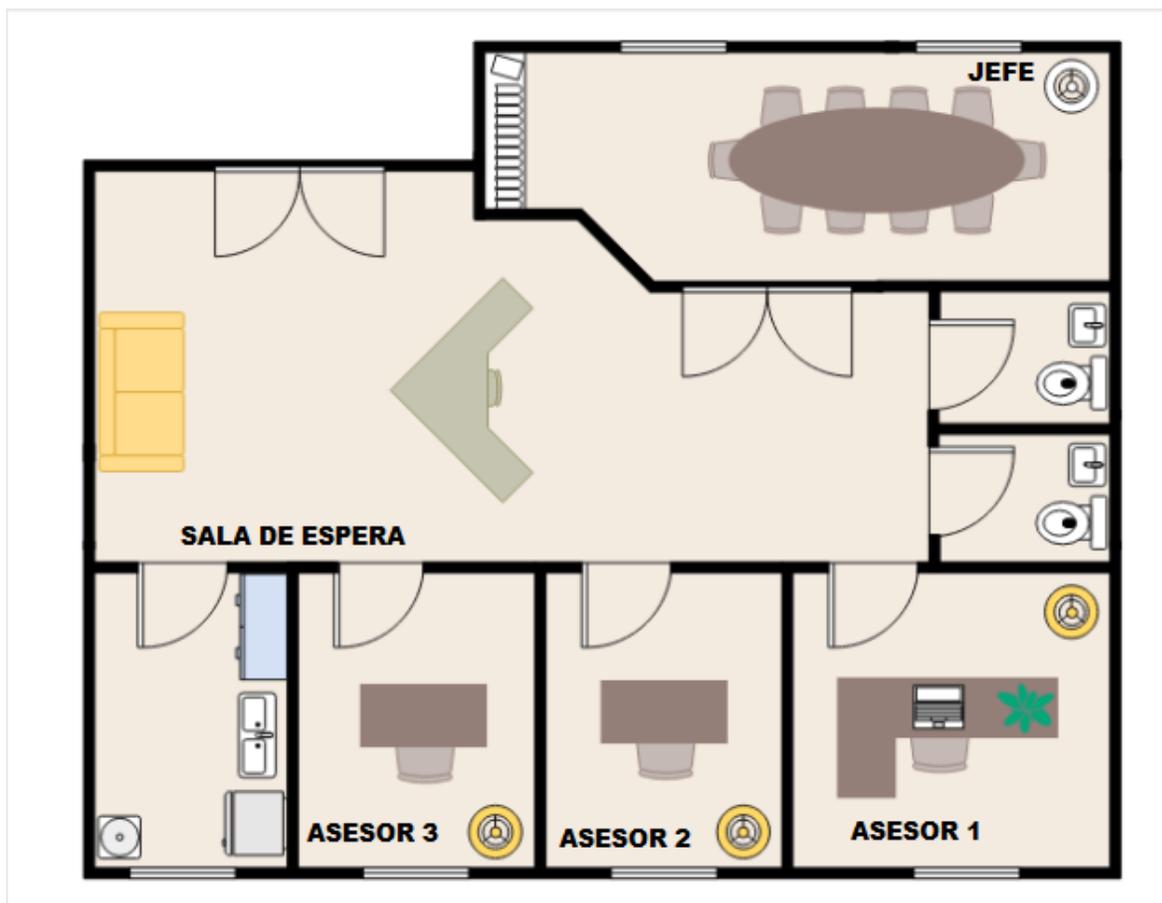
La estructura física representa el punto donde la empresa tendrá el inicio de sus planes de gestión y desarrollo. La empresa CREANDO TALENTOS trabajará de manera virtual, pero con una única oficina ubicada en un salón complementario, en este sitio la empresa tendrá las herramientas tecnológicas para el desarrollo de sus actividades, sólo contendrá los puestos de los trabajadores de manera operativa para que ellos concentradamente puedan brindar un servicio de calidad. Partiendo de lo anterior, se muestra su distribución:

Tabla 4 *Distribución Asesores en Planta*

Sección	Área (Mts ²)
Oficina Asesor 1	3 x 4
Oficina Asesor 2	3 x 4
Oficina Asesor 3	3 x 4

Nota. Fuente de elaboración propia (2022)

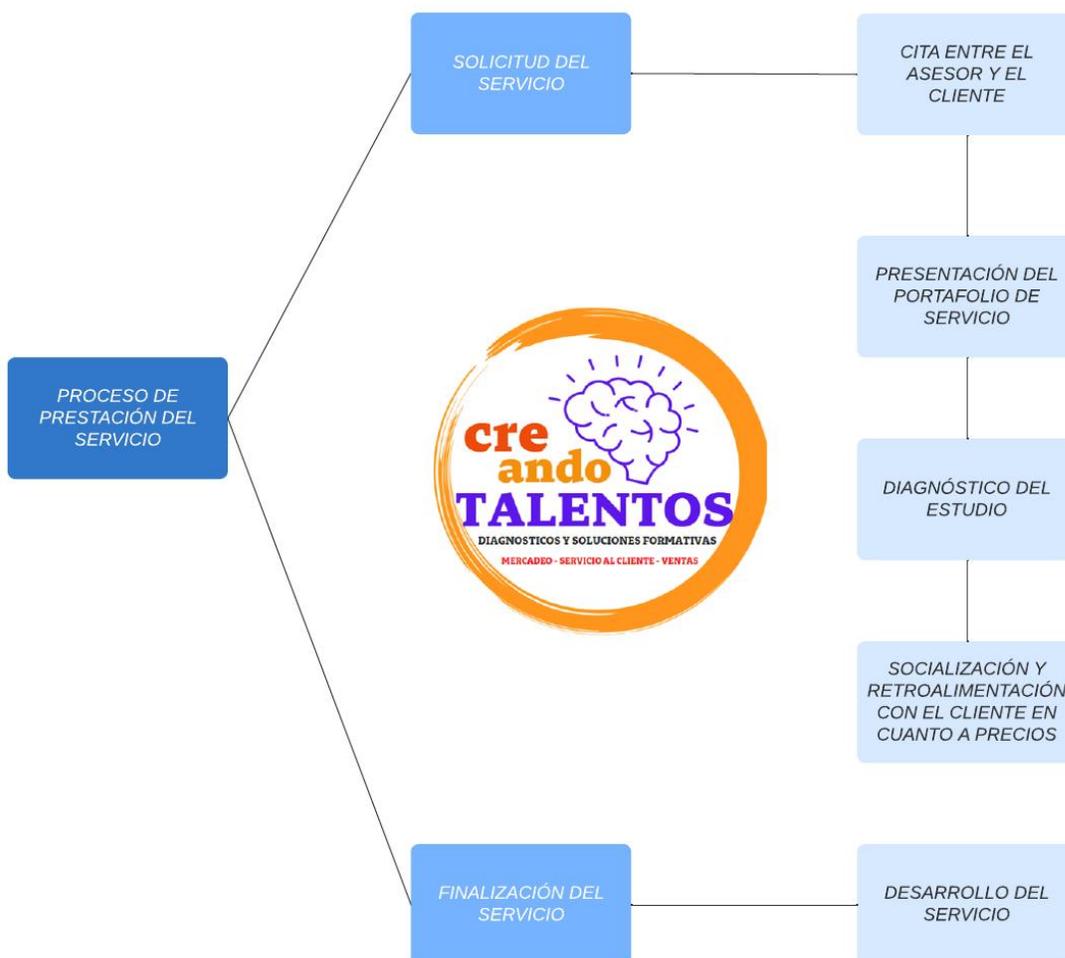
Ilustración 10 *Plano Distribución Planta*



Nota. Fuente elaboración propia (2022)

4. Proceso de producción o prestación del servicio

Ilustración 11 *Proceso de Prestación de servicio*



Nota. Fuente de elaboración propia (2022)

5. Naturaleza jurídica

Para determinar la naturaleza jurídica, este negocio escogió el societario más flexible y popular en Colombia, que es la asociación de sociedades por acciones simplificadas (S.A.S). Actualmente es una de las formas y figuras jurídicas con menos requerimientos al momento de efectuar los trámites, el costo de estos es más económico que en la matrícula de las otras figuras.

El propósito es establecer los requerimientos dictaminados por la legislación (Ley No.1258 - 5 dic., 2008).

Artículo 2º: Personalidad jurídica: Las sociedades por acciones simplificadas, una vez ya estuviesen inscritas en el registro mercantil, construirá un formará una personería jurídica distinta a la de sus accionistas

6. Misión

La misión de la empresa CREANDO TALENTOS es contribuir al desarrollo y capacitación del capital humano de los restaurantes y establecimientos gastronómicos, con servicios de diagnósticos y soluciones formativas de servicio al cliente, utilizando conocimientos en estrategias de venta, publicidad, diseño digital, atención al cliente, etiqueta y protocolo en mesa, diseño de eventos etc. incrementando las ventas y marcando la diferencia ante el cliente.

7. Visión

La empresa CREANDO TALENTOS en el año 2024 será reconocida regionalmente como la empresa Monteriana número uno, en cuanto a conocimientos. Capacidades y herramientas óptimas para brindar las mejores soluciones formativas en el área comercial, y de servicio al cliente a restaurantes y establecimientos gastronómicos completos.

8. Organigrama

Ilustración 12 *Organigrama*



Nota. Fuente de elaboración propia (2022)

9. Manual de Funciones

Tabla 5 Manual Funciones Director - Asesor II

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Director – Asesor II
Dependencia:	Gerencia
Número de cargos:	2
Reporta a:	Socios
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional Administrador de empresas, ingeniería industrial, contaduría pública y/o carreras afines.
Experiencia:	2 años en cargo administrativo
Objetivo Principal	
Planear, dirigir, coordinar, supervisar y evaluar las diferentes actividades que se desarrollen en el interior de la empresa; siempre buscando el mayor beneficio y rentabilidad de la organización en pro de los objetivos organizacionales.	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ● Representar legalmente a la empresa. ● Liderar y velar por el cumplimiento de los objetivos y valores organizacionales. ● Contribuir con eficacia y eficiencia al crecimiento económico y social de la empresa. ● Hacer cumplimiento de las políticas, reglamento interno, normas y procedimientos empresariales en pro de los objetivos organizacionales. ● Custodiar los insumos y equipos de la empresa. ● Planear el marketing comercial de la organización. ● Dirigir y evaluar al personal laboral de la organización. ● Realizar acompañamientos como asesor a los diferentes clientes afiliados a la empresa. ● Realizar acompañamiento al Jefe de Asesoría en la toma de decisiones. ● Desarrollar informes financieros que ayuden a conocer el estado económico de la empresa. 	

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Tabla 6 Manual de Funciones Feje de Asesoría - Asesor I

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Jefe de Asesoría – Asesor I
Dependencia:	Administrativa
Número de cargos:	2
Reporta a:	Director
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional o Tecnólogo en administración de empresas y áreas afines.
Experiencia:	1 año de experiencia en cargos similares.
<p>Objetivo Principal</p> <p>Formular, dirigir, organizar, ejecutar y controlar los planes, programas y proyectos del área de asesoría que sean demandados por la organización, así como prestar los servicios de asesor principal. Velar por el cumplimiento de los requerimientos presentados por los clientes y a su vez estar a cargo y responsabilidad de los asesores o servicios complementarios contratados por la empresa.</p>	
<p>Funciones del Cargo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Direccionar, guiar y controlar el equipo de asesores de la empresa. ● Garantizar el cumplimiento de los requerimientos expuestos por los clientes. ● Trazar los lineamientos para la correcta prestación de asesorías. ● Distribuir las tareas correspondientes a cada asesor. ● Desarrollar las actividades que se llevarán a cabo posteriormente al plan de Diagnostico Empresarial. ● Realizar informes de cumplimiento de actividades al director de la empresa. ● Cumplir con órdenes de delegación expuestas por su superior. ● Cumplir con las normas y objetivos expuestos en el RIT¹ 	

¹ Reglamento Interno de Trabajo

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Tabla 7 Manual de Funciones Asesor III

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Asesor III
Dependencia:	Asesoría Comercial
Número de cargos:	1
Reporta a:	Jefe Asesoría
Requisitos Mínimos	
Educación:	Bachillerato
Experiencia:	6 meses
<p>Objetivo Principal Desarrollar, planificar, implementar las estrategias comerciales y de asesorías integrales propuestas por la organización para garantizar a sus clientes los óptimos resultados y el buen funcionamiento de la empresa.</p>	
<p>Funciones del Cargo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promocionar los servicios de la empresa ● Realizar investigación de factores claves del cliente ante sus problemáticas. ● Manejar un canal de comunicación certero con sus jefes para conocer las inquietudes de los clientes. ● Cumplir y representar ante sus actos el RIT ● Realizar asesorías, capacitaciones y presentar material de apoyo a las empresas suscritas a la organización. ● Cumplir con las demás tareas y funciones asignadas por su jefe inmediato y que sean de la competencia y naturaleza del cargo. ● Realizar acompañamientos de capacitaciones o charlas activas a las empresas en sus establecimientos (cuando lo requiera) ● Cumplir oportunamente con las peticiones o inquietudes de los clientes. 	

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

I. Módulo de Impacto Social y Económico

Las instituciones en su carácter privado, público y social elaboran proyectos para atender las necesidades, los problemas, o corregir fallos de tipo económico, social o ambiental. Una vez esto se ha diseñado. Este se implementa para atender el problema. (Becerril García, 2020).

Siguiente con las afirmaciones anteriores, se entiende que la empresa como una entidad mediadora de problemas y necesidades actuales, donde los usuarios buscan beneficiarse de un contexto vulnerable con la realización de sus actividades. Se busca entonces, construir y transformar la comunidad laboral en la atención al cliente en restaurantes, con precios asequibles, especializados en solucionar los problemas del contorno actual que sumerge a los emprendedores e innovadores.

Teniendo en cuenta los factores que agudizan al comercio, se pretende por medio de las asesorías emitidas y otorgadas a los innovadores, generar un impacto de crecimiento económico para los restaurantes y establecimientos gastronómicos de la ciudad de montería, dado a que el crecimiento y la productividad generan aumento en el consumo y desempeño mejores técnicas de desempeño de la zona. Por consiguiente, se logrará elevar la calidad de vida de los pobladores.

Al tener a su disposición nuestros servicios de mayor demanda, se generará una estabilidad en la problemática y una estabilidad en materia financiero. Y por parte de lo social, habrá mayores ingresos que serán destinados en políticas internas para mejorar la prestación del servicio

El apoyo del análisis PESTAL (o PESTLE) es el instrumento de la planificación estratégica, para definir el contexto de impacto de la empresa, observando los factores externos que pueden tener impacto a nivel político, económico, social, tecnológico, ambiental y jurídico, lo que servirá para identificar amenazas y las oportunidades, en el desarrollo del negocio; estos son los hallazgos sobre factores prioritarios encontrados:

	Ámbito PESTAL	Hallazgos sobre factores y aspectos Prioritarios
1	P Político	<ul style="list-style-type: none"> - Alto niveles de corrupción y desinterés de las autoridades frente a los hechos. - Decisiones a nivel de Hacienda para políticas fiscales del país impactaría en el precio del dinero, repercutiendo así el coste de las operaciones monetarias. - Políticas Públicas que favorecen la creación de empresas y sobres atracción de inversionistas extranjeros puede traer nuevas empresas y plazas donde trabajar.
2	E económico	<ul style="list-style-type: none"> - Disminución del PIB presenta una decadencia en el consumo de las personas y a su vez el beneficio de las empresas. - Disminución de tasas de interés ayudan al acceso de créditos empresariales. - Por otro lado, el aumento de las tasas de intereses, afectan la disponibilidad de ingresos de la empresa.
3	S Social	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de escolaridad del talento humano de las organizaciones. - Desinterés de algunas organizaciones en torno a la importancia de la capacitación en servicio al cliente. - El estancamiento de la productividad Monteriana, recayendo en el crecimiento económico, turístico y político de la ciudad
4	T Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> - Preferencia por las Capacitaciones 100% online de servicio al cliente y ventas. - Tecnologías de asistencia remota para trabajar por fuera de nuestros límites. - El alcance de las plataformas con nubes de almacenamientos que ayuden a contribuir al resguardo de información y seguimiento del cliente.
5	A Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Contingencias ambientales como el fenómeno de la niña, las inundaciones, desborde de ríos y sus afluentes. - La utilización de equipos calificados para la reducción del consumo de energía, agua y gas. - Crear rutas de separación de residuos en los restaurantes contratantes.
6	L Legal	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevos impuestos y regulaciones sobre la creación de empresas. - Actualizaciones en normas laborales de contratación y seguridad - Ley 23 del 1982 sobre Propiedad Intelectual

J. Modulo financiero

1. Inversiones fijas

Tabla 6 *Inversiones en Terreno y Obras Físicas*

Detalle	Vida útil	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Adecuación oficina	10 años	3	550.000	1.650.000
Adecuación baño	7 años	2	252.000	504.000
Total, inversiones en alquiler y obras físicas				2.154.000

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La figura anterior muestra las inversiones fijas en terrenos y obras físicas; Estas fueron clasificadas en adecuación de oficina, adecuación de baño dando un total de inversiones de 2.154.000.

Tabla 7 *Maquinaria y Equipo*

Detalle de la inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)
Computador	3	5.000.000	15.000.000	10
Tableta	3	1.599.000	4.797.000	5
Cámara Fotográfica	1	3.399.000	3.399.000	10
Impresora	1	899.000	899.000	10
Trípode	1	354.000	354.000	10
Micrófono	2	62.000	124.000	10
Adaptador HDMI	2	70.999	141.998	5
Total, Inversiones en Maquinaria y Equipos			24.714.998	

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Específicamente y en un orden respectivo las compras necesarias son las siguientes especificaciones:

- MacBook Air de 13" Pulgadas MGN63LA/A Chip M1 RAM 8GB Disco Estado Solido 256 GB - Gris espacial
- iPad de 10.2" Pulgadas 64 GB Wifi 9na Gen Gris Espacial
- Cámara Fotográfica CANON M50II 15-45 Negro
- Impresora Multifuncional HP Smart Tank 530
- Tripode GO PRO 3-Way 2.0 (Tripode,brazo,soporte)
- Micrófono de Solapa VTA Alámbrico con Gancho de Sujeción 3.5mm
- Adaptador HDMI estándar macho a VGA hembra con salida de audio 3,5 mm 1080p.

Tabla 8 *Inversiones en Muebles y Enseres*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil
Escritorios para oficina	4	269.000	1.076.000	10
Sillas para oficina	3	160.000	480.000	10
Silla para sala de juntas	7	130.000	910.000	10
Enseres para aseo	3	35.000	105.000	5
Mini Nevera	1	969.000	969.000	10
recepción de oficina	1	950.000	950.000	3
Aire Acondicionado	3	1.769.000	5.307.000	10
Archivador	1	300.000	300.000	5
Total, Inversiones en Muebles y Enseres			10.097.000	

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La compra que se realizó de los muebles y enseres dio un total de \$10.097.000 las cuales incluyen productos específicos como:

- Canecas y combos plásticos para aseo
- Mini nevera COOLULI Concord de 20 litros color blanco
- 3 aires acondicionados marca Mabe de 1.200 BTU tipo Split Inverter 110V Blanco.

2. Inversiones Diferidas

Tabla 9 *Inversión en Activo Intangible*

Detalle	Costo
Imprevistos	659.000
Licencias y Tramites	289.000
Gastos de tramites	1.150.000
Estudio de Factibilidad	425.000
Estudio de pre factibilidad	320.000
Total, Inversión en Intangibles	2.843.000

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Las inversiones diferidas de activos intangibles acumulan 5 en total. Estas se valorizan en 2.843.000 las cuales están caracterizadas como aquellos activos que le generan valor a la entidad de tipo inmaterial.

3. Inversiones en el Capital de trabajo

Tabla 10 *Costo Mano Obra*

Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales (36%)	Costo total
Mano de Obra Directa				
Asesores (3)	2.156.000	25.872.000	9.313.920	35.185.920
Total, Mano Obra Directa		25.872.000	9.313.920	35.185.920
Consultor jefe (1)	3.000.000	36.000.000	12.960.000	48.960.000

Total, Mano Obra Indirecta	36.000.000	12.960.000	48.960.000
TOTAL	61.872.000	22.273.920	84.145.920

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La anterior descripción evidencia el total de las inversiones que se utilizaron para colocar en marcha el negocio. Estas están clasificadas por el total de la mano de obra directa e indirecta a la hora de prestar el servicio de capacitación y asesoría.

4. Distribución de Costos

Tabla 11 *Gastos Servicios Públicos – Primer Año*

Concepto	Mensual	Anual
Energía	756.000	9.072.000
Acueducto y alcantarillado	45.000	540.000
Internet	356.000	4.272.000
TOTAL	1.157.000	13.884.000

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el gasto total y asumido por la empresa para los servicios público el primer año. Este arrojó un valor mensual de 1.157.000 y dando un valor total de 13.884.000

Tabla 12 *Gastos por Depreciación*

Activos	Vida Útil	Costos del Activo	1	2	3	4	5	valor Residual
Computador	10	5.000.000	500.000	450.000	405.000	364.500	328.050	2.047.550
Tableta	5	1.599.000	319.800	255.840	204.672	163.738	130.990	1.075.040
Cámara Fotográfica	10	3.399.000	339.900	305.910	275.319	247.787	223.008	1.391.924
Impresora	10	899.000	89.900	80.910	72.819	65.537	58.983	368.149
Trípode	10	354.000	35.400	31.860	28.674	25.807	23.226	144.967
Micrófono	10	62.000	6.200	5.580	5.022	4.520	4.068	25.390
Adaptador HDMI	5	70.999	14.200	11.360	9.088	7.270	5.816	47.734
Escritorios oficina	10	269.000	26.900	24.210	21.789	19.610	17.649	110.158
Sillas para oficina	10	160.000	16.000	14.400	12.960	11.664	10.498	65.522
Silla sala de juntas	10	130.000	13.000	11.700	10.530	9.477	8.529	53.236
Enseres para aseo	5	35.000	7.000	5.600	4.480	3.584	2.867	23.531
Mini Nevera	10	969.000	96.900	87.210	78.489	70.640	63.576	396.815
Recepción de oficina	3	950.000	316.667	211.111	140.741	93.827	62.551	824.897
Aire Acondicionado	10	1.769.000	176.900	159.210	143.289	128.960	116.064	724.423
Archivador	5	300.000	60.000	48.000	38.400	30.720	24.576	201.696
TOTAL		15.965.999	2.018.766	1.702.901	1.451.272	1.247.641	1.080.453	7.501.033

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

En la tabla anterior se evidencia el gasto por depreciación, el saldo correspondiente, los años de vida útil, lo que posteriormente registraría el departamento de contabilidad al momento de realizar los respectivos ajustes a cada uno de los activos fijos que se registraron.

Tabla 13 *Costo Mano de Obra*

Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales (36%)	Costo total
Consultor Jefe	3.000.000	36.000.000	12.960.000	48.960.000
Asesor contable	1.000.000	12.000.000	0	12.000.000
Asesor 1	2.156.000	25.872.000	9.313.920	35.185.920
Asesor 2	2.156.000	25.872.000	9.313.920	35.185.920
Asesor 3	2.156.000	25.872.000	9.313.920	35.185.920
TOTAL		125.616.000	40.901.760	166.517.760

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el tipo de cargo que ocupará cada trabajador en la empresa, seguid de su remuneración mensual, su remuneración anual y el costo por prestaciones que le toca asumir a la entidad en una periodicidad anual.

Tabla 14 *Otros Gastos Administrativos*

DETALLE.	COSTO MENSUAL.	COSTO ANUAL.
Elementos de aseo y cafetería	56.000	672.000
Dotación de trabajadores	0	0
Arriendo local	1.000.000	12.000.000
Elementos de papelería	389.000	4.668.000
TOTAL		17.340.000

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia los gastos administrativos subdivididos en su costo mensual y finalmente en su costo anual. En total estos acumulan un valor de 17.340.000 para una periodicidad anual.

Tabla 15 *Gastos de Venta*

DETALLE.	COSTO MENSUAL.	VALOR ANUAL.
Publicidad	678.000	8.136.000
TOTAL		8.136.000

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el total de gastos por venta para un período mensual y tanto para un período anual. Al año este arrojó un total de 8.136.000.

Tabla 16 *Amortización de Gastos Diferidos*

Activo Intangible	Plazo de amortización	Costo del Activo	1	2	3	4	5
Gastos Pre operativos	5	2.843.000	568.600	568.600	568.600	568.600	568.600
TOTAL, A AMORTIZAR			568.600	568.600	568.600	568.600	568.600

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia los gastos pre operativo con su valor de activo total, su plazo de amortización y sus valores correspondientes a la amortización.

Tabla 17 *Distribución de Costos*

Detalle	M.H.M	Costos fijos	Costos variables
<i>Costos de Producción</i>			
Mano de O. Directa	35.185.920		35.185.920
Mano de O. Indirecta	48.960.000	48.960.000	
Mat. Directos	-	-	-
Mat. Indirectos	-	-	-
Servicios públicos	13.884.000		13.884.000
Depreciación	7.501.033	7.501.033	
SUBTOTAL	105.530.953	56.461.033	49.069.920
<i>Gastos de administración</i>			
Sueldos y prestaciones	166.517.760	166.517.760	
Otros gastos de admón.	17.340.000	17.340.000	
Amortización	568.600	568.600	
SUBTOTAL	184.426.360	184.426.360	
<i>Gastos de venta</i>			
Publicidad y Distribución	8.136.000		
SUBTOTAL	8.136.000	8.136.000	
TOTAL	298.093.313	249.023.393	49.069.920

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia los costos de producción de mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales directos, materiales indirectos, servicios públicos, depreciación, sueldos y prestaciones, otros gastos de administración., amortización y gastos por ventas. En una temporalidad anual, el valor de esta cédula en costo es de 298.093.313.

5. Punto de Equilibrio

Tabla 18 Punto de Equilibrio

Costos de Venta Unitario (CU).	
Costos operacionales	298.093.313
Cantidad de servicios	8
CU	37.261.664
Precio de Venta Unitario (PVU)	
Costo Unitario	37.261.664
Margen de contribución	20%
Precio de Venta unitario	44.713.997

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La fórmula utilizada para hallar el punto de equilibrio es:

$$PVU = CU + \frac{(CU * M)}{100\% - M}$$

Su punto de equilibrio en cuanto a precio es de \$ 44.713.997. Quiere decir que de los 8 servicios que se pretenden vender, ese valor es el mínimo de recaudo por venta.

Su total arrojó un valor de 37.261.664 por la venta de cada producto al año. Su margen de contribución quedó fijado en 20% y su precio de venta unitario de \$ 44.713.997 al año en recaudación.

6. Capital de Trabajo

Tabla 19 *Calculo de Capital de Trabajo*

Costo de operación anual	
Costo de producción:	105.530.953
Gastos de administración	184.426.360
Gastos de venta:	8.136.000
Totales:	298.093.313

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior de capital de trabajo evidencia el costo de producción que tendrá la empresa en cuanto a gasto de administración y en cuanto a gastos de ventas por una periodicidad anual.

Tabla 20 *Inversiones en el Capital de Trabajo*

Detalle	0	1	2	3	4	5
Capital de trabajo	24.841.109	2.841.823	3.166.927	3.529.224	3.932.967	

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el capital de trabajo proyectado a 5 años. Este será el valor del ciclo operativo multiplicándolo por 30 días.

7. Flujo neto de inversión

Tabla 21 *Flujo neto de Inversiones*

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
inversión fija	39.808.998					
Capital de trabajo	24.841.109	2.841.823	3.166.927	3.529.224	3.932.967	-
Valor residual						45.813.084
Inversiones	64.650.107	2.841.823	3.166.927	3.529.224	3.932.967	45.813.084

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el flujo neto de inversiones teniendo en cuenta la inversión fija, el capital de trabajo y finalmente el valor residual. Esto determinará cuales son las inversiones tanto en activos fijos e inmuebles o activos dados de forma efectiva a la entidad.

8. Proyecciones Financieras

Tabla 22 Programa de Inversión fijo para el Proyecto

CONCEPTO	0	1	2	3
Activos fijos Tangibles				
Obras Físicas	2.154.000			
Maquinaria y equipos	24.714.998			
Muebles y enseres	10.097.000			
Subtotal	36.965.998			
Activos Diferidos				
Gastos Pre-operativos	2.843.000			
Subtotal	2.843.000			
Total inversión Fija	39.808.998			

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La figura anterior evidencia las proyecciones financieras dadas en el proyecto. Estas suman un total de 39.808.998 compuestas por los activos fijos tangibles, las obras físicas, la maquinaria y equipo, los muebles y enseres, los activos diferidos y los gastos pre-operativos.

Tabla 23 Inversiones en el Capital de Trabajo

Detalle	0	1	2	3	4	5
inversión fija	39.808.998					
Capital de trabajo	24.841.109	2.841.823	3.166.927	3.529.224	3.932.967	

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Tabla 24 Valor Residual de Activos

Detalle	0	1	2	3	4	5
Activos de producción						7.501.833

Subtotales de producción	7.501.833
Valor residual en el capital de trabajo	38.312.051
Total. valor residual	45.813.084

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

9. Flujo Neto de Operación

Tabla 25 *Flujo Neto de Operación*

DETALLE	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	536.567.960	597.951.335	666.356.968	742.588.205	827.540.296
Egresos operacionales	298.093.313	332.195.188	370.198.317	412.549.005	459.744.611
Utilidad operacional	238.474.648	265.756.147	296.158.651	330.039.200	367.795.658
Impuestos (32,2%)	76.311.887	85.041.967	94.770.768	105.612.544	117.694.619
Utilidad Neta	162.162.760	180.714.180	201.387.882	224.426.656	250.101.066
Más Depreciación	7.501.033	8.359.151	9.315.438	10.381.124	11.568.724
Más Amortización	568.600	633.648	706.137	786.919	876.943
FLUJO NETO DE OPERACIÓN	170.232.393	189.706.979	211.409.457	235.594.699	262.546.733

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el flujo neto de inversiones. Este esquema tiene en cuenta los ingresos recibidos en la operación, los egresos. También está compuesta por la utilidad operacional, por el impuesto a la renta y finalmente por la utilidad del ejercicio luego de haber restado los 3 anteriores conceptos.

10. Flujo Neto de Plan de Negocio

Tabla 26 *Flujo Neto del Proyecto*

DETALLE	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversiones	64.650.107	2.841.823	3.166.927	3.529.224	3.932.967	45.813.084
Flujo neto de operaciones		170.232.393	189.706.979	211.409.457	235.594.699	262.546.733
Flujo neto del proyecto	64.650.107	167.390.570	186.540.051	207.880.233	231.661.732	216.733.649

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior del flujo neto del proyecto está compuesta por el flujo de inversión y el flujo neto de operaciones. La primera incluye la inversión fija y el capital de trabajo, la segunda todos los ingresos menos todos los gastos incluyéndolos todos.

11. Evaluación Financiera

Tabla 27 *Presupuesto de Gastos de Administración*

DETALLE	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	166.517.760	185.567.392	206.796.301	230.453.798	256.817.713
Otros gastos de administración	17.340.000	19.323.696	21.534.327	23.997.854	26.743.208
Amortización	568.600	633.648	706.137	786.919	876.943
TOTAL	184.426.360	205.524.736	229.036.765	255.238.571	284.437.864

Nota. Las cédulas presupuestales se proyectaron con la tarifa de inflación para finales de 2023 de un 11,44%. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el presupuesto que se destinó para los gastos de administración, entre esos están los sueldos y prestaciones, los gastos de administración de tipo varios y las amortizaciones.

Tabla 28 *Presupuesto de Ventas y Gastos*

11,44%					
DETALLE	1	2	3	4	5
Publicidad	8.136.000	9.066.758	10.103.996	11.259.893	12.548.024
TOTAL	8.136.000	9.066.758	10.103.996	11.259.893	12.548.024

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Tabla 29 *Presupuesto de Costos Operacionales*

11,44%					
DETALLE	1	2	3	4	5
Costos de producción	105.530.953	117.603.694	131.057.556	146.050.541	162.758.722
Gastos de administración	184.426.360	205.524.736	229.036.765	255.238.571	284.437.864
Gastos de ventas	8.136.000	9.066.758	10.103.996	11.259.893	12.548.024
TOTAL	298.093.313	332.195.188	370.198.317	412.549.005	459.744.611

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

1.1 VPN

Tabla 30 *Valor Presente Neto*

Años	Flujo de Neto
0	-64.650.107
1	167.390.570
2	186.540.051
3	207.880.233
4	231.661.732
5	216.733.649
VPN	436.235.980

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

La tabla anterior evidencia el valor presente neto luego de haber deducido la inversión inicial. Este resultado es favorable primeramente porque da un saldo positivo, segundo, porque es superior al saldo inicial, y tercero porque triplica el monto en cuanto a cantidad.

1.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa de oportunidad que se fija será del 20%; esto debido a que es una empresa de servicio y no se venderán productos, por ende, siempre debe estar por encima del 40 a 60% del retorno si de rentabilidad se trata.

Tabla 31 Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto
0	-436.253.980
1	167.390.570
2	186.540.051
3	207.880.233
4	231.661.732
5	216.733.649
TIR	34%

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Esta tasa nos indica el porcentaje de rentabilidad, o bien dicho, el porcentaje de retorno que tendríamos para los 5 años posteriores luego de haber deducido la inversión y el capital inicial.

1.1 Costo beneficio

Tabla 32 Indicador de Costo Beneficio

	1	2	3	4	5
Ingresos	536.567.960	597.951.335	666.356.968	742.588.205	827.540.296
Egresos	298.093.313	332.195.188	370.198.317	412.549.005	459.744.611
Inversión	2.841.823	3.166.927	3.529.224	3.932.967	45.813.084
Costo beneficio	1,783	1,783	1,783	1,783	1,637

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

El resultado indica que por cada peso invertido se obtendrá un ingreso de \$2, 154 siendo un buen indicador, que sirve como aliciente para los interesados en invertir en el proyecto de negocio.

12. Fuentes de Financiación

Tabla 33 *Composición Fuentes de Financiación*

Fuentes de Financiación	Monto de los fondos
Recursos Internos	
<i>Aportes de los socios</i>	30%
Recursos Externos	
<i>Fondos Gob. (Emprender-Bancoldex, etc.)</i>	60%
<i>Instituciones Financieras</i>	10%
Total Fondos	100%

Nota. Fuente elaboración propia (2022)

Los recursos internos provendrán de ahorros personales y la contribución de amigos y familiares. Como fuentes de financiación externas, a priori se concentrará en validar las diferentes opciones que ofrece los sistemas de apoyo al emprendimiento colombiano, para financiar iniciativas empresariales que provengan de emprendedores que cumplan con el perfil de beneficiarios.

Entre las principales opciones encontraros al Fondo Emprender, que opera como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. Por otro lado, está la posibilidad de Bancóldex, que ofrece diferentes alternativas de financiación y líneas de crédito para empresas de todos los tamaños sin importar la región o el sector al que pertenezcan, entre esas: Líneas de crédito para modernización, capital de trabajo, comercio exterior y expansión internacional, cupos especiales de crédito en

condiciones favorables de tasa y plazo, acordes con las necesidades financieras y los ciclos productivos de los negocios.

Otra alternativa para nuestro proyecto es iNNpalsa Colombia, es la unidad del Gobierno Nacional creada para promover la innovación empresarial y el emprendimiento.

No se descarta el contemplar terceros como redes de Ángeles inversionistas o Fondos de capital, pero se deberá determinar acatadamente a la proyección de los flujos financieros, las opciones que aporten valor y que el costo de la financiación no ponga en riesgo el desarrollo de las etapas de estabilización del proyecto.

J. Conclusiones

El desarrollo del presente proyecto de creación de empresa permitió determinar los servicios que le generarán la demanda potencial y el flujo de ingresos necesario para la puesta en marcha del negocio. dichos servicios estarán clasificados en dos tipos: Servicios de diagnósticos y soluciones de tipo formativo; y el de diseño de estrategias comerciales dirigidas a las problemáticas presentadas en el equipo humano, los procesos logísticos y la infraestructura física de dichos establecimientos en el sector gastronómico en la ciudad de Montería.

Esta definición de servicios obedece al análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las 281 personas que componían la población del muestreo usada. Adicionalmente a ello y con base al estudio financiero se pudo determinar que cada tipo de servicio que es otorgado, al año debe recaudar como mínimo en ventas un monto por \$37.261.664.

Por otro parte, se pudo concluir que el valor presente neto como el indicador que determinará el flujo de caja, el flujo de ingreso si está siendo suficiente para suplir los gastos y generar inversión para el caso de la empresa, el valor presente neto quedó representado en un total de 317.026.753 siendo un valor superior al gasto con la inversión de los años 1 al 5. Posterior a ello, con el cálculo del TIR, podemos medir la tasa interna de retorno, lo que quiere decir que será la tasa de rentabilidad que tendrá la empresa en los posteriores 5 años, el cálculo arrojó la tarifa de 38,8% mostrando ser rentable; finalmente, el indicador costo/beneficio obtenido en la proyección financiera, determina que se obtendría un ingreso de \$2,15 por cada peso invertido, considerando esto un gran estímulo para la inversión.

K. Recomendaciones

Como producto derivado de las investigaciones y análisis de los resultados encontrados, que constituyen insumos para el desarrollo de la creación de empresa y con miras a la puesta en marcha futura del proyecto, surgen las siguientes recomendaciones:

- 1.** Actualizar, en un periodo máximo al equivalente a cada semestre, el portafolio de servicio, debido a que las necesidades de los clientes cambian constantemente, al igual que las condiciones de los mercados.
- 2.** Expandir, basado en planes estratégicos estructurados, el portafolio y los diferentes servicios que se brindan por la empresa a nivel regional y departamental, para así poder llegar a tener el reconocimiento a nivel nacional, que se suscribe a la visión empresarial.
- 3.** Trabajar constantemente enfocados en mantener como propósito la mejora continua en la formación del personal encargado en brindar las capacitaciones y su desarrollo, para poder ofrecer cada día un servicio de calidad a los clientes.
- 4.** Estudiar la posibilidad de que, en el mediano plazo, sea posible ofrecer plazas o cupos para el desarrollo de prácticas empresariales, ya que estas, entre otros beneficios directos, ayudarían de gran manera al personal encargado, para poder cumplir todas sus funciones y así mantener la productividad.

L. Referencias

- Bavaresco, A. M. (2013). *Proceso Metodológico de la Investigación*. Maracaibo, Venezuela: Imprenta Nacional CA. Obtenido de <https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.pdf>
- Becker, & Gerhart. (1996). *The Impact of Human Resource Management On organizational Performance: Progress and Prospects*. Academy of Management Journal. Obtenido de [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1839764](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1839764)
- Calderón, G. (2004). Gerencia del talento humano en el sector público. Bogotá. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v17n28/v17n28a04.pdf>
- Cárdenas, R. (2016). Metodología de la investigación. México. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf
- Castañeda, V. (2022). Quejas más comunes en un restaurante y cómo resolverlas. Obtenido de <https://blog.cookingdepot.com/quejas-mas-comunes-en-un-restaurante-y-como-resolverlas>
- Chiavenato, I. (2008). Gestión del Talento Humano. (McGraw-Hill, Ed.) Bogotá. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>

- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos* (Novena ed.). The McGraw-Hill Companies, Inc. Obtenido de https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_hu_manos_-_chiavenato.pdf
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. Mc-Gran-Hill Internacional. Obtenido de [https://scholar.google.com.ar/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Chiavenato+Idalberto+\(2007\),+Administraci%C3%B3n+de+recursos+humanos.+Octava+edici%C3%B3n,+editorial+Mc-Gran-Hill+Internacional.&btnG=](https://scholar.google.com.ar/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Chiavenato+Idalberto+(2007),+Administraci%C3%B3n+de+recursos+humanos.+Octava+edici%C3%B3n,+editorial+Mc-Gran-Hill+Internacional.&btnG=)
- Dolan, S., Cabrera, R. V., Jackson, S. E., & Schuler, R. S. (2007). *La gestión de los recursos humanos* (tercera ed.). España: McGraw-Hill/INTERAMERICANA. Obtenido de <https://cdn.website-editor.net/50c6037605bc4d1e9286f706427108e6/files/uploaded/La%20gesti%C3%B3n%20de%20los%20la%20recursos%20humano%20-%20Dolan%20C%20Valle%20C%20Jackson%20y%20Schuler.pdf>
- Domínguez, M. (2015). *Análisis De Las Causas De Rotación De Personal De La Empresa Holcrest S.A.S.* Trabajo de grado, Universidad de Medellín. Obtenido de https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2263/T_MBA_43.pdf?sequence=1
- Ferreira, R., & Porto, A. (junio de 2018). *La calidad de vida en el trabajo y el ausentismo como indicadores de resultado de gestión hospitalaria*. Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/2877>

- Frank, h., & Littlewood, z. (2006). *Antecedentes de la rotación voluntaria de personal*. Escuela Superior de Comercio y Administración, México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456045194001>
- Gordon, S. (2000). Convergence versus strategic reorientation: The antecedents of fast-paced organizational change. *Journal of Management*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0149206300000635>
- Grupo Usieto. (2022). *Problemas comunes a los que se enfrentan los restaurantes*. Obtenido de <https://www.grupousieto.com/noticias/problemas-comunes-los-que-se-enfrentan-los-restaurantes>
- Martínez, M. (2020). *La investigación cualitativa etnográfica*. México: Trillas. Obtenido de <https://profeinfo.files.wordpress.com/2020/06/investigacion-cualitativa-etnografica-martinez.pdf>
- Moll, E. (2022). *Principales problemas de un restaurante: Marketing y Gastronomía*. Recuperado el 8 de noviembre de 2022, de Community c.s : <https://communitycastellon.es/blog/principales-problemas-de-un-restaurante/>
- Prieto, P. (2013). *Gestión del talento humano como estrategia para la retención*. Trabajo de grado para optar al Título de Especialista en Gestión del Talento, UNIVERSIDAD DE MEDELLIN, Medellín. Obtenido de <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf>

- Reza, T. (2010). Gestión efectiva de recursos humanos en las organizaciones con un enfoque sistémico. México D.F: Panorama. Recuperado el 2022, de <http://www.cyta.com.ar/ta/article.php?id=160203>
- Rodríguez, N. (03 de enero de 2017). El servicio al cliente y su problemática en el sector público. Bogotá, Colombia. Recuperado el 08 de 11 de 2022, de <file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/f/RodriguezAcevedoNataliaJuliana2017.pdf>
- Salas, R., Díaz, L., & Pérez, G. (2012). *Las competencias y el desempeño laboral*. Artículo de Revisión, Habana. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v26n4/ems13412.pdf>
- Santos, I. (2021). *Si el comensal está en las redes sociales, tu restaurante también debe estarlo*. Obtenido de Barradeideas: <https://barradeideas.com/comensal-esta-en-redes-sociales-entrevista-raquel-gonzalez/>

M. Anexos

1. Análisis de Resultado de la Investigación de Mercado

Tabla 34 Pregunta 1

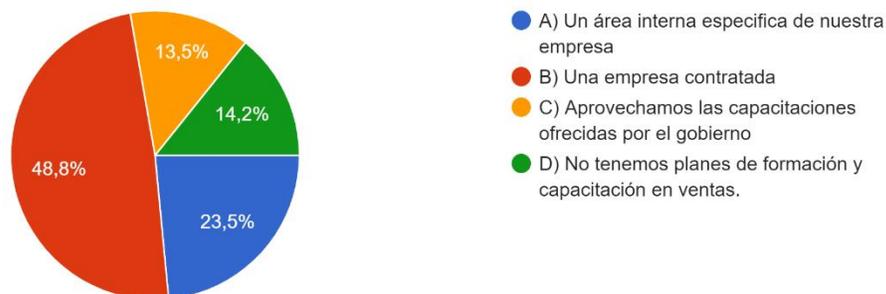
¿Quién se encarga de la capacitación del equipo de ventas?		
A)	Un área interna específica de nuestra empresa	23,5%
B)	Una empresa contratada	48,8%
C)	Aprovechamos las capacitaciones ofrecidas por el gobierno	14,2%
D)	No tenemos planes de formación y capacitación en ventas.	13,5%
Total		100%

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Grafica 1 Pregunta 1

¿Quién se encarga de la capacitación del equipo de ventas?

281 respuestas



Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Tabla 35 *Pregunta 2*

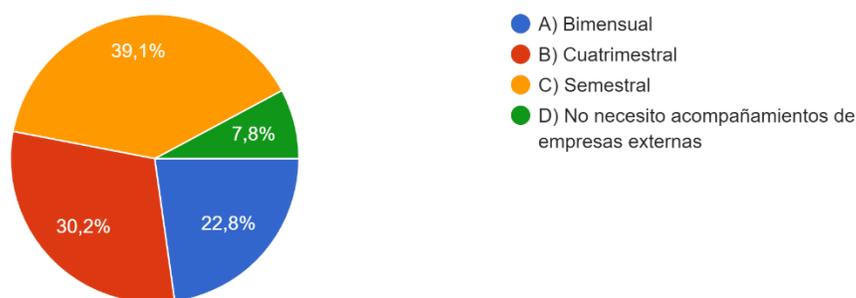
¿Desearía usted contratar un plan de capacitación externa, para el área de ventas por parte de expertos?		
A) Bimensual	64	22,8%
B) Cuatrimestral	85	30,2%
C) Semestral	110	39,1%
D) No necesito acompañamientos de empresas externas	22	7,8%
Total	281	100%

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Grafica 2 *Pregunta 2*

¿Desearía usted contratar un plan de capacitación externa, para el área de ventas por parte de expertos?

281 respuestas



Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Tabla 36 *Pregunta 3*

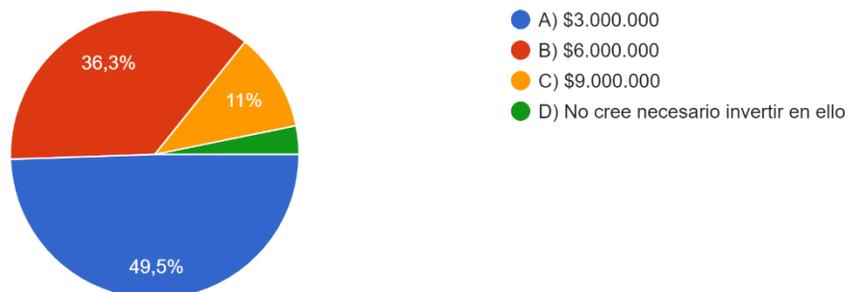
¿Si lo tuviera, cuál sería el presupuesto ANUAL para contratar un plan de capacitación externa, para el área de ventas?		
A) \$3.000.000	139	49,5%
B) \$6.000.000	102	36,3%
C) \$9.000.000	39	11%
D) No cree necesario invertir en ello	9	3,2%
Total	281	100%

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Grafica 3 Pregunta 3

¿ Si lo tuviera, cual seria el presupuesto ANUAL para contratar un plan de capacitación externa, para el área de ventas?

281 respuestas



Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Tabla 37 Pregunta 4

¿Cuál cree que es el aspecto a mejorar de su equipo de trabajo en el proceso de ventas?
(Puede marcar varias opciones)

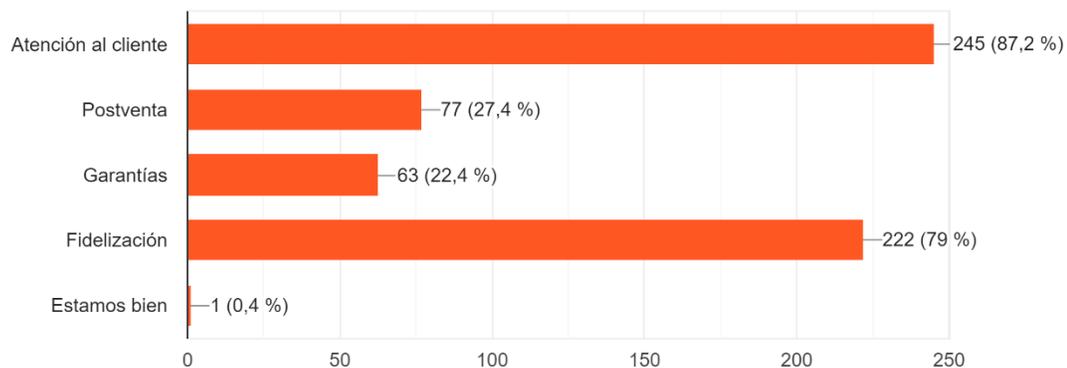
A) Atención al cliente	245	87,2%
B) Postventa	77	27,4%
C) Garantías	63	22,4%
D) Fidelización	222	79%
Total	281	100%

Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

Grafica 4 Pregunta 4

¿Cuál cree que es el aspecto a mejorar de su equipo de trabajo en el proceso de ventas? (Puede marcar varias opciones)

281 respuestas



Nota. Fuente de elaboración propia a través de Google Forms <https://docs.google.com/forms>

2. Reglamento Interno de Trabajo

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO



CAPÍTULO I

ARTICULO. 1º—El presente es el Reglamento de Trabajo prescrito por la empresa CREANDO TALENTOS cuyas disposiciones quedan sometidas tanto CREANDO TALENTOS y todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

CAPÍTULO II

CONDICIONES DE ADMISIÓN

ARTICULO. 2º—Quien aspire a desempeñar un cargo en CREANDO TALENTOS, debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a) Hoja de Vida actualizada y soportada.

- b) Tres (3) fotocopias de la cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso. Autorización escrita del Ministerio de la Trabajo o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de éstos, el defensor de familia cuando el aspirante sea mayor de 15 años y menor de 18 años.
- c) Certificado sobre las ocupaciones anteriores, el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
- d) Copia del Certificado Judicial.
- e) Copia del diploma de bachiller o su equivalente y si es profesional, del acta de grado o del diploma correspondiente.
- f) Exámenes médicos ocupacionales requeridos por cada cargo.

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

Ministerio de Trabajo), el examen de sida (D.R. 559/91, art. 22), ni la libreta militar (D. 2150/95, art. 111).

PARÁGRAFO 2: La presentación de los documentos indicados anteriormente no implica compromiso alguno por parte de la CREANDO TALENTOS para contratar al aspirante, quedando entendido que, de no admitirse, éste no tendrá derecho a reclamos de naturaleza alguna, ni a obtener constancias o certificados del resultado del examen médico, ni ha de exigir de CREANDO TALENTOS explicación alguna por tal determinación. Así mismo, cualquier inexactitud en la solicitud o cualquier alteración o falsificación de los certificados apartados da lugar a terminar el contrato de trabajo por justa causa comprobada por parte del empleador, en el caso de que el contrato ya se hubiere celebrado.

PERÍODO DE PRUEBA

ARTICULO 3. Una vez admitido el aspirante podrá estipular con él, un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de CREANDO TALENTOS, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo (artículo 76, C.S.T.).

ARTÍCULO 4. El período de prueba debe ser estipulado por escrito, en caso contrario se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (artículo 77, numeral primero, C.S.T.).

ARTICULO 5. El período de prueba no

puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato. Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato (Artículo séptimo Ley 50 de 1990).

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

PARÁGRAFO: De conformidad con la sentencia T-978 de octubre 8 de 2004, Magistrado Ponente Jaime Córdoba Triviño, la terminación unilateral del contrato de trabajo por parte de CREANDO TALENTOS, durante la vigencia del periodo de prueba, debe estar fundada en la comprobación objetiva de la falta de las competencias mínimas para el ejercicio de la labor por parte del trabajador.

CAPÍTULO III

CONTRATO DE APRENDIZAJE

ARTICULO 7. Contrato de aprendizaje es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar sus servicios a CREANDO TALENTOS, a cambio de que ésta le proporcione los medios para adquirir formación profesional metódica y completa del arte u oficio para cuyo desempeño ha sido contratado por un tiempo determinado y le reconozca un apoyo de sostenimiento mensual, el cual en ningún caso constituye salario. (Ley 789 de 2002).

ARTICULO 8. NATURALEZA Y CARACTERÍSTICA DE LA RELACIÓN DE

APRENDIZAJE: El contrato de aprendizaje es una forma especial dentro del Derecho Laboral, mediante la cual una persona natural desarrolla formación teórica práctica en una entidad autorizada, a cambio de que una empresa patrocinadora proporcione los medios para adquirir formación profesional metódica y completa requerida en el oficio, actividad u ocupación y esto le implique desempeñarse dentro del manejo administrativo, operativo comercial o financiero propios del giro ordinario de las actividades de la empresa, por cualquier tiempo determinado no superior a dos (2) años y por esto reciba un Apoyo de Sostenimiento Mensual, el cual en ningún caso constituye salario. (Ley 789 de 2002, Art. 30).

Son elementos particulares y especiales del contrato de aprendizaje:

- a) La finalidad es la de facilitar la formación de las ocupaciones en

las que se refiere el presente artículo;

- b) La subordinación está referida exclusivamente a las actividades propias del aprendizaje;
- c) La formación se recibe a título estrictamente personal;
- d) El apoyo del sostenimiento mensual tiene como fin garantizar el proceso de aprendizaje.

Durante toda la vigencia de la relación, el aprendiz recibirá de CREANDO TALENTOS un apoyo de sostenimiento mensual que sea como mínimo en la fase lectiva el equivalente al 50% de un (1) salario mínimo legal vigente.

El apoyo de sostenimiento durante la fase práctica será equivalente al cien (100%) por ciento de un salario mínimo legal vigente (a partir del 2018). (Ley 789 de 2002).

La ley 789 de 2002 señala que el auxilio económico en la fase práctica será del 100% del salario mínimo cuando el desempleo sea inferior al 10%, pero para ello se requiere que el 10% sea el promedio del año anterior conforme lo estipula el artículo 2.2.6.3.3.3 del decreto 1072 del 2015.

En ningún caso el apoyo de sostenimiento mensual podrá ser regulado a través de convenios o contratos colectivos o fallos arbitrales recaídos en una negociación colectiva.

del contrato de aprendizaje las siguientes:

Si el aprendiz es estudiante universitario el apoyo mensual, el apoyo de sostenimiento mensual no podrá ser inferior al equivalente a un salario mínimo legal vigente.

Durante la fase práctica el aprendiz estará afiliado en riesgos laborales por la A. R. L. que cubre a CREANDO TALENTOS En materia de salud, durante las fases lectiva y práctica, el aprendiz estará cubierto por el Sistema de Seguridad Social en Salud, conforme al régimen de trabajador independiente y pagado plenamente por CREANDO TALENTOS en los términos, condiciones y beneficios que defina el Gobierno Nacional.

El Contrato de aprendizaje podrá versar sobre ocupaciones semi-calificadas que no requieran título o calificadas que requieran título de formación técnica no formal, técnicos laborales o tecnológicos, de instituciones de educación reconocidas por el Estado y trabajadores aprendices del Sena.

El Contrato de aprendizaje podrá versar sobre estudiantes universitarios para los casos en que el aprendiz cumpla con actividades de 24 horas semanales en CREANDO TALENTOS y al mismo tiempo cumpla con el desarrollo del pensum de su carrera profesional, o que curse el semestre de práctica. En todo caso la actividad del aprendiz deberá guardar relación con su formación académica.

ARTICULO 9. Además de lo dispuesto anteriormente, se consideran modalidades

- a) Las prácticas con estudiantes universitarios, técnicos o tecnólogos que CREANDO TALENTOS establezca directamente o con instituciones de educación aprobadas por el Estado, de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 o normas que la adicionen, modifiquen o sustituyan, que establezcan dentro de su programa curricular este tipo de prácticas para afianzar los conocimientos teóricos. En estos casos no habrá lugar a brindar formación académica, circunscribiéndose la relación al otorgamiento de experiencia y formación práctica empresarial. El número de prácticas con estudiantes universitarios debe tratarse de personal adicional comprobable con respecto al número de empleados registrados en el último mes del año anterior en la Caja de Compensación;
- b) La realizada en CREANDO TALENTOS por jóvenes que se encuentren cursando los dos últimos grados de educación lectiva secundaria en instituciones aprobadas por el Estado;
- c) El aprendiz de capacitación de nivel semi-calificado, de acuerdo con la definición establecida en la Ley.

En ningún caso los apoyos de sostenimientos establecidos en este artículo podrán ser regulados a través de convenios o contratos colectivos o fallos arbitrales recaídos en una negociación colectiva. (Ley 789 de 2002).

ARTÍCULO 10. El contrato de aprendizaje debe contener cuando menos los siguientes elementos:

- a) Nombre de la empresa.
- b) Nombre, apellidos, edad y datos personales del aprendiz
- c) Oficio que es materia del aprendizaje, programa respectivo y duración del contrato
- d) Obligación del empleador, del aprendiz y derechos de éste y aquel.
- e) El monto del apoyo de sostenimiento mensual. (Ley 789 de 2002).
- f) Firmas de los contratantes o de sus representantes.

El contrato de aprendizaje debe celebrarse por escrito, en caso contrario los Servicios se entienden regulados por las normas del contrato de trabajo.

ARTICULO 11. MONETIZACIÓN DE LA CUOTA DE APRENDIZAJE: Siempre que CREANDO TALENTOS se encuentre

obligada a cumplir la cuota de aprendizaje de acuerdo con lo previsto en la ley, podrá en su defecto cancelar al SENA una cuota mensual resultante de multiplicar el 5% del número total de trabajadores, excluyendo los trabajadores independientes o transitorios, por un salario mínimo legal vigente. En caso que la monetización sea parcial esta será proporcional al número de aprendices que de hacer la práctica para cumplir la cuota mínima obligatoria. (Ley 789 de 2002).

ARTICULO 12. No constituyen contratos de aprendizaje las siguientes prácticas educativas o de programas sociales o comunitarios:

1. Las actividades desarrolladas por los estudiantes universitarios a través de convenios suscritos con las instituciones de educación superior en calidad de pasantías que sean prerrequisito para la obtención del título correspondiente.

2. Las prácticas asistenciales y de servicio social obligatorio de las áreas de la salud y aquellas otras que determine el Ministerio del Trabajo.

3. Las prácticas que sean parte del servicio social obligatorio, realizadas por los jóvenes que se encuentran cursando los dos (2) últimos grados de educación lectiva secundaria, en instituciones aprobadas por el Estado.

4. Las prácticas que se realicen en el marco de los programas o proyectos de protección social adelantados por el Estado

o por el sector privado, de conformidad con los criterios que establezca el Ministerio del Trabajo.

CAPÍTULO IV

TRABAJADORES ACCIDENTALES O TRANSITORIOS

ARTICULO. 13. Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de CREANDO TALENTOS. Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (CST, art. 6°). Así mismo, estos trabajadores tienen derecho al auxilio de cesantías y a primas de servicios, según sentencia C-823 y C-825 de 2006.

ARTICULO 14. No obstante no ser empleados de CREANDO TALENTOS, los trabajadores de las Empresas de Servicios Temporales que presten servicios a CREANDO TALENTOS, deberán acatar y cumplir todas las normas establecidas en el presente Reglamento Interno de Trabajo y en el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial de CREANDO TALENTOS. Para el efecto dichas empresas están obligadas a pactar las cláusulas respectivas en los contratos individuales de trabajo de este personal.

CAPÍTULO V

HORARIO DE TRABAJO

ARTÍCULO 15: Teniendo en cuenta lo señalado en el Art. 51, literal d. de la ley 789 del 2002 sobre jornada laboral flexible, CREANDO TALENTOS y sus

trabajadores hemos acordado que tanto para hombres como mujeres la jornada ordinaria de trabajo no será superior a cuarenta y ocho (48) horas semanales, y estará establecida de la siguiente manera:

Lunes a viernes: De 8:00 a.m. a 12:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m.

Sábado: De 8:00 a.m. a 12:00 p.m.

PARÁGRAFO 1. Todos los empleados sin excepción deben presentarse a laborar en el sitio habitual de trabajo en el horario de entrada, de no hacerlo, CREANDO TALENTOS dará por hecho que no laboró ese día y por ende no se le pagará.

En caso de requerirse laborar en horario distinto al descrito, este será notificado mediante circular con anticipación.

PARÁGRAFO 2. Cuando CREANDO TALENTOS tenga más de cincuenta (50), trabajadores que laboren cuarenta y ocho (48) horas a la semana, estos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada, por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente a actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación.

PARÁGRAFO 1.

JORNADA LABORAL FLEXIBLE.

CREANDO TALENTOS y el trabajador pueden acordar temporal o indefinidamente la organización de turnos de trabajo sucesivos, que permitan operar a

la CREANDO TALENTOS o secciones de la misma sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m. (Ley 789 de 2002).

En este caso no habrá lugar al recargo nocturno ni al previsto para el trabajo dominical o festivo, pero el trabajador devengará el salario correspondiente a la jornada ordinaria de trabajo, respetando siempre el mínimo legal o convencional y tendrá derecho a un (1) día de descanso remunerado.

CREANDO TALENTOS no podrá, aún con el consentimiento del trabajador, contratarlo para la ejecución de dos (2) turnos en el mismo día, salvo en labores de supervisión, dirección, confianza o manejo (artículo 20 literal c, Ley 50 de 1990).

ARTICULO 16. CREANDO TALENTOS podrá modificar las jornadas laborales señaladas en los párrafos anteriores, cuando las necesidades de la actividad que ejerce

CREANDO TALENTOS así lo requieran. En todo caso, las modificaciones de la jornada se harán respetando el ordenamiento jurídico colombiano.

PARAGRAGO 1: La jornada efectiva de trabajo se debe iniciar en el sitio o área de labor señalada por los jefes inmediatos, no en las áreas destinadas al cambio de ropa, aseo o alimentación.

ARTICULO 17. En los casos en que al finalizar un turno no se presenten los trabajadores que deben suceder en la labor, los que estén desempeñando el trabajo deberán continuarlo hasta que llegue la persona que haya de reemplazarlos. Cuando esto ocurra, el trabajador que esté de turno deberá dar aviso al jefe respectivo. Se considera falta grave el abandonar el turno sin que se haya presentado el reemplazo. En este evento CREANDO TALENTOS garantizará el reemplazo para efectos de evitar la ocurrencia de turnos sucesivos.

ARTICULO 18. CREANDO TALENTOS no aceptará cambios de turnos en forma unilateral por parte de los trabajadores.

ARTICULO 19. La jornada de trabajo, que es la de labor efectiva, principiará en el momento en que se inicien las labores en el área de trabajo donde el empleado debe reportarse sin tener en consideración el tiempo gastado para llegar al lugar de trabajo. Tampoco se incluye en la jornada de trabajo el tiempo empleado en el regreso. El sitio donde el trabajador se obliga a prestar sus servicios se entiende el

del trabajo y no el de su residencia.

ARTICULO 20. Para los efectos de cómputos parciales se entenderá que el mes es de treinta

(30) días y el año de trescientos sesenta (360) días.

ARTICULO 21. No habrá limitación de jornada para los trabajadores que desempeñen cargos de dirección, de confianza o de manejo ni para los que ejerciten actividades discontinuas o intermitentes, los de simple vigilancia, cuando residan en el lugar o sitio de trabajo, quienes deberán trabajar todas las horas que fueren necesarias, para el debido cumplimiento de sus obligaciones sin que el servicio que exceda de ocho (8) horas diarias, constituya trabajo suplementario ni implique sobre remuneración alguna.

ARTICULO 22. Cuando por fuerza mayor o caso fortuito que determine suspensión del trabajo por tiempo no mayor de dos (2) horas, no pueda desarrollarse la jornada de trabajo dentro del horario antes dicho se cumplirá en igual número de horas distintas a las de dicho horario, sin que el servicio prestado en tales horas constituya trabajo suplementario, ni implique sobre remuneración alguna.

ARTICULO 23. El número de horas de trabajo señalado en el horario anterior, podrá ser elevado por orden del empleador y sin permiso de autoridad por razón de fuerza mayor, caso fortuito, de amenazar u ocurrir algún accidente o cuando sean indispensables trabajos de urgencia que

deban efectuarse en las máquinas o en la dotación del establecimiento, pero, sólo en la medida necesaria para evitar que la marcha normal de CREANDO TALENTOS sufra una perturbación grave. Esta ampliación constituye trabajo suplementario o de horas extras.

CAPÍTULO VI

DÍAS DE DESCANSO

LEGALMENTE OBLIGATORIOS

ARTICULO 29. Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador, tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1° de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1° de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1° de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre, además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.
2. Pero el descanso remunerado del seis de enero, diecinueve de marzo, veintinueve de junio, quince de agosto, doce de octubre, primero de noviembre, once de noviembre, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús, cuando no caigan en día lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día. Cuando las mencionadas festividades caigan en domingo, el descanso remunerado, igualmente se

trasladará allunes.

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

CAPÍTULO VII

VACACIONES REMUNERADAS

ARTICULO 34. Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (artículo 186, numeral primero, C.S.T.).

ARTICULO 35. La época de vacaciones debe ser señalada por CREANDO TALENTOS a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones (artículo 187 C.S.T.).

ARTICULO 36. Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (artículo 188, C.S.T.).

ARTICULO 37. Compensación en dinero de las vacaciones. Empleador y trabajador, podrán acordar por escrito, previa solicitud del trabajador, que se pague en dinero hasta

la mitad de las vacaciones". (CST, art. 189, modificado art 20 Ley 1429 de 2010).

En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador (artículo 189, C.S.T.).

ARTICULO 38. En todo caso, el trabajador gozará anualmente, por lo menos seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables.

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

La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años, cuando se trate de trabajadores técnicos especializados, de confianza (artículo 190, C.S.T.).

ARTICULO 39. Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, solo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se conceden.

ARTICULO 40. Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas (Decreto 13 de 1967, Art. quinto).

PARÁGRAFO. En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea (artículo tercero, párrafo, Ley 50 de 1990).

CAPÍTULO VIII

PERMISOS

ARTICULO 41. CREANDO TALENTOS concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al funeral de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a CREANDO TALENTOS y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

- a) En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir este, según lo permitan las circunstancias.
- b) En caso de funeral de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10%

de los trabajadores.

- c) En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación) el aviso se hará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de CREANDO TALENTOS (Numeral 6 Art. 57 C.S.T.).

PARAGRAFO. Conceder al trabajador en caso de fallecimiento de su cónyuge, compañero o compañera permanente o de un familiar hasta el grado segundo de consanguinidad, primero de afinidad y primero civil, una licencia remunerada por luto de cinco (5) días hábiles, cualquiera sea su modalidad de contratación o de vinculación laboral. (Ley 1280 del 2009 – Adiciona un numeral del Artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo).

En caso de maternidad, si el padre y la madre cotizan a salud, el padre reclamara 8 días hábiles de Licencia Remunerada a su EPS y la madre reclamara 18 semanas a su EPS, Ley 1822 de 2017.

Las citas médicas que se requieren dentro de la jornada laboral deberán comunicarse con antelación por el trabajador a su jefe inmediato, quien podrá autorizarlo para retirarse del lugar de trabajo, para efectos

de que se programe el reemplazo o se cubra la ausencia del empleado, es falta grave el incumplimiento de dicha obligación. Cumplida la cita, el trabajador debe regresar de inmediato a CREANDO TALENTOS, salvo que sea incapacitado u hospitalizado. En estos últimos casos, el trabajador deberá dar aviso dentro de las veinticuatro

(24) horas siguientes a la empresa. CREANDO TALENTOS sólo aceptará incapacidades expedidas por cualquiera de las entidades promotoras de salud como justificación para faltar al trabajo.

ARTICULO 42. En todo caso, los trabajadores están obligados a pedir permiso a CREANDO TALENTOS con la debida oportunidad y no pueden ausentarse sin haber recibido la autorización correspondiente, en los casos de grave calamidad doméstica debidamente comprobada el aviso será en el mismo día, si no la falta se considera injustificada.

ARTICULO 43. Mientras el trabajador esté haciendo uso de un permiso o licencia sin remuneración, el contrato de trabajo queda suspendido.

ARTICULO 44. El trabajador tiene la obligación de regresar al trabajo al día siguiente a aquel en que termina la licencia o permiso. El retardo sin causa plenamente justificada, se considerará como falta grave y por lo tanto abandono del puesto y justa causa para la terminación de su contrato de trabajo.

ARTICULO 45. En los casos de abandono del cargo por ausencia injustificada del trabajador durante un lapso de tres (3) días o más, continuos o discontinuos, se

entenderá que, de hecho, el trabajador resolvió dar por terminado intempestivamente su contrato de trabajo con CREANDO TALENTOS sin justa causa comprobada.

ARTICULO 46. Salvo convenio en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de CREANDO TALENTOS, y en este último caso dicho lapso laborado no se considerará como trabajo suplementario.

ARTICULO 47. CREANDO TALENTOS tiene la obligación de conceder a la trabajadora, durante los primeros seis (6) meses de edad del recién nacido, dos descansos de treinta (30) minutos cada uno, dentro de la jornada para amamantar a su hijo, sin descuento alguno del salario por dicho concepto.

CAPÍTULO IX

SALARIO, LUGAR, DÍAS, HORAS DE PAGOS Y PERÍODOS QUE LO REGULAN.

ARTICULO 48. Formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc.,

pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

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

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

El monto del factor prestacional quedará exento del pago de retención en la fuente y de impuestos.

3. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes a SENA, ICBF, y Cajas de Compensación Familiar,

pero en el caso de estas tres últimas entidades, los aportes se disminuirán en un treinta por ciento (30%).

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (artículo 18, Ley 50 de 1990).

ARTICULO 49. Se denomina jornal el salario estipulado por días y, sueldo, el estipulado por período mayores (artículo 133, C.S.T.).

ARTICULO 50. Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios, durante el trabajo, o inmediatamente después que éste cese. (Artículo 138, numeral primero, C.S.T.).

PERIODOS DE PAGO: **Quincenal.**

ARTICULO 51. El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayor de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.
2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse

junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (artículo 134, C.S.T.).

CAPÍTULO X

PRESCRIPCIONES DE ORDEN

ARTICULO 69. Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

1. Respeto y subordinación a los superiores.
2. Respeto a sus compañeros de trabajo.
3. Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
4. Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de CREANDO TALENTOS
5. Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
6. Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
7. Ser verídico en todo caso
8. Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su

verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de CREANDO TALENTOS en general.

9. Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.

CAPÍTULO L

ORDEN JERÁRQUICO

ARTICULO 70. El orden Jerárquico de autoridad de acuerdo con los cargos existentes en CREANDO TALENTOS, es el siguiente:

Gerente General,
Subgerente,
Contador,
Coordinador Comercial,
Asistente Administrativa,
Mensajero,
Servicios Generales.

PARÁGRAFO: De los cargos mencionados, el Gerente General tiene las facultades para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores de CREANDO TALENTOS.

CAPÍTULO C

ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS

ARTICULO 76. CREANDO TALENTOS no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos convenciones colectivas, fallos arbitrales o en contrato de trabajo (artículo 114, C. S. T.).

ARTICULO 77. Se establecen las siguientes clases de faltas leves y sus sanciones disciplinarias así:

- a) El retardo hasta de quince (15) minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a CREANDO TALENTOS, implica, por primera vez, llamado de atención verbal; por la segunda vez, llamado de atención por escrito y por la tercera vez una sanción disciplinaria.
- b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a CREANDO TALENTOS, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.
- c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a CREANDO TALENTOS implica, por primera vez, suspensión en el

trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.

- d) Incumplimiento de los controles, informes (formatos, planillas, reporte, etc.), incluye todas las áreas. Por primera vez llamado de atención a través de un memorando con copia a la hoja de vida; por segunda vez suspensión por dos (2) días; por tercera vez suspensión por tres (3) días y por cuarta vez se constituye en falta grave y será causa de retiro.
- e) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses.

ARTICULO 78. Constituyen faltas graves que conllevarían a sanciones disciplinarias, y surecurrencia puede constituirse en una causa justa de despido:

- a) El retardo hasta de diez (10) minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta vez.
- b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.
- c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.

- d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias que se califican como graves.
- e) Violación leve por parte del trabajador de sus deberes o sus obligaciones contractuales, legales o reglamentarias por cuarta vez.
- f) Recibir visitas de familiares y amigos en horas laborables.
- g) Recibir paquetes y encomiendas personales en el sitio de trabajo y en horas laborables.
- h) Recibir visitas de cobradores (paga diarios) en el sitio de trabajo y en horas laborables.
- i) Tener descuadres permanentes de dinero (Quienes sean responsables de dinero en la organización).

CAPÍTULO D

CAUSAS JUSTAS DE DESPIDO

ARTICULO 82. Son Justas causas para que, CREANDO TALENTOS, pueda dar por terminado unilateralmente el contrato de trabajo:

1. El haber sufrido engaño por parte del trabajador, mediante la presentación de certificados falsos para su admisión o tendientes a obtener un provecho indebido.
2. Todo acto de violencia, injuria, malos tratamientos o grave indisciplina en que incurra el trabajador en sus labores, contra el patrono, los miembros de su familia, el personal directivo o los compañeros de trabajo.
3. Todo acto grave de violencia, injuria o malos tratamientos en que incurra el trabajador fuera del servicio, en contra del patrono, de los miembros de su familia o de sus representantes, y socios, jefes de taller, vigilantes o celadores.
4. Todo daño material causado intencionalmente a los edificios, obras, maquinarias y materias primas, instrumentos y demás objetos relacionados con el trabajo, y toda grave negligencia que ponga en peligro la seguridad de las personas o de las cosas.
5. Todo acto inmoral o delictuoso que el trabajador cometa en el taller, establecimiento o lugar del trabajo, o en el desempeño de sus labores.
6. Cualquier violación grave de las obligaciones o prohibiciones especiales que incumben al trabajador, de acuerdo con los artículos 58 y 60 del Código Sustantivo del Trabajo, o cualquier falta grave calificada como tal en pactos o convenciones colectivas, fallos arbitrales, contratos individuales o reglamentos.
7. La detención preventiva del trabajador por más de treinta (30) días, a menos que posteriormente sea absuelto; o el arresto correccional que exceda de ocho (8) días, o aun por un tiempo menor, cuando la causa de la sanción sea suficiente por sí misma para justificar la extinción del contrato.
8. El que el trabajador revele los secretos técnicos o comerciales o

- dé a conocer asuntos de carácter reservado, con perjuicio de CREANDO TALENTOS
9. El deficiente rendimiento en el trabajo en relación con la capacidad del trabajador y con el rendimiento promedio en labores análogas, cuando no se corrija en un plazo razonable a pesar del requerimiento del patrono.
 10. La sistemática inexecución, sin razones válidas, por parte del trabajador, de las obligaciones convencionales o legales.
 11. Todo vicio del trabajador que perturbe la disciplina del establecimiento.
 12. La renuncia sistemática del trabajador a aceptar las medidas preventivas, profilácticas o curativas, prescritas por el médico del patrono o por las autoridades para evitar enfermedades o accidentes.
 13. La ineptitud del trabajador para realizar la labor encomendada.
 14. El reconocimiento al trabajador de la pensión de jubilación o invalidez estando al servicio de CREANDO TALENTOS
 15. La enfermedad contagiosa o crónica del trabajador, que no tenga carácter de profesional, así como cualquiera otra enfermedad o lesión que lo incapacite para el trabajo, cuya curación no haya sido posible durante ciento ochenta días.
 16. Llegar a trabajar bajo los efectos del alcohol.
 17. Prestar equipos o bienes de CREANDO TALENTOS los proveedores o clientes sin autorización de Gerencia.
- PARÁGRAFO: Para proceder a la terminación del contrato de trabajo establecido en el artículo 64 del Código Sustantivo de Trabajo, CREANDO TALENTOS le deberá informar por escrito al trabajador, a la última dirección registrada, dentro de los sesenta (60) días siguientes a la terminación del contrato, el estado de pago de las cotizaciones de seguridad Social y parafiscalidad sobre los salarios de los últimos tres (3) meses anteriores a la terminación del contrato, adjuntando los comprobantes de pago que los certifiquen. Si CREANDO TALENTOS no demuestra el pago de dichas cotizaciones, la terminación del contrato no producirá efecto. Sin embargo, CREANDO TALENTOS podrá pagar las cotizaciones durante los sesenta (60) días siguientes, con los intereses de mora.
-
- Representante Legal
- CC.