

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COSMÉTICOS Y
PRODUCTOS FACIALES IMPORTADOS EN LA CIUDAD DE MONTERÍA**

KATIA VICTORIA LÓPEZ GUEVARA

**UNIVERSIDAD DE CORDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS JURIDICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
MONTERIA-CORDOBA
2021**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COSMÉTICOS Y
PRODUCTOS FACIALES IMPORTADOS EN LA CIUDAD DE MONTERÍA**

KATIA LÓPEZ GUEVARA

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el título de
Administrador en Finanzas y Negocios Internacionales**

DIRECTOR:

LEONARDO ANTONIO DIAZ PERTUZ

**UNIVERSIDAD DE CORDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS JURIDICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
MONTERIA-CORDOBA**

2021

Dedicatoria**A DIOS:**

Se lo dedico primeramente a Dios porque a él le debo la vida y todo lo que soy hasta este momento. A él que me ha dado el entendimiento y la sabiduría necesaria para alcanzar cada meta propuesta y cómo no darle las gracias a él si me llena de fortaleza, bendiciones y oportunidades cada día.

A MIS PADRES:

Se lo dedico a mis padres por su apoyo incondicional y su motivación diaria durante este proceso, por estar ahí en todo momento, brindarme su ayuda y cooperación siempre. ¡Los Amo!

A MIS TUTORES

Se lo dedico a mis tutores por compartir conmigo su conocimiento, por cada uno de los aportes de valor que hicieron a mi formación académica y práctica, por su paciencia, dedicación y compromiso con la educación.

A MIS COMPAÑEROS

Se lo dedico a mis compañeros por ser personas de gran corazón, por ser solidarios con los demás, por tener ese espíritu de compañerismo y porque de cada uno de ellos he aprendido mucho en estos cinco años que hemos compartido. Más que compañeros, ¡los considero mis amigos!

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, darle las gracias a Dios que ha estado conmigo en cada momento de mi vida y nunca me ha desamparado en mis proyectos, en mi vida y en cada situación que se me presente.

Luego a mis padres, familia y amigos por apoyarme en este camino y por estar ahí en cada momento de alegría y tristeza que ha conllevado este proceso.

Y, por último, a mis compañeros, tutores y a la Universidad de Córdoba por su formación y entrega a mi educación de alta calidad. ¡Gracias!

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	10
3. REFERENTE TEORICO Y CONCEPTUAL.....	14
3.2. Referente Teórico.....	14
3.1. Referente Conceptual.....	15
4. MODULO DE MERCADO.....	17
4.1. PRODUCTO.....	17
4.2. USOS DEL PRODUCTO.....	17
4.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y/O COMPLEMENTARIOS.....	17
4.4. CONSUMIDOR FINAL.....	18
4.5. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA.....	18
4.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	19
4.6.1. Cálculo del tamaño de la muestra.....	19
4.6.2. Instrumento para recolectar la información.....	20
4.6.4. Cálculo de la demanda actual.....	20
4.6.5 Proyección de la demanda actual.....	21
4.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	22
4.8. DEMANDA EXISTENTE (INSATISFECHA).....	23
4.9 ANALISIS DE PRECIOS.....	23
4.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	24

5.	MODULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.....	25
5.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	25
5.2.	LOCALIZACIÓN	25
5.2.1.	Macro localización.....	25
5.2.2.	Micro localización	26
5.3.	DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	27
5.4.	MÁQUINARIA Y EQUIPOS.....	28
5.5	PROCESO DE COMERCIALIZACION.....	28
5.6	NATURALEZA JURÍDICA	30
5.7	MISIÓN.....	30
5.8	VISIÓN.....	30
5.9	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	31
6.	MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL.	38
7.	MODULO FINANCIERO	39
7.1	INVERSIONES	39
7.3	CALCULO PRECIO DE VENTA Y PUNTO DE EQUILIBRIO	45
7.4	PROYECCIONES FINANCIERAS	46
7.5	FLUJO DEL PROYECTO	48
7.5	EVALUACION FINANCIERA	49

8. FUENTES DE FINANCIACIÓN	50
9. CONCLUSIONES	51
10. RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS	53
ANEXOS	55
ANEXO 1 – Encuesta y resultados	55
ANEXO 2 – Oferta de Productos Cosméticos Importados	62
ANEXO 3 – Reglamento de Trabajo	63

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Datos para el cálculo de la demanda - elaboración Propia	20
Tabla 2 Demanda Cosméticos	21
Tabla 3 Proyección de la demanda a 5 años - elaboración Propia	22
Tabla 4 Proyección de la oferta a 5 años Cosméticos- Elaboracion propia	22
Tabla 5 Demanda Insatisfecha	23
Tabla 6 Margen de utilidad promedio	23
Tabla 7 Manual de funciones gerente	32
Tabla 8 Manual de funciones Secretaria	33

Tabla 9 Manual de funciones Auxiliar financiero	34
Tabla 10 Manual de funciones Asesor Contable	35
Tabla 11 Manual de funciones Operario.....	36
Tabla 12 Manual de funciones Domiciliario.....	37
Tabla 13 Inversiones en obras Físicas	39
Tabla 14 Maquinaria y equipo	39
Tabla 15 Inversión en muebles y enseres	39
Tabla 16 Gastos Preoperativas	40
Tabla 17 Gasto de personal directo	40
Tabla 19 Costo de adquisición de mercancía.....	40
Tabla 20 Costo de servicios primer año de operación.....	41
Tabla 21 Gastos Por Depreciación	41
Tabla 22 Pago al personal administrativo	42
Tabla 22 Otros Gastos Administrativos.....	42
Tabla 23 Gastos de Venta	42
Tabla 24 Amortización de gastos diferidos.....	42
Tabla 25 Distribución de costos y gastos.....	43
Tabla 26 Programa de inversiones fijas	43
Tabla 27 Calculo Capital de trabajo	44

Tabla 28 Programa de inversión.....	44
Tabla 29 Valor Residual	44
Tabla 30 Presupuesto de ingresos.....	46
Tabla 31 Presupuesto de costos de comercialización.....	46
Tabla 32 Presupuesto de gastos de administración	47
Tabla 33 Presupuesto de Gastos de Ventas.....	47
Tabla 34 Presupuesto de costos totales.....	47
Tabla 35 Flujo neto de operación	48
Tabla 36 Flujo neto del proyecto.....	48
Tabla 37 Evaluación Financiera del proyecto	49

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1 Canal de comercialización directo	24
Ilustración 2 Distribución en planta - elaboración propia.....	27
Ilustración 3 Organigrama de la empresa - elaboración propia	31
Ilustración 4 Imagen Corporativa.....	37

INTRODUCCION

El desarrollo económico y la globalización han permitido que a día de hoy las relaciones comerciales entre los países sean mucho más fáciles a través de los diferentes acuerdos comerciales que facilitan el flujo del comercio internacional de bienes y servicios, en donde esta dinámica ofrece una serie de ventajas para las personas y empresas que pueden adquirir productos a un precio competitivo el cual pueda adaptarse a las condiciones del mercado local y contribuir a la construcción de empresas alrededor de dicho modelo de negocio basado en la comercialización de productos.

Ahora, aunque esta actividad de tipo comercial basada en la importación de productos ofrece una serie de beneficios y ventajas basadas principalmente en los márgenes de ganancias que ofrece, así como la variedad de productos que se pueden obtener a raíz de los proveedores internacionales. En la ciudad de Montería no se observa una dinámica para este tipo de modelo de negocio, el cual a su vez puede integrar otros elementos como el dropshipping que le permite expandirse a una mayor variedad de clientes a lo largo del territorio nacional (Muñoz & Cuervo, 2019).

Es de resaltar también que aunque algunos segmentos o categorías de negocios pueden estar beneficiándose de las acciones de comercio exterior de productos, en este caso importaciones correspondiente a tecnología, calzado o prendas de vestir, aún existe otras categorías de productos que esta sin un aprovechamiento efectivo para estas acciones de importación de productos, como lo es el caso de los productos de maquillaje y comenticos los cuales la comercialización de los mismos está sustentada en su gran mayoría por la industria nacional.

Es por ello que aunque en el mercado nacional se encuentren buenas opciones de productos en cuanto a calidad especialmente, el contar con el elemento diferenciador y competitivo de precios del mercado extranjero es un plus que ayuda a marcar una diferencia estratégica para empresas que puedan abastecerse de dichos mercados internacionales adelantado operaciones de comercio internacional, de igual manera en cuanto a las perspectivas del segmento de maquillaje en Colombia las cifras para el último año no fueron nada alentadoras puesto que el mercado cosmético en Colombia cayó durante 6,3% en 2020, no llegando así a alcanzar la cifra esperada que correspondía a ventas aproximadamente US\$4.171 millones (Infobae, 2020).

Dicha situación de crisis abre una oportunidad para las nuevas empresas ya que las mismas pueden entrar a recuperar parte del mercado perdido a través de una estrategia de diferenciación y competitividad agresiva que en este caso específico puede ser basada en el precio, teniendo en cuenta la situación económica de la sociedad colombiana en general a raíz de la pandemia del COVID-19, abriéndose así una puerta de oportunidad que se puede potencializar con la importación de estos productos que como se ha mencionado tienen un precio que permite ser competitivos incluso en el mercado nacional (Bonet, et al, 2020).

Puesto que las repercusiones futuras son bastante desalentadoras ya que el estancamiento del aparato productivo reduce los flujos económicos lo que lleva a la quiebra de empresas y la pérdida de millones de personas, así como una contracción general en los indicadores macroeconómicos tales como la inflación, el PIB, la balanza comercial y de pagos entre otros los cuales pueden marcar una tendencia negativa si esta situación se mantiene.

Las empresas cada vez más se encuentran en un ambiente altamente competitivo debido a diversos factores que antes no existían y que en la actualidad representan un verdadero reto para las mismas, aspectos como la globalización permitieron que el mundo se volviera más pequeño

no solo en las comunicaciones, las relaciones, la cultura sino también en el aspecto comercial y de los negocios donde cada vez más empresas llegan a los diferentes países con productos más competitivos e innovadores que en muchas ocasiones ponen en jaque a las empresas nacionales e incluso a las internacionales que ya tenían presencia en dicho mercado (Ramírez & Ampudia, 2019).

Es por ello que estas empresas deben recurrir a diferentes estrategias que puedan aumentar la competitividad de las mismas para hacer frente a estos nuevos productos, de este modo las empresas parten de las estrategias más comunes como la reducción de costos con lo cual se pueda disminuir el precio de venta final del producto atrayendo así a más clientes debido a la facilidad de adquisición del producto donde la empresa recibe ingresos por el aumento del volumen de las ventas, lo que facilita la penetración del mercado y la consecución de clientes.

Ahora, tras la situación macroeconómica vivida a nivel mundial debido a la crisis del COVID-19 existe todo un conjunto de oportunidades para lograr entrar a segmentos de mercados los cuales entraran en un proceso de recuperación económica, puesto que sus ventas se vieron interrumpidas o disminuidas a consecuencias no solo de la capacidad de operación de los mismos, sino también a la reducción de la economía en general en términos de poder adquisitivo tras la pérdida de empleos así como las nuevas tendencias de gastos que se dieron a causa de la crisis económica, que hicieron cambiar los rubros de gastos de cientos de miles de consumidores donde los mismos se vieron orientados a dar mayor importancia a cierto tipo de bienes y servicios por encima de otros (Merchan, 2020).

De igual manera esta situación tan difícil en términos económicos requiere del aporte generalizado de la sociedad para poder avanzar en materia de recuperación económica, por lo cual la oportunidad para la creación de dicha empresa de importación y comercialización de

comentarios en la ciudad de Montería, es una oportunidad para generar dinamismo económico en la región a través de las fuentes de empleo tanto directas como indirectas que se radican de la misma, en donde tendrá como eje central a las mujeres cabeza de hogar como primera opción para la otorgación de dichos empleos, ya que esta iniciativa empresarial también se encuentra fundamentada de un sentido social que busca beneficiar a población vulnerable y brindar oportunidades para su integración a un empleo digno y remunerado.

En toda crisis hay oportunidades, es por ello por lo que muchas empresas se logran reinventarse con el fin de adaptarse a las situaciones que el mercado o el entorno les pone en frente, es por ello por lo que dicha capacidad de innovación se debe cultivar dentro de cualquier organización con el fin de tomar variables y transformarlas para darle valor agregado y sobreponerse a las dificultades del mercado (Sánchez & Segura, 2020).

Ante ello, estos elementos mencionados fundamentan la importancia de adelantar la creación de dicha empresa para empezar a aportar a la dinámica económica y comercial de la ciudad de Montería y en planes futuros lograr una expansión a otras regiones o ciudades, con lo cual el impacto social que la misma tiene también se pueda ver catapultado para ofrecer nuevas y mejores opciones a dicha población.

3. REFERENTE TEORICO Y CONCEPTUAL

3.2. Referente Teórico

El mercado de la cosmética empezó a muy pequeña escala, principalmente porque un pequeño grupo de mujeres de la élite privilegiada tenía acceso a determinados acabados y tratamientos. Al observar el desarrollo de la cosmética en la antigüedad, se observa que civilizaciones como la sumeria, la egipcia, la griega y más tarde la romana fueron ejemplos típicos de este tipo de comportamientos, donde se demuestra repetidamente que el marketing jugaba en círculos muy locales.

De ahí que la fabricación de cosméticos se inicie como una artesanía; Sin embargo, los conocimientos y las materias primas utilizadas fueron enriqueciendo paulatinamente el acervo de fórmulas, que fueron desarrolladas y preservadas de generación en generación, aunque su desarrollo se estancó en la Edad Media, como se describe a continuación: Debido a la pobreza, las guerras y las epidemias, la cosmética casi abandonado, el culto al cuerpo declinó gradualmente. La Iglesia Católica en tiempos de opresión no permitía que las mujeres usaran productos que las hacían atractivas o deseadas, la vanidad o el culto al cuerpo se consideraba un pecado (Gómez & Ortiz, 2018).

Esta situación se revirtió gradualmente gracias a las Cruzadas en el oeste de los siglos XI al XIII, que llevaron a un intercambio masivo de productos cosméticos de otras culturas. “Este intercambio subraya la estimulación del marketing a través de movimientos interculturales, la racionalización de la comunicación entre diferentes grupos humanos y la innovación que desencadenó esta dinámica. Posteriormente, según un blog consultado, cuya autora es simplemente Sara, con el título "Reflexiones sobre la evolución de la cosmética" (Reflexiones

sobre la evolución de la cosmética, 2013), la tradición artesanal pierde fuerza y en los años 50-60 des La producción industrializada del siglo pasado surgió a través del uso de derivados del petróleo, lo que provocó la producción masiva y los propios mercados, lamentablemente con un impacto muy alto en el medio ambiente y daños a la salud humana.

En las últimas dos décadas, la fabricación y comercialización global de cosméticos ha cambiado significativamente en términos del uso de materias primas y la demanda resultante en la industria (El Heraldó, 2016). De esta manera, las cifras muestran una caída del 29% en las ventas al exterior de la industria colombiana en el sector cosmético como parte de los problemas globales de este sector, problema que también se convierte en una oportunidad para utilizar nuestra biodiversidad ante los nuevos desafíos vinculados a el uso de ingredientes naturales en cosmética (El Heraldó, 2016).

El tamaño de la industria de maquillaje en Latinoamérica es de \$6,675 MM, y ocupa el tercer lugar en el mundo después de Asia con \$17,367 MM y Europa Occidental con 13,263 MM para el 2017 (Tabla 9 Anexos). Dentro de Latinoamérica, los países con mercados más relevantes son Brasil con \$2,590 MM, México con \$1,557 MM y Colombia con \$357 MM (Posada, 2019)

3.1. Referente Conceptual

Un **plan de negocio** es un documento formal de objetivos empresariales, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al consorcio.

El plan de negocio puede ser una representación comercial del modelo que seguirá la empresa. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo

considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Usualmente los planes de negocio quedan obsoletos, por lo que una práctica común es su constante renovación y actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo, se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.

El prototipo del plan de negocio es:

1. Tener definido el modelo de negocio y sus acciones estratégicas y también la economía.
2. Determinar la viabilidad económico-financiera del proyecto empresarial.
3. Definir la imagen general de la empresa ante terceras personas.

4. MODULO DE MERCADO

4.1. PRODUCTO

El producto que se busca a comercializar son diversos cosméticos y maquillajes de marcas internacionales, esto a través de la compra a distribuidores autorizados a nivel internacional y local con el fin de ofrecer un producto altamente diversificado y con características que denoten un valor agregado el cual sea un atractivo para su comercialización dentro del segmento de mercado establecido.

4.2. USOS DEL PRODUCTO

El producto tiene su destinación a servir como elemento de cosméticos tanto para hombres como mujeres, dado que los productos a ofrecer por la empresa comprenden una diversa gama de opciones como lo son maquillajes, protección capilar, protección facial y cosméticos especiales por lo que se aumenta la variedad y usabilidad de los mismos con lo que se puede tener mayor facilidad para la comercialización de los mismos.

4.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y/O COMPLEMENTARIOS

Teniendo en cuenta que los productos de belleza como el caso de los cosméticos en su mayoría satisfacen la necesidad de verse bien así como del cuidado personal, existen sustitutos directos e indirectos. Los sustitutos directos son, por ejemplo, el maquillaje permanente, las cremas elaboradas de manera casera y el maquillaje natural como la vaselina pigmentada, talco, hielo, entre otros. Entre los sustitutos indirectos se encuentran los accesorios tales como joyas, perfumes, ropa y zapatos, etc.

Ahora para el caso de los productos complementarios se encuentra los diversos productos tales como aplicadores, brochas, lápices entre otros que se utilizan para los cosméticos.

4.4. CONSUMIDOR FINAL

Para el caso del consumidor final se parte de las características técnicas del producto en cuanto a su usabilidad, precio y destinación del producto por lo cual se establece a las personas de los estratos 3, 4, 5 y 6 sin distinción de sexo y en un rango de edad desde los 5 años hasta los 90 puesto que muchos de los productos que la empresa busca comercializar tienen dedicación a la protección corporal y demás elementos funcionales, puesto que la empresa no se limita a solo un aspecto de belleza o de maquillaje.

4.5. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA

El área geográfica que se establece en primera medida para la realización o implementación del plan de negocios es la ciudad de Montería en su zona urbana donde se establece el mercado potencial a estudiar y por ende la aplicación del estudio de mercado necesario para entender de mejor manera las consideraciones y características de los consumidores.

Montería es una ciudad con un destacado desarrollo urbano, comercial y vial, y conocida también como La Ciudad de las Golondrinas. Es la capital ganadera de Colombia. Esta tierra con uno de los valles más fértiles del mundo tiene vocación agropecuaria desde sus inicios. Su gente, su historia y su exótica belleza, la convierten en un destino que atrae turistas durante todo el año. Además, posee una riqueza cultural dada por la mezcla de diferentes tribus indígenas con extranjeros y afro descendientes que le ponen ese sabor e identidad a la bella capital de Córdoba.

La actividad comercial de Montería reviste un alto grado de importancia, ya que además de atender la demanda de sus propios habitantes, representa el punto de encuentro de la zona rural que la rodea. El aumento de la población y el incremento de sus necesidades han motivado, al

igual que en las grandes capitales colombianas, poner en funcionamiento importantes centros comerciales.

4.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.6.1. Cálculo del tamaño de la muestra

Para el cálculo de la demanda con respecto a los productos a ofrecer por parte de la empresa, se hace uso de un estudio de mercado, por lo que en primera medida se debe establecer la población y la muestra a encuestas, para ello se tienen en cuenta los siguientes parámetros:

La población estimada para la zona urbana de la ciudad de Montería para 2021 ronda los 357.746 habitantes

Los datos de la entidad prestadora del servicio público del agua en su último corte estima que los estratos 3, 4, 5 y 6 representan alrededor del 18,2% del total de la población de la zona urbana de la ciudad de Montería.

Con lo que se procede al cálculo de la muestra

$$\text{Población (N)} = 357.746 * 0,18 = 66.200$$

$$\text{Nivel de confianza (Z)} = 95\% = 1,96$$

$$\text{Margen de error (C)} = 5\%$$

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

$$n = \frac{1,96^2 * 66.200 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (66.200 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 385 \text{ (Numero de encuestas a realizar)}$$

4.6.2. Instrumento para recolectar la información

Con el fin de recolectar la información necesaria en torno a la demanda se aplicó un cuestionario el cual se encuentra detallado en el Anexo 1 con su respectivo análisis de resultados

4.6.4. Cálculo de la demanda actual

DATOS DE COMPRAS			
POBLACION	66.200		
MUESTRA	385		
PREGUNTA	RESPUESTA	MUESTRA	POBLACION
SI COMPRAN COSMETICOS IMPORTADOS	25,2%	97	16.679
NO COMPRAN COSMETICOS IMPORTADOS	74,8%	288	49.521
TOTAL	100%	385	66.200

Tabla 1 Datos para el cálculo de la demanda - elaboración Propia

DEMANDA DE PRODUCTOS COSMÉTICOS										
1 Cosmético			Veces al mes	1 Cosmético	%	4.299	1	MENSUAL	ANUAL	
	Personas	%	Mensual	1,00	3	11,10%	477	477	5.726	
Mensual	3	11,10%	Bimestral	0,50	8	30,10%	1.294	1.294	7.763	
Bimestral	8	30,10%	Trimestral	0,33	9	40,20%	1.728	1.728	6.905	
Trimestral	9	40,20%	Semestral	0,17	5	18,70%	804	804	1.601	
Semestral	5	18,70%	TOTAL		25,0	100%	4.299	4.299	21.996	
TOTAL	25	100%								
2 Cosméticos			Veces al mes	2 Cosméticos	%	6.018	2	MENSUAL	ANUAL	
	Personas	%	Mensual	1,00	4,0	11,10%	668	1.336	16.032	
Mensual	4	11,10%	Bimestral	0,50	10,0	30,10%	1.811	3.623	21.738	
Bimestral	10	30,10%	Trimestral	0,33	14,0	40,20%	2.419	4.839	19.335	
Trimestral	14	40,20%	Semestral	0,17	7,0	18,70%	1.125	2.251	4.484	
Semestral	7	18,70%	TOTAL		35,0	100%	6.018	12.036	61.589	
TOTAL	35	100%								
3 Cosméticos			Veces al mes	3 Cosméticos	%	2.923	\$	3	MENSUAL	ANUAL

	Personas	%	Mensual	1,00	2,0	11%	324	\$	973	973	11.681
Mensual	2	11,10%	Bimestral	0,50	5,0	30%	880	\$	2.640	1.320	15.837
Bimestral	5	30,10%	Trimestral	0,33	7,0	40%	1.175	\$	3.525	1.174	14.087
Trimestral	7	40,20%	Semestral	0,17	3,0	19%	547	\$	1.640	272	3.267
Semestral	3	18,70%	TOTAL		17,0	100%	2.923		8.769		44.872
TOTAL	17	100%									
4 Cosméticos											
	Personas	%	Mensual	1,00	1,0	11%	2.063		4	MENSUAL	ANUAL
Mensual	1	11,10%	Bimestral	0,50	4,0	30%	621		916	916	10.994
Bimestral	4	30,10%	Trimestral	0,33	5,0	40%	829		2.484	1.242	14.906
Trimestral	5	40,20%	Semestral	0,17	2,0	19%	386		3.318	1.105	13.258
Semestral	2	18,70%	TOTAL		12,0	100%	2.063		1.543	256	3.074
TOTAL	12	100%							8.254		42.232
5 Cosméticos											
	Personas	%	Mensual	1,00	1,0	12%	1.376		5	MENSUAL	ANUAL
Mensual	1	11,94%	Bimestral	0,50	2,0	23%	312		821	821	9.855
Bimestral	2	22,66%	Trimestral	0,33	4,0	42%	584		1.559	779	9.351
Trimestral	4	42,45%	Semestral	0,17	1,0	23%	316		2.920	972	11.667
Semestral	1	22,95%	TOTAL		8,0	100%	1.376		1.578	262	3.144
TOTAL	8	100%							6.878		34.017
										TOTAL	170.689
										DEMANDA	

Tabla 2 Demanda Cosméticos

Se puede observar que la demanda de cosméticos es de poco más de 170.689 unidades de manera anual

4.6.5 Proyección de la demanda actual

Para lograr la proyección de la demanda actual, se recurre a la siguiente fórmula:

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

Dónde:

D_f = Demanda futura

Da= Demanda actual

1= Constante

I= Índice crecimiento poblacional, para Montería es de 1,35 según el censo nacional del DANE.

N: Año a proyectar

PROYECCION DE LA DEMANDA	
DEMANDA	170.689
IND CREC POB	1,35%
AÑO 1	172.994
AÑO 2	175.329
AÑO 3	177.696
AÑO 4	180.095
AÑO 5	182.526

Tabla 3 Proyección de la demanda a 5 años - elaboración Propia

4.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se utilizó un cuestionario de evaluación de ventas el cual se puede ver detallado con sus resultados en el Anexo 2 donde se obtuvo una oferta de cosméticos importados de alrededor 121.245 unidades de manera anual

PROYECCION DE LA OFERTA	
OFERTA	121.245
CREC SECTOR	3%
AÑO 1	124.882
AÑO 2	128.629
AÑO 3	132.488
AÑO 4	136.462
AÑO 5	140.556

Tabla 4 Proyección de la oferta a 5 años Cosméticos- Elaboracion propia

4.8. DEMANDA EXISTENTE (INSATISFECHA)

Para lograr determinar el tipo de demanda existente en el mercado se toma en cuenta la demanda y la oferta para ver si hay oportunidad de mercado.

PROYECCION DE LA DEMANDA			
	DEMANDA	OFERTA	DIFERENCIAS
AÑO 1	172.994	\$ 124.882	\$ 48.111
AÑO 2	175.329	\$ 128.629	\$ 46.700
AÑO 3	177.696	\$ 132.488	\$ 45.208
AÑO 4	180.095	\$ 136.462	\$ 43.633
AÑO 5	182.526	\$ 140.556	\$ 41.970

Tabla 5 Demanda Insatisfecha

Como se observa el tipo de demanda detectada **es insatisfecha** por lo cual se cuenta con una oportunidad para llevar a cabo el proyecto en temimos de mercado.

4.9 ANALISIS DE PRECIOS

Dada la cantidad de productos a ofrecer por la empresa y sus diversas características el análisis de precios para tener un valor de referencia se basa en el margen de utilidad que se tiene dentro del proceso de comercialización, la cual es la actividad a la que la empresa se dedicara por lo que estos valores sirven de referencia dentro del análisis financieros que se realizara con el fin de evaluar la viabilidad del proyecto.

Margen de utilidad promedio	
Empresa	Margen de utilidad %
Fepco	29,00
Olimpica	24,00
Éxito	23,00
Drogas la Rebaja	29,00
Delfos	24,00
Academia Sandra	26,00
Otros	25,00
Margen de utilidad promedio	25,71

Tabla 6 Margen de utilidad promedio

4.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Teniendo en cuenta de que la empresa se encargara directamente de la comercialización de sus productos en un establecimiento propio y con su equipo de ventas, el canal de comercialización es un canal directo corto sin ningún intermediario entre el cliente final y la empresa lo que permite diversas ventajas como lo son un control más estricto sobre la calidad de productos ofrecidos a los clientes, la atención a los mismos y sobre todo la posibilidad de tener un margen de utilidad más considerable debido a que no se tiene que compartir con un intermediario o distribuidor, por lo que se pueden desarrollar estrategias de competitividad basadas en precios.



Ilustración 1 Canal de comercialización directo

5. MODULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El establecer el tamaño del proyecto y su capacidad de oferta se vuelve crucial dentro de las acciones de evaluación financiera, ante ello el tamaño del plan de negocios presentado se rige por dos aspectos siendo el primero de ellos la capacidad operativa de la empresa en cuanto al número de empleados y sus instalaciones, de igual forma el tamaño del mercado y por último la capacidad de inversión inicial para la compra de productos o mercancías la cual será de alrededor de 200.000.000 de pesos.

5.2. LOCALIZACIÓN

5.2.1. Macro localización

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA DE MACROLOCALIZACIÓN					
		Cereté		Montería		Sahagún	
		Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada
ECONOMICOS							
Ubicación del consumidor	0,2	35	6	60	12	20	4
Vías de comunicación	0,10	25	2	70	7	10	1
Medios de comunicación.	0,10	25	2	70	7	10	1
Ubicación de proveedores	0,10	15	1	80	8	10	1
Dinamismo económico	0,10	15	1	80	8	10	1
Costo mano de obra	0,050	35	1,5	20	1	60	3
CULTURALES							
Hábitos de compra	0,10	10	1	80	8	10	1
POLITICOS							
Regulaciones específicas	0,050	10	1,25	25	1,25	50	2,5
SOCIALES							
Interés del Municipio	0,10	10	1,5	70	7	15	1,5
Actitud de la comunidad	0,10	15	2	60	6	20	2
TOTAL	1,00		18		62		23

Fuente: Elaboración Propia

Después de realizar la matriz de macro localización donde se analizan diferentes variables la mejor opción para establecer la empresa es la ciudad de montería

5.2.2. Micro localización

FACTORES RELEVANTES	Peso asignado (0-1)	Alternativa de Micro localización					
		Centro de la ciudad		Sur de la ciudad		Norte de la ciudad.	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidad locativas	0,25	30	7,5	30	7,5	40	10
Costo de arriendo	0,15	20	3	15	2,25	65	9,75
Costo de servicios públicos	0,15	15	2,25	15	2,25	70	10,5
Afluencia de clientes	0,25	60	15	20	5	20	5
Posibilidades de expansión	0,20	25	5	25	5	50	10
TOTAL	1.00		32,75		22		45,25

Fuente: Elaboración Propia

La micro localización indica que la empresa se debe ubicar en el norte de la ciudad debido a diferentes factores como la presencia de los clientes y la cercanía de los mismos, así como la visibilidad de la empresa.

5.3. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

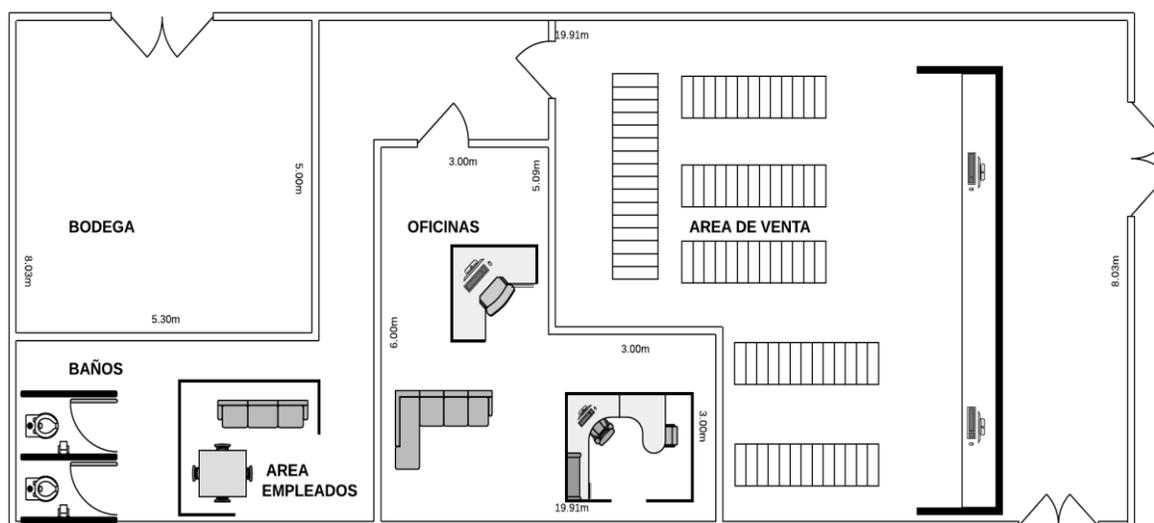


Ilustración 2 Distribución en planta - elaboración propia

Para la distribución en planta se cuenta con un total de cinco áreas funcionales que comprenden la estructura física de la empresa.

Bodega: En esta se almacenan los cosméticos en estantes y demás ubicaciones estratégicas donde se pueda asegurar la integridad de los mismos

Baños: Baños de hombre y mujeres disponibles dentro de la empresa.

Área de empleados: Esta área se encuentra designada específicamente para los empleados de la empresa donde estos pueden tomar sus alimentos, descansar o cualquier otra actividad que requieran hacer.

Oficinas: Área administrativa de la empresa donde se encuentran los cubículos y áreas de trabajo para dicho personal y para atender a visitantes como proveedores, clientes especiales entre otros grupos de interés de la empresa.

Área de ventas: Es el área funcional de la empresa donde se encuentran exhibidos los productos y donde los clientes interactúan con los vendedores.

5.4. MÁQUINARIA Y EQUIPOS

Para la comercialización de los productos se necesitan los siguientes equipos, muebles y enseres

- Estanterías
- Mostradores
- Equipos de Computo
- Mobiliario
- Organizadores
- Exhibidores
- Vitrinas

5.5 PROCESO DE COMERCIALIZACION.

1. Aprovisionamiento.

El aprovisionamiento es el primer paso dentro de los proceso de la empresa, para ello se deben seleccionar los mejores productos para comercializar teniendo en cuenta la practicidad de los mismos, la rotación y la expectativa de ventas delo mismo.

2. Adquisición

El proceso de adquisición hace referencia a los elementos de pago y demás actividades relacionadas con los proveedores para adquirir los productos de manera efectiva donde se requiera acciones específicas ya sean para los elementos de importación o cualquier otro relacionado.

3. Almacenamiento

El almacenamiento es uno de los procesos más importantes dentro de la empresa, ya que en el mismo se debe tomar en cuenta las necesidades y condiciones de almacenamiento de los productos y la capacidad de la empresa. Además de buscar en todo momento asegurar la calidad e integridad de los mismos.

4. Ventas a los clientes

Finalmente el proceso de venta a los clientes el cual es una de las acciones medulares más importantes dentro de toda la empresa y su estructura funcional por lo que el mismo en si hace referencia

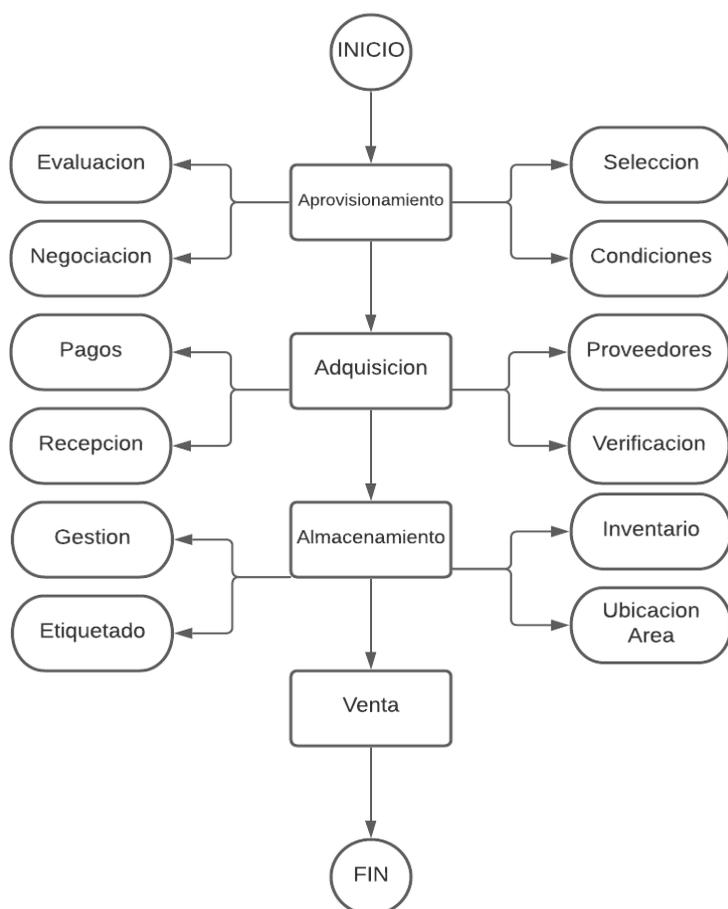


Ilustración 3 Diagrama de proceso

5.6 NATURALEZA JURÍDICA

Para la empresa se establece el registro bajo la forma jurídica de sociedad por acciones simplificadas debido a los beneficios que brinda, puesto que la principal ventaja de la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) es su flexibilidad para adaptarse a las particularidades de cada negocio. Su proceso de formación es muy ágil y sus accionistas tienen amplia libertad para establecer las reglas de su funcionamiento en el estatuto social.

5.7 MISIÓN

Cosmect's busca ofrecer a todos sus clientes productos de la más alta calidad con lo que se puedan resolver las necesidades de protección y cuidado en cosméticos a través de procesos que garanticen el acceso a todo un conjunto diverso de opciones de productos.

5.8 VISIÓN.

Para el año 2025 **Cosmect's** busca ser una de las empresas más representativas dentro del segmento de cosméticos importados, con un amplio catálogo el cual realce por su calidad, diversidad y accesibilidad. Para ello se buscan desarrollar procesos y alianzas estratégicas en torno a su cadena de valor.

5.9 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

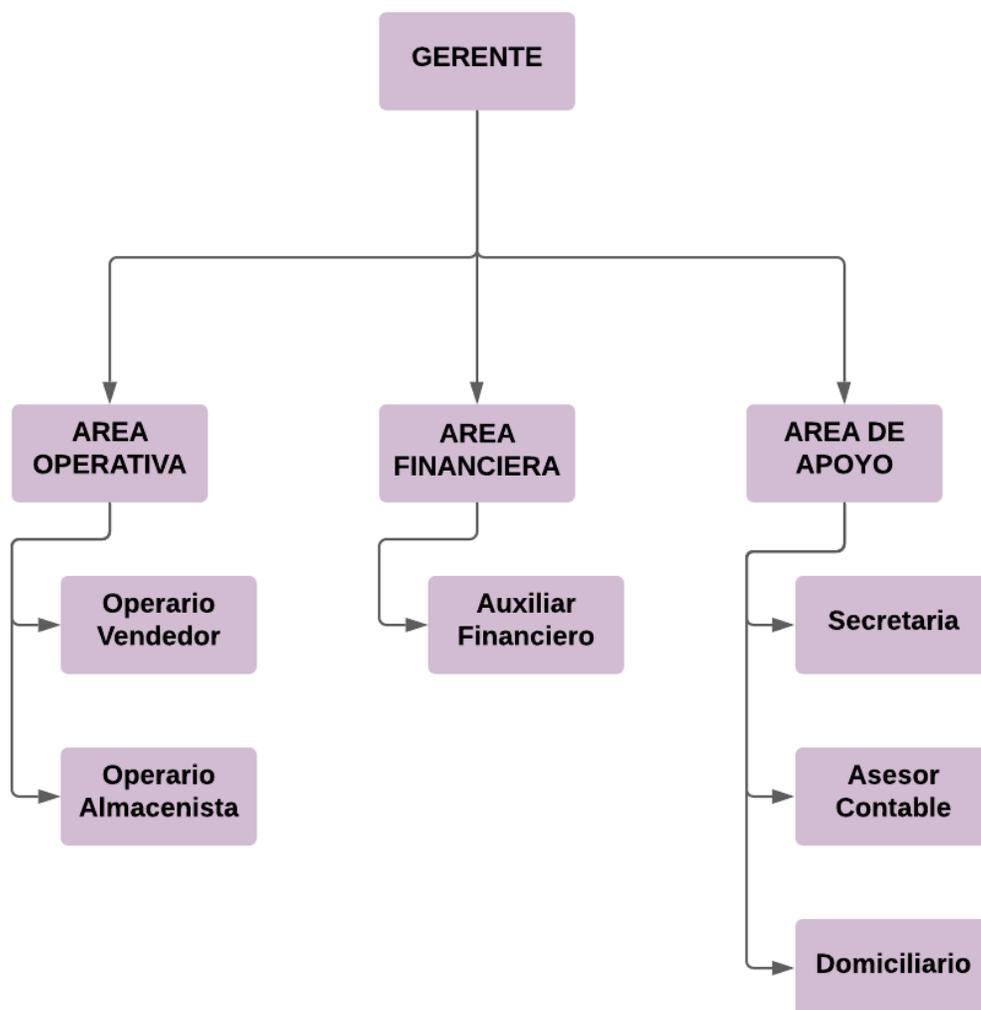


Ilustración 4 Organigrama de la empresa - elaboración propia

5.10 MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	
Requisitos Mínimos	
Educación:	Administrador de empresas, contador, negociador internacional, pregrado en ciencias administrativas y/o afines. Especialista en Gerencia, talento humano y/o afines
Experiencia:	Más de tres (2) años de experiencia en empresas comercializadoras
Objetivo Principal	
Dirigir estratégicamente el área administrativa, planear, coordinar y lograr la mayor rentabilidad posible en la empresa .supervisar el cumplimiento de las funciones de cada uno de los miembros de la organización e incentivarlos al cumplimiento de cada objetivo presupuestado	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participar en la formulación del Plan de Inversiones y Gastos, con relación al manejo presupuestal y de planeación. ✓ Evaluar, diseñar y ejecutar las políticas de la empresa en torno al manejo del Departamento Administrativo. ✓ Mantener un control sobre el cumplimiento en la ejecución de los compromisos adquiridos de acuerdo con las Metodologías definidas. ✓ Coordinar las actividades relacionadas con la negociación, estudios previos, contratación, ejecución y liquidación, propias del desarrollo de las actividades. ✓ Vigilar los compromisos de la empresa en cuanto a su cumplimiento en plazo, calidad y costo, así como velar por el presupuesto definido para su desarrollo, adelantando actividades propias de Gerencia. ✓ Cumplir con las demás funciones asignadas por el Empleador, necesarias para lograr las metas y objetivos en las áreas misionales de la empresa. 	

Tabla 7 Manual de funciones gerente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Secretaria
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en gestión administrativa, auxiliar administrativo, auxiliar contable, auxiliar de archivo. Estudiantes de primeros semestres de administración de empresas, finanzas, contabilidad entre otras carreras Administrativas.
Experiencia:	Mínimo seis (6) meses de experiencia en el Cargo
Objetivo Principal	
Realizar los trabajos propios de una oficina como cartas, manejo de la correspondencia, y Demás documentos de gestión administrativa, recepción de llamadas, primer contacto con clientes y proveedores, gestión de la agenda del gerente.	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contribuir con la conservación de elementos, enseres y documentos del área administrativa. ✓ Elaborar todo tipo de documentos como actas, oficios, convenios, proyectos relacionados con el área respectiva. ✓ Archivar y conservar correspondencia enviada y recibida, informes y documentos del área administrativa. ✓ Colaborar en todo lo relacionado con la sistematización de la información que se recibe y se envía del área administrativa. ✓ Clasificar y distribuir la correspondencia que llegue para los diferentes departamentos. ✓ Contribuir en la elaboración de informes con destino a los diferentes entes de control y otros que se requieran. ✓ Recibir a clientes y proveedores, ser el primer contacto. ✓ Demás funciones que le sean asignadas por el Empleador, necesarias para lograr las metas y objetivos en las áreas misionales de la empresa. 	

Tabla 8 Manual de funciones Secretaria

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Auxiliar Financiero
Dependencia:	Área Financiera
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en finanzas (4) semestre en adelante de administración en finanzas o administración de empresas
Experiencia:	Mínimo seis (6) meses de experiencia en el cargo
Objetivo Principal	
Registrar la información contable suministrada por las diferentes unidades técnicas en el módulo financiero correspondiente dentro de empresa para posteriormente ser revisada por el contador.	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar y evaluar las finanzas de la empresa ✓ Llevar el control financiero de la empresa ✓ Validar la información digitada y hacer análisis de las finanzas de la empresa. ✓ Elaborar facturas certificados y demás documentos solicitados por terceros a la empresa. ✓ Registrar los movimientos financieros ✓ Liquidar la nómina mensualmente ✓ Las demás que le sean asignadas según la naturaleza de su cargo, por su jefe inmediato. 	

Tabla 9 Manual de funciones Auxiliar financiero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Asesor Contable
Dependencia:	Área Financiera
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en auxiliar contable, estudiante de cuarto (4) semestre en delante de contaduría pública.
Experiencia:	Mínimo seis (6) meses de experiencia en el cargo
Objetivo Principal	
Registrar la información contable suministrada por las diferentes unidades técnicas en el módulo financiero correspondiente dentro de empresa para posteriormente ser revisada por el contador.	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar y contabilizar comprobantes de egreso ✓ Archivar los documentos de contabilidad velando por su organización y conservación. ✓ Elaborar las conciliaciones bancarias y de presupuesto. ✓ Colaborar en la elaboración de las relaciones mensuales de retención en la fuente. ✓ Causar y digitar las cuentas por pagar, por cobrar, provisiones de prestaciones sociales y de aportes parafiscales mensuales. ✓ Validar la información digitada y hacer análisis de las cuentas de balance generando los ajustes a que haya lugar teniendo en cuenta el plan de cuentas. ✓ Elaborar facturas certificados y demás documentos solicitados por terceros a la empresa. ✓ Registrar las notas de contabilidad y análisis y conciliación de cuentas. ✓ Las demás que le sean asignadas según la naturaleza de su cargo, por su jefe inmediato. 	

Tabla 10 Manual de funciones Asesor Contable

Tabla 11 Manual de funciones Operario

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Operario
Dependencia:	Área Operativa
Número de Cargos:	2
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en auxiliar en administración o programas relacionados
Experiencia:	Mínimo seis (6) meses de experiencia en el cargo
Objetivo Principal	
Realizar las diversas actividades de ventas, comercialización y almacenaje así como de apoyo operativo en la empresa, según las indicaciones dadas por el gerente	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargarse del proceso de venta y comercialización ✓ Desarrollar las actividades de almacenaje e inventario ✓ Apoyar los procesos comerciales de la empresa ✓ Colaborar en la elaboración de las relaciones mensuales de retención en la fuente. ✓ Conocer los productos de la compañía para brindar acompañamiento a los clientes ✓ Velar por la organización de los productos en estanterías y mostradores ✓ Gestionar y recepcionar las entregas de pedidos y el despacho de ventas ✓ Las demás que le sean asignadas según la naturaleza de su cargo, por su jefe inmediato. 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Domiciliario
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	
Requisitos Mínimos	
Educación:	Bachiller Académico
Experiencia:	6 meses de experiencia relacionada
Objetivo Principal	
Realizar los domicilios y tareas relacionadas con trámites y servicios que la empresa necesite	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar los domicilios de la empresa ✓ Pagar facturas ✓ Realizar trámites en otras instituciones y empresas ✓ Recoger las mercancías que llegan a nombre de la empresa o cualquier otro documento ✓ Cumplir con las demás funciones asignadas por el Empleador, necesarias para lograr las metas y objetivos en las áreas misionales de la empresa. 	

Tabla 12 Manual de funciones Domiciliario

5.11 IMAGEN CORPORATIVA Y ESLOGAN



Ilustración 5 Imagen Corporativa

6. MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL.

El desarrollo de una empresa siempre tiene una serie de efectos sobre el entorno donde se pretende establecer y operar, esto también se da de manera bidireccional puesto que el macro entorno también afecta el desenvolvimiento de las empresas. Ahora para el caso de la empresa propuesta en el presente plan de negocios está presente un impacto social y económico con la generación de empleos y oportunidades económicas alrededor de la misma lo cual toma mucha mayor importancia en un escenario tan complejo como el de la pandemia del coronavirus.

En donde la economía ha quedado sumamente golpeada y muchas personas han quedado en situación de desempleo, es por ello por lo que la generación de oportunidades de empleo causa un impacto aun mayor tanto en lo económico como los social, dotando de opciones a los diversos grupos de interés que se desarrollan alrededor de la empresa y que pueden aprovechar la influencia de la misma, ya sea para obtener productos de calidad a un precio sumamente razonable o para hacerse de un oportunidad laboral.

De igual forma se debe resaltar que el impacto ambiental a generar por la empresa es sumamente bajo ya que al no llevar a cabo un proceso de producción como tal no se incurre en el uso de sustancias o elementos que puedan generar alteraciones al medio ambiente, por lo cual los únicos agentes contaminantes no son más que la basura generada por la empresa por lo que esta hará un manejo eficiente de la misma y tratara en todo momento en reducir el uso de papel a través de la digitalización de muchos de sus procesos con lo que ayudara a reducir la huella de carbono generada por la misma.

7. MODULO FINANCIERO

7.1 INVERSIONES

INVERSIONES EN OBRAS FÍSICAS				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Construcciones	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000	
Adecuaciones Locativas	1	\$ 22.000.000	\$ 22.000.000	10
TOTAL			\$ 62.000.000	

Tabla 13 Inversiones en obras Físicas

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Estantes	20	\$ 450.000	\$ 9.000.000	5
Mostradores	4	\$ 400.000	\$ 1.600.000	5
Vitrinas	3	\$ 750.000	\$ 2.250.000	5
Impresora de Facturas	2	\$ 300.000	\$ 600.000	5
Software De Ventas	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	5
Equipo de Computo	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	5
Canastas Para Almacenaje	30	\$ 50.000	\$ 1.500.000	5
Racks para Bodegas	5	\$ 380.000	\$ 1.900.000	5
TOTAL			\$ 19.550.000	

Tabla 14 Maquinaria y equipo

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Ventiladores	8	\$ 320.000	\$ 2.560.000	5
Aire Acondicionado Olimpo	4	\$ 1.500.000	\$ 6.000.000	5
Teléfonos	3	+\$ 100.000	\$ 300.000	5
Escritorios	3	\$ 400.000	\$ 1.200.000	5
Equipos Computo	3	\$ 1.500.000	\$ 4.500.000	5
Mesas	2	\$ 450.000	\$ 900.000	5
Sillas Escritorio	3	\$ 230.000	\$ 690.000	5
Sillas Generales	10	\$ 96.000	\$ 960.000	5
Archivadores	2	\$ 180.000	\$ 360.000	5
Otras Inversiones en MYE	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	5
TOTAL			\$ 19.470.000	

Tabla 15 Inversión en muebles y enseres

GASTOS PREOPERATIVOS

DETALLE DE INVERSIÓN	COSTO TOTAL
Licencias y Tramites	\$ 2.000.000
Montaje y Puesta en Marcha	\$ 1.200.000
Imprevistos	\$ 1.200.000
Total Inversión en Activos Intangibles	\$ 4.400.000

Tabla 16 Gastos Pre operativas

7.2 GASTOS DE OPERACIÓN

COSTO DE MANO DE OBRA				
CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	COSTO TOTAL
Mano de Obra Directa				
Operario #1	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 6.070.800	\$ 18.070.800
Operario #2	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 6.070.800	\$ 18.070.800
SUBTOTAL	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.141.600	\$ 36.141.600
Mano de Obra Indirecta				
SUBTOTAL				
TOTAL	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.141.600	\$ 36.141.600

Tabla 17 Gasto de personal directo

COSTO DE MATERIA PRIMA				
MERCANCIA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MERCANCIAS				
Cosméticos Faciales	Vlr	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000
Cosméticos Corporales	Vlr	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000
Cosméticos Especiales	Vlr	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000
Cosméticos Generales	Vlr	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000
Otros Cosméticos	Vlr	1	\$ 40.000.000	\$ 40.000.000
Subtotal Compra de Mercancías				\$ 200.000.000
Otras compras				
Bolsas	UNIDAD	10000	\$ 35	\$ 350.000
Cajas	UNIDAD	10000	\$ 200	\$ 2.000.000
Subtotal Otras Compras				\$ 2.350.000
TOTAL				\$ 202.350.000

Tabla 18 Costo de adquisición de mercancía

COSTO DE SERVICIOS PRIMER AÑO DE OPERACIÓN				
SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD MEDIDA MES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Agua	M3	12	\$ 270.000	\$ 3.240.000
Energía	KW/HORA	12	\$ 375.000	\$ 4.500.000
Gas	M3	12	\$ 21.000	\$ 252.000
Internet	MES	12	\$ 120.000	\$ 1.440.000
TOTAL				\$ 9.432.000

Tabla 19 Costo de servicios primer año de operación

GASTOS POR DEPRECIACIÓN								
Activos de producción	Vida Útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor Residual
Estantes	5	\$ 9.000.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 0
Mostradores	5	\$ 1.600.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 0
Vitrinas	5	\$ 2.250.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 0
Impresora de Facturas	5	\$ 600.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 0
Software De Ventas	5	\$ 1.200.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 0
Equipo de Computo	5	\$ 1.500.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 0
Canastas Para Almacenaje	5	\$ 1.500.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 0
Racks para Bodegas	5	\$ 1.900.000	\$ 380.000	\$ 380.000	\$ 380.000	\$ 380.000	\$ 380.000	\$ 0
Ventiladores	5	\$ 2.560.000	\$ 512.000	\$ 512.000	\$ 512.000	\$ 512.000	\$ 512.000	\$ 0
Aire Acondicionado Olimpo	5	\$ 6.000.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 0
Teléfonos	5	\$ 300.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 0
Escritorios	5	\$ 1.200.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 0
Equipos Computo	5	\$ 4.500.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 0
Mesas	5	\$ 900.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 0
Sillas Escritorio	5	\$ 690.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 138.000	\$ 0
Sillas Generales	5	\$ 960.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 0
Archivadores	5	\$ 360.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 0
Otras Inversiones en MYE	5	\$ 2.000.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 0
TOTAL			\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 0

Tabla 20 Gastos Por Depreciación

REMUNERACION PERSONAL ADMINISTRATIVO				
CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	COSTO TOTAL
Gerente	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000	\$ 7.892.040	\$ 23.492.040
Auxiliar Financiero	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 6.070.800	\$ 18.070.800
Secretaria	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 6.070.800	\$ 18.070.800
Auxiliar Contable	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 6.070.800	\$ 18.070.800
Domiciliario	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 6.070.800	\$ 18.070.800
TOTAL	\$ 5.300.000	\$ 63.600.000	\$ 32.175.240	\$ 95.775.240

Tabla 21 Pago al personal administrativo

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Papelería	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Otros Gastos	\$ 100.000	\$ 1.200.000
TOTAL	\$ 250.000	\$ 3.000.000

Tabla 22 Otros Gastos Administrativos

GASTOS DE VENTA		
DETALLE	COSTO ANUAL	OBSERVACIÓN
Publicidad	\$ 3.000.000	
Distribución	\$ 2.000.000	
TOTAL	\$ 5.000.000	

Tabla 23 Gastos de Venta

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS

Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos Preoperativos.	5	\$ 4.400.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000
VALOR A AMORTIZAR			\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000

Tabla 24 Amortización de gastos diferidos

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

DETALLE	COSTO	COSTOS	
		Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	\$ 36.141.600		\$ 36.141.600
M de O. Indirecta	\$ 0	\$ 0	
Compra de mercancía	\$ 200.000.000		\$ 200.000.000
Compra de otras mercancías	\$ 2.350.000		\$ 2.350.000
Servicios	\$ 9.432.000		\$ 9.432.000
Depreciación	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	
SUBTOTAL	\$ 255.727.600	\$ 7.804.000	\$ 247.923.600
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	\$ 95.775.240	\$ 95.775.240	
Otros Gasto. Adm.	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	
Amortización.	\$ 880.000	\$ 880.000	
SUBTOTAL	\$ 99.655.240	\$ 99.655.240	
GASTOS DE VENTA			
Publicidad	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	
Distribución	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	
SUBTOTAL	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	
TOTAL	\$ 360.382.840	\$ 112.459.240	\$ 247.923.600

Tabla 25 Distribución de costos y gastos

PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles						
Obras físicas	\$ 62.000.000					
Maquinarias y equipos	\$ 19.550.000					
Muebles y enseres	\$ 19.470.000					
Subtotal	\$ 101.020.000					
Activos Diferidos						
Gastos Preoperativos	\$ 4.400.000					
Subtotal	\$ 4.400.000					
Total Inversión Fija	\$ 105.420.000					

Tabla 26 Programa de inversiones fijas

Capital de Trabajo	
Costo Totales	\$ 360.382.840
Costo - Depreciación	\$ 352.578.840
Gasto Admi	\$ 99.655.240
Gasto Admi - Amortización	\$ 98.775.240
Gastos de Ventas	\$ 5.000.000
Costo Operacional Anual	\$ 456.354.080
Costo Operacional Diario	\$ 1.267.650
Ciclo Operativo	30
Capital de Trabajo	\$ 38.029.507
Crecimiento Prome Infla	3,50%

Tabla 27 Calculo Capital de trabajo

PROGRAMA DE INVERSIÓN						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	\$ 105.420.000					
Capital de trabajo	\$ 38.029.507	\$ 1.483.151	\$ 1.540.994	\$ 1.601.092	\$ 1.663.535	

Tabla 28 Programa de inversión

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS						
DETALLE	AÑOS					
	1	2	3	4	5	
Activos de producción						\$ 0
Subtotal activos de producción						\$ 0
Vr. Residual Capital de Trabajo						\$ 44.318.278
TOTAL VR. RESIDUAL						\$ 44.318.278

Tabla 29 Valor Residual

7.3 CALCULO PRECIO DE VENTA Y PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el cálculo del precio de venta y punto de equilibrio al tratarse de mercancía tan diversa y con varios productos se manejará un promedio de utilidad del 25% sobre el total de los costos, lo cual es un valor cercano al promedio de los demás competidores. Con lo que se puede calcular el precio de la mercancía a vender

Costo Total de mercancía (Ver cuadro de distribución de costos) = \$ 360.382.840

*Precio De Venta de mercancía (utilidad 20%) = $Cm + (Cm * Re)/(100 - Re)$*

*Precio De Venta de mercancía (utilidad 20%) = $\frac{360.382.840 + (360.382.840 * 25)}{100 - 25}$*

Precio De Venta de mercancía (utilidad 20%) = \$ 480.510.453

Punto de Equilibrio en valor de ventas necesarias = $\frac{\$ 112.459.240}{\$ 480.510.453 - \$247.923.600}$

= 48,35%

Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender el 48,35% del total del valor de las mercancías a vender por parte de la empresa lo cual es un total de

$\$ 480.510.453 * 0,4835 = \$ 232.334.027$

7.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
DETALLE		AÑOS				
		1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		\$ 480.510.453	\$ 499.250.361	\$ 518.721.125	\$ 538.951.249	\$ 559.970.348
TOTAL INGRESO		\$ 480.510.453	\$ 499.250.361	\$ 518.721.125	\$ 538.951.249	\$ 559.970.348

Tabla 30 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos es el total del precio de venta de la mercancía calculado anteriormente que como recordaremos es igual al costo de la mercancía comprada más los costos y gastos de ventas y la utilidad deseada a obtener.

PRESUPUESTO DE COSTO DE COMERCIALIZACION						
DETALLE		AÑOS				
		1	2	3	4	5
Costos directos						
Compra de mercancía		\$ 200.000.000	\$ 207.800.000	\$ 215.904.200	\$ 224.324.464	\$ 233.073.118
Mano de obra directa		\$ 36.141.600	\$ 37.551.122	\$ 39.015.616	\$ 40.537.225	\$ 42.118.177
Depreciación		\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000
Subtotal costo directo		\$ 243.945.600	\$ 253.155.122	\$ 262.723.816	\$ 272.665.689	\$ 282.995.295
Gastos generales de fab.						
Materiales indirectos		\$ 2.350.000	\$ 2.441.650	\$ 2.536.874	\$ 2.635.812	\$ 2.738.609
Mano de obra indirecta		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Servicios		\$ 9.432.000	\$ 9.799.848	\$ 10.182.042	\$ 10.579.142	\$ 10.991.728
SUBTOTAL		\$ 11.782.000	\$ 12.241.498	\$ 12.718.916	\$ 13.214.954	\$ 13.730.337
TOTAL		\$ 255.727.600	\$ 265.396.620	\$ 275.442.733	\$ 285.880.643	\$ 296.725.632

Tabla 31 Presupuesto de costos de comercialización

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	\$ 95.775.240	\$ 99.510.474	\$ 103.391.383	\$ 107.423.647	\$ 111.613.169
Otros gastos de administración	\$ 3.000.000	\$ 3.117.000	\$ 3.238.563	\$ 3.364.867	\$ 3.496.097
Amortización	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000
TOTAL	\$ 99.655.240	\$ 103.507.474	\$ 107.509.946	\$ 111.668.514	\$ 115.989.266

Tabla 32 Presupuesto de gastos de administración

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Publicidad	\$ 3.000.000	\$ 3.117.000	\$ 3.238.563	\$ 3.364.867	\$ 3.496.097
Distribución	\$ 2.000.000	\$ 2.078.000	\$ 2.159.042	\$ 2.243.245	\$ 2.330.731
TOTAL	\$ 5.000.000	\$ 5.195.000	\$ 5.397.605	\$ 5.608.112	\$ 5.826.828

Tabla 33 Presupuesto de Gastos de Ventas

PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos de Comercialización	\$ 255.727.600	\$ 265.396.620	\$ 275.442.733	\$ 285.880.643	\$ 296.725.632
Gastos de administración	\$ 99.655.240	\$ 103.507.474	\$ 107.509.946	\$ 111.668.514	\$ 115.989.266
Gastos de ventas	\$ 5.000.000	\$ 5.195.000	\$ 5.397.605	\$ 5.608.112	\$ 5.826.828
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	\$ 360.382.840	\$ 374.099.095	\$ 388.350.283	\$ 403.157.269	\$ 418.541.726

Tabla 34 Presupuesto de costos totales

7.5 FLUJO DEL PROYECTO

FLUJO NETO DE OPERACIÓN					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 480.510.453	\$ 499.250.361	\$ 518.721.125	\$ 538.951.249	\$ 559.970.348
Egresos operacionales	\$ 360.382.840	\$ 374.099.095	\$ 388.350.283	\$ 403.157.269	\$ 418.541.726
Utilidad operacional	\$ 120.127.613	\$ 125.151.266	\$ 130.370.842	\$ 135.793.980	\$ 141.428.622
Impuestos	\$ 38.440.836	\$ 40.048.405	\$ 41.718.669	\$ 43.454.074	\$ 45.257.159
UTILIDAD NETA	\$ 81.686.777	\$ 85.102.861	\$ 88.652.172	\$ 92.339.907	\$ 96.171.463
Más depreciación	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000	\$ 7.804.000
Más amortización	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000	\$ 880.000
Flujo neto de operaciones	\$ 90.370.777	\$ 93.786.861	\$ 97.336.172	\$ 101.023.907	\$ 104.855.463

Tabla 35 Flujo neto de operación

FLUJO NETO DEL PROYECTO						
DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión.	\$ 143.449.507	\$ 1.483.151	\$ 1.540.994	\$ 1.601.092	\$ 1.663.535	\$ 44.318.278
Flujo Neto de Operación.		\$ 90.370.777	\$ 93.786.861	\$ 97.336.172	\$ 101.023.907	\$ 104.855.463
Total Neto del Proyecto	-\$ 143.449.507	\$ 88.887.626	\$ 92.245.867	\$ 95.735.080	\$ 99.360.372	\$ 149.173.741

Tabla 36 Flujo neto del proyecto

7.5 EVALUACION FINANCIERA

Para la evaluación financiera del plan de negocios se tuvieron en cuentas diversos aspectos e indicadores como lo son el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno y la Relación Costo Beneficio. Para ello se ha establecido una tasa de oportunidad del 28% la cual es bastante atractiva dado que se encuentra por encima de los promedios de las tasa ofrecidas por los bancos, fondos de inversiones entre otras opciones de inversión de capital.

Evaluación Financiera	
T.O	28%
VPN	\$ 108.376.300
TIR	60%
R c/b	1,941338938

Tabla 37 Evaluación Financiera del proyecto

Se puede ver en el resultado de la evaluación financiera de que el proyecto es viable y factible en su realización ya que su valor presente neto es positivo, lo cual indica que hay una recuperación efectiva de la inversión si se llevan los flujos de fondos futuros a valor presente con la tasa de descuento del 28%. Ahora la TIR arroja una tasa del 60% esto debido a dos factores el primero de ellos la baja inversión requerida para poner en marcha el proyecto y segundo los márgenes de rentabilidad sobre los costos ya que son del 25% lo que deja un margen de utilidad libre que es bastante considerable y redituable para cualquier inversionista.

8. FUENTES DE FINANCIACIÓN

El Plan de Negocios será presentado a la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Córdoba para gestionar recursos y así ponerlo en marcha. Además de lo anterior va a ser presentado a las convocatorias del Fondo Emprender del SENA para solicitar recursos y así llevar a cabo su implementación.

9. CONCLUSIONES

Es claro que después de realizar los diversos análisis y estudios de factibilidad alrededor del plan de negocios presentado se puede establecer que el mismo demuestra viabilidad en términos de mercado ya que se cuenta con la demanda existente para poder poner en marcha la idea de negocio, de igual forma los requerimientos técnicos y operativos son fáciles de alcanzar puesto que el personal necesario y los procesos medulares de la organización guardan una estructura definida que establece el conducto general para su operatividad.

Por otra parte el estudio financiero demuestra la recuperación de la inversión y una rentabilidad la cual satisface la tasa de oportunidad estipulada para evaluar el proyecto con lo que este aspectos se encuentra cubierto de manera satisfactoria y representa una gran inversión si se decide hacer.

De igual forma se debe resaltar que este plan de negocios muestra una oportunidad empresarial la cual tiene diversos impactos que van desde lo económico, social y ambiental donde se pueden generar nuevas oportunidades de empleo que cobran mayor importancia en un escenario tan complejo como el vivido tras la pandemia del coronavirus, donde la creación de empresas tiene un rol fundamental en brindar nuevas opciones que permitan dinamizar la economía de la región con estos aportes.

Es por ello la importancia de poder aplicar los diversos conceptos y elementos teóricos adquiridos a lo largo de la formación como administradores, puesto que estos permiten con mayor facilidad poder estructura y evaluar ideas de negocios con el fin de ponerlas en marcha de manera efectiva teniendo como referente las características que las mismas deben tener para que puedan decantarse en un resultado positivo.

10. RECOMENDACIONES

Alrededor de los diversos elementos analizados y aspectos que hacen parte del plan de negocios presentado en cada una de sus fases y el cumplimiento de los objetivos específicos en cuanto a los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero se proponen las siguientes recomendaciones:

Buscar inversores estratégicos para su integración dentro del plan de negocios que puedan ayudar a la expansión del mismo con inyección de capital la cual brinde nuevas oportunidades e ingresos.

Realizar alianzas estratégicas con proveedores, empresas del segmento, entre otras organizaciones que puedan aportar valor a la operatividad de la empresa y permitan a la misma el desarrollo de ventajas competitivas.

Estar en constante observación y evaluación del mercado puesto que las condiciones del mismo son cambiantes así como las necesidades de los clientes, lo que puede garantizar que la empresa siempre se encuentra a la vanguardia en cuanto a los productos que ofrece y lograr así una mejor conexión con sus clientes

Desarrollar actividades de mercadeo y promoción a través de un aprovechamiento efectivo de las opciones y herramientas de marketing digital a través de redes sociales que resultan bastante atractivas y funcionales para dicho segmento de mercado.

REFERENCIAS

Bonet-Morón, J. A., Ricciulli-Marín, D., Pérez-Valbuena, G. J., Galvis-Aponte, L. A., Haddad, E. A., Araújo-Junior, I. F., ... & Galvis-Aponte, L. A. (2020). Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto. Documento de Trabajo sobre Economía Regional y Urbana; No. 288.

García, K. S. R., Gómez, C. F. F., Quintero, S. S., & Méndez, A. C. R. (2020). Análisis competitivo del comercio cosmético-industrial colombiano en la Alianza del Pacífico1. Ph. D.(C) Ledy Gómez-Bayona Ph. D.(C) Alexander Tabares Penagos, 211.

Guzmán Marchant, R. A. (2012). Plan de negocios para una empresa de productos naturales para el cuidado personal.

Infobae. (2020). Debido a la pandemia, el mercado cosmético en Colombia cayó durante 6,3% en 2020. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/01/30/debido-a-la-pandemia-el-mercado-cosmetico-en-colombia-cayo-durante-63-en-2020/>

Ibarra, T., & Ivanova, S. (2020). *Plan de negocios para la elaboración y comercialización de cosméticos naturales y ecológicos en la Parroquia de Cumbayá* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica).

Merchan Vargas, J. J. (2020). Efectos del Covid-19 en la sociedad colombiana.

Sánchez Caro, Y., & Segura Villamil, Y. (2020). Economía colombiana en tiempos de Covid-19.

Muñoz León, C. A., & Cuervo Carvajal, C. A. (2019). Propuesta de un plan de marketing digital para la empresa Alumitex de la ciudad de Montería.

Mora, H. A., & Zárate, S. (2017). El sector cosmético en Colombia: Perspectivas y necesidades metroológicas. Elementos claves de metrología en tres sectores, 71.

Posada-Parada, F. Y. (2019). *Plan de Negocios para la definición de una nueva línea de producto a nivel de cosméticos Capilares para la empresa Koach SAS en Bogotá, DC* (Master's thesis).

Ramírez Molina, R. I., & Ampudia Sjogreen, D. M. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial.

Rojas-García, K. S., Franco-Gómez, C. F., & Suam-Quintero, S. (2020). Análisis de la tipología comercial entre Colombia y los países de la Alianza del Pacífico referente a los productos cosméticos, subsector maquillaje (preparaciones para el maquillaje de ojos) año 2010-2017.

ANEXOS

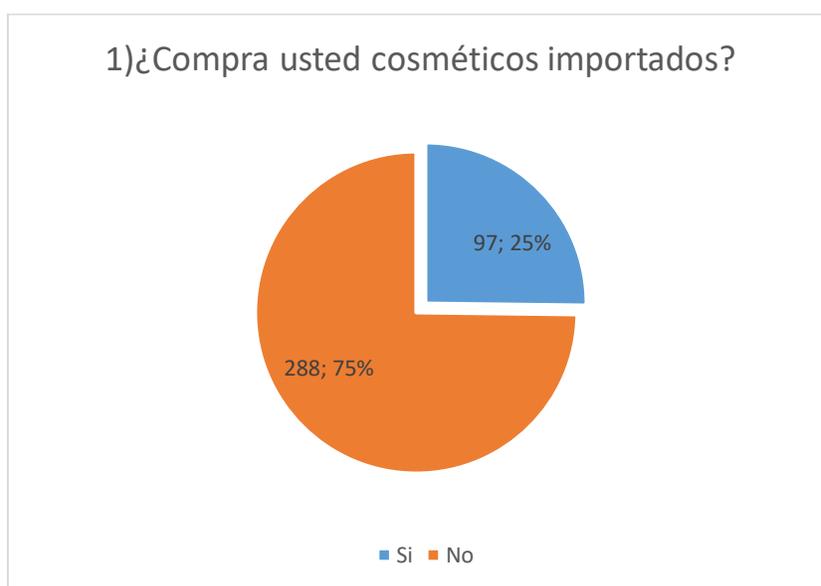
ANEXO 1 – Encuesta y resultados

1) ¿Compra usted cosméticos importados?

a) Si

b) No

1)¿Compra usted cosméticos importados?			
Respuesta	# De Respuestas	%	
Si	97	25,19%	
No	288	74,81%	
Total	385	100%	



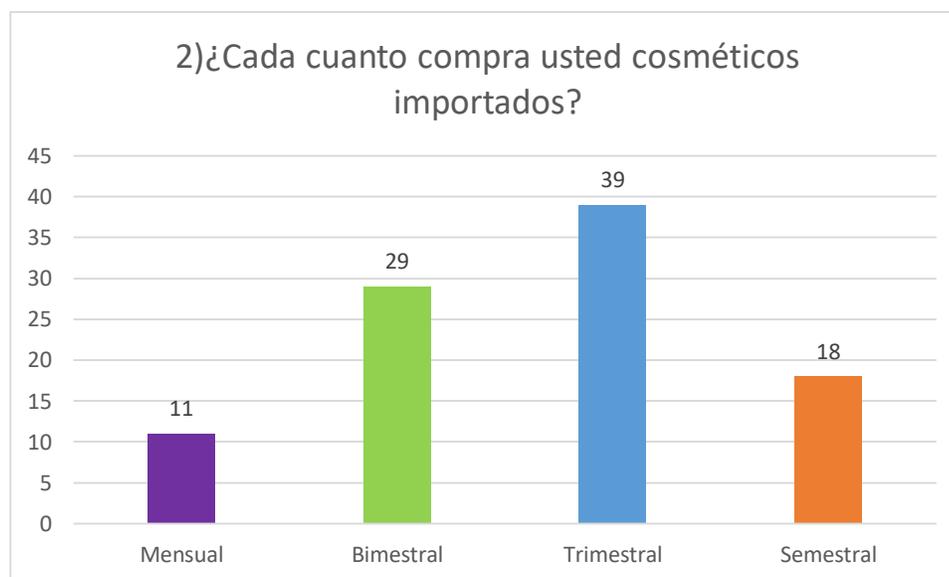
El resultado de la encuesta muestra que el 25% de las personas encuestadas si compran cosméticos importados mientras que el resto solo se limita a adquirir productos nacionales en torno a la cosméticos que usan, por lo que este porcentaje del 25% representa el mercado potencial de la empresa y el que se debe tomar como referente para el análisis de la demanda existente.

2) ¿Cada cuanto compra usted cosméticos importados?

- a) Mensual
- b) Bimestral
- c) Trimestral
- d) Semestral

2)¿Cada cuanto compra usted cosméticos importados?

Respuesta	# De Respuestas	%
Mensual	11	11,10%
Bimestral	29	30,10%
Trimestral	39	40,20%
Semestral	18	18,70%
Total	97	100%



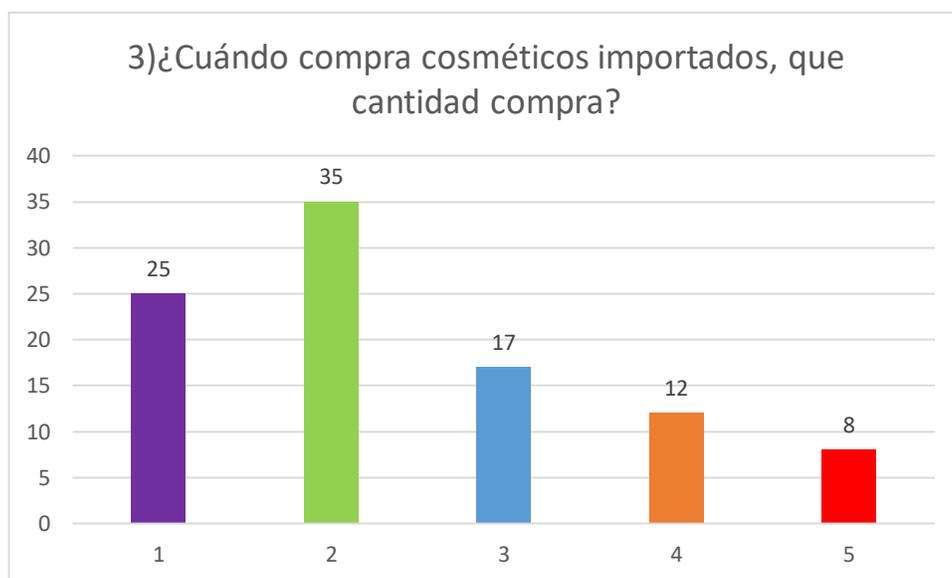
Como se sabe los cosméticos no son un producto de una demanda constante o repetitiva esto debido a factores como su duración, usabilidad y tamaño lo que hace que los periodos de recompra sean un poco más extensos, lo cual se reafirma en la encuesta realizada ya que el 40% de las personas compran dichos cosméticos de manera trimestral mientras que el 30% lo hacen de manera bimestral.

3) ¿Cuándo compra cosméticos importados, que cantidad compra?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

3)¿Cuándo compra cosméticos importados, que cantidad compra?

Respuesta	# De Respuestas	%	
1	25	25,77%	
2	35	36,08%	
3	17	17,53%	
4	12	12,37%	
5	8	8,25%	
Total	97	100%	



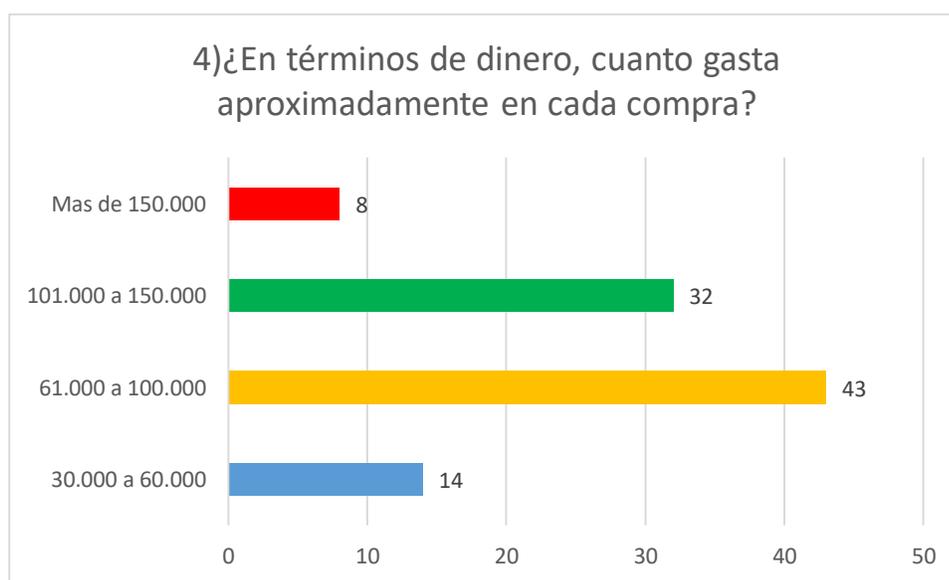
En cuanto a la cantidad de cosméticos que las personas compran el mayor número es de 2 cosméticos por compra ya que más del 36% de las personas encuestadas afirman comprar dicho numero mientras que poco más del 25% afirman comprar un solo cosmético, lo cual demuestra un numero bajo en cuanto al número de unidades de demanda en cada compra.

4) ¿En términos de dinero, cuánto gasta aproximadamente en cada compra?

- a) 30.000 a 60.000
- b) 61.000 a 100.000
- c) 101.000 a 150.000
- d) Más de 150.000

4) ¿En términos de dinero, cuánto gasta aproximadamente en cada compra?

Respuesta	# De Respuestas	%
30.000 a 60.000	14	14,43%
61.000 a 100.000	43	44,33%
101.000 a 150.000	32	32,99%
Mas de 150.000	8	8,25%
Total	97	100%



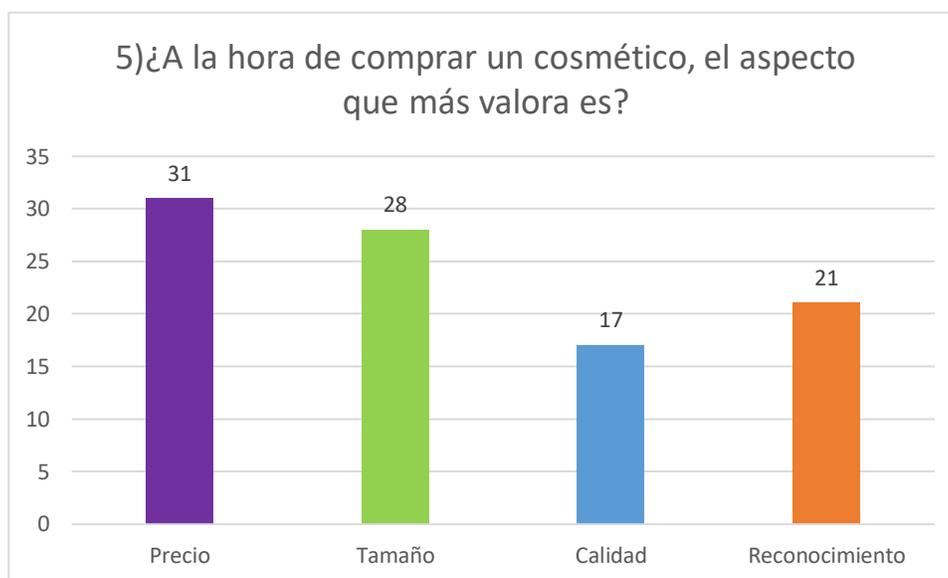
Ahora para el caso del gasto en estas compras se puede ver que más del 44% de las personas hacen compras por valor entre los 61.000 y 100.000 pesos lo que es un valor considerable mientras, que cerca de un 33% gasta entre 101.000 a 150.000 una cifra que demuestra la demanda del producto y el gasto de dinero que las personas pueden hacer en este tipo de productos.

5) ¿A la hora de comprar un cosmético, el aspecto que más valora es?

- a) Precio
- b) Tamaño
- c) Calidad
- d) Reconocimiento

5) ¿A la hora de comprar un cosmético, el aspecto que más valora es?

Respuesta	# De Respuestas	%
Precio	31	31,96%
Tamaño	28	28,87%
Calidad	17	17,53%
Reconocimiento	21	21,65%
Total	97	100%



Otro de los elementos importantes a analizar es el aspecto o características más relevantes para los compradores a la hora de su decisión de adquirir cosméticos en donde es el precio y el tamaño las características que más valoran o tienen en cuenta para decidirse por su compra, es por ello por lo que la empresa debe buscar elementos

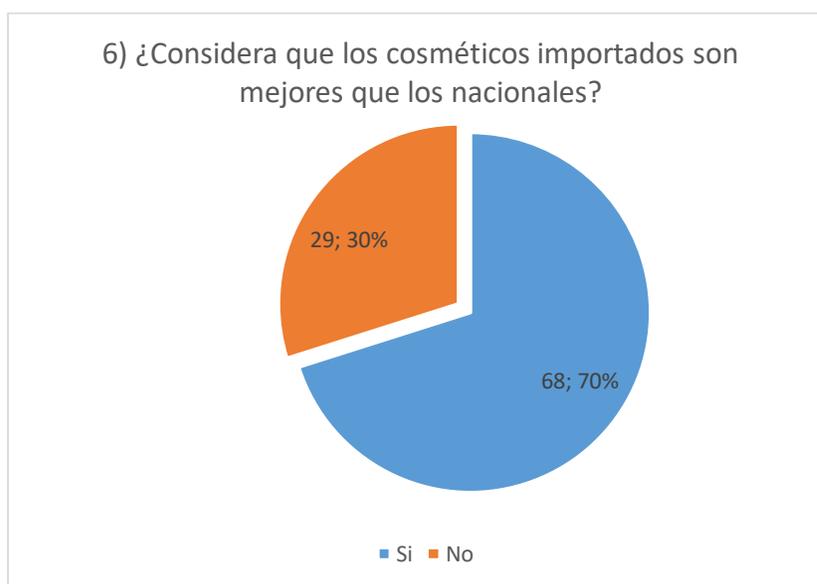
6) ¿Considera que los cosméticos importados son mejores que los nacionales?

a) Si

b) No

6) ¿Considera que los cosméticos importados son mejores que los nacionales?

Respuesta	# De Respuestas	%
Si	68	70,10%
No	29	29,90%
Total	97	100%



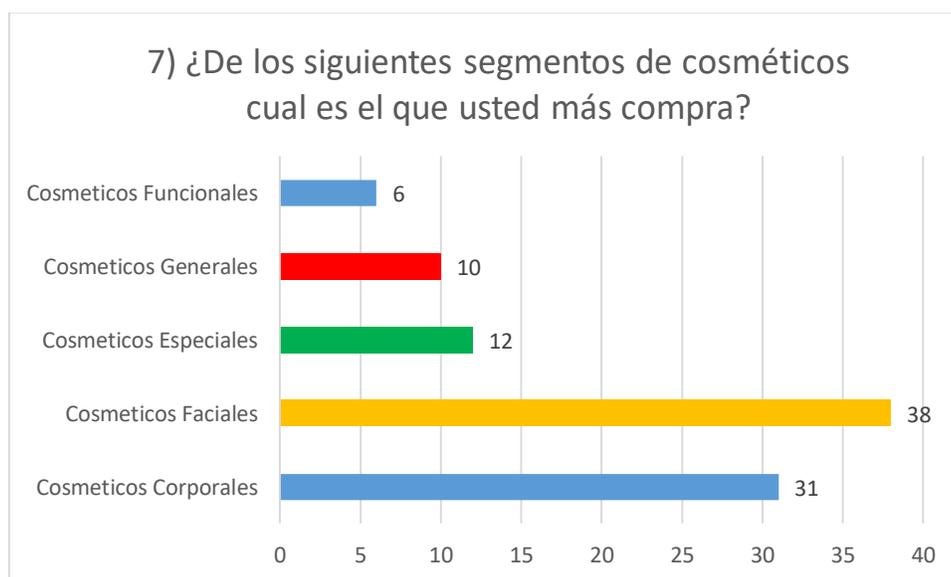
De las personas encuestadas mas del 70% considera que los cosméticos importados son mejores que los nacionales, de allí que se dé una alta preferencia por los mismos, que explica los niveles de compra y demanda alrededor de los mismos y aunque esto no se puede asegurar de una manera precisa es claro que la percepción de los clientes en general es un aspecto que se debe tomar en cuenta a fin de poder desarrollar estrategias de mercado las cuales se alineen con dichas situaciones de preferencia o percepción.

7) ¿De los siguientes segmentos de cosméticos cual es el que usted más compra?

- a) Cosméticos Corporales
- b) Cosméticos Faciales
- c) Cosméticos Especiales
- d) Generales
- e) Cosméticos Funcionales.

7) ¿De los siguientes segmentos de cosméticos cual es el que usted más compra?

Respuesta	# De Respuestas	%
cosméticos Corporales	31	31,96%
cosméticos Faciales	38	39,18%
Cosmeticos Especiales	12	12,37%
cosméticos Generales	10	10,31%
Cosmeticos Funcionales	6	6,19%
Total	97	100%



El segmento de negocio el cual genera más volumen de venta es el de los cosméticos faciales esto dado su alta usabilidad y variedad en cara, ojos, pestañas, boca entre otras zonas donde pueden ser aplicados. De igual forma los cosméticos corporales como cremas y tónicos comprenden una parte importante en las compras de las personas.

ANEXO 2 – Oferta de Productos Cosméticos Importados

Oferta Productos Cosméticos Importados		
Empresa	Venta Mensual	Venta Anual
Fepco	1143	13716
Olimpica	1412	16944
Éxito	1703	20436
Drogas la Rebaja	1853	22236
Delfos	1024	12288
Academia Sandra	1583	18996
Otros	1384	16608
Total	10102	121245

ANEXO 3 – Reglamento de Trabajo

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

CAPÍTULO I

ART. 1º—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa COSMECT'S S.A.S domiciliada en la ciudad de Montería Córdoba y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

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

- a) Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.

- b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.

- c) Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.

- d) Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.

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

Período de prueba

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

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

ART. 5º—El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

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

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

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

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

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

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

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

Personal administrativo

Lunes a viernes Mañana:

8:00 a.m. a 12:00 m. Hora de almuerzo:

12:00 m. a 1:00 p.m.

Tarde:

2:00 p.m. a 6:00 p.m. Sábado

Hora de entrada: 8: 00 a.m.

Hora de salida: 2:00 p.m.

Con períodos de descanso de diez minutos en cada turno de tales a tales horas.

Personal operativo: por turnos rotativos

Primer turno:

6:00 a.m. a 2:00 p.m.

Segundo turno:

2:00 p.m. a 10:00 p.m. Tercer turno:

10:00 p.m. a 6:00 a.m.

Con períodos de descanso de diez minutos.

PAR. — Por cada domingo o festivo trabajado se reconocerá un día compensatorio remunerado a la semana siguiente.

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

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

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

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

CAPÍTULO V

Las horas extras y trabajo nocturno

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

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

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

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

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

ART. 12.—Tasas y liquidación de recargos.

1. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.

2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con alguno otro (L. 50/90, art. 24).

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

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

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

PAR. 2°—Descanso en día sábado. Pueden repartirse las cuarenta y ocho (48) horas semanales de trabajo ampliando la jornada ordinaria hasta por dos horas, por acuerdo entre las

partes, pero con el fin exclusivo de permitir a los trabajadores el descanso durante todo el sábado. Esta ampliación no constituye trabajo suplementario o de horas extras.

CAPÍTULO VI

Días de descanso legalmente obligatorios

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

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

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

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

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

PAR. 2º—Labores agropecuarias. Los trabajadores de empresas agrícolas, forestales y ganaderas que ejecuten actividades no susceptibles de interrupción, deben trabajar los domingos y días de fiesta remunerándose su trabajo en la forma prevista en el artículo 25 de la Ley 789 de 2002 y con derecho al descanso compensatorio (L. 50/90, art. 28).

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

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

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

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

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

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

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

Aviso sobre trabajo dominical. Cuando se tratare de trabajos habituales o permanentes en domingo, el empleador debe fijar en lugar público del establecimiento, con anticipación de 12 horas lo menos, la relación del personal de trabajadores que por razones del servicio no pueden

disponer el descanso dominical. En esta relación se incluirán también el día y las horas de descanso compensatorio (CST, art. 185).

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

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

Vacaciones remuneradas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Permisos

ART. 24.—La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida

oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

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

CAPÍTULO VII

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

ART. 25.—Formas y libertad de estipulación:

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

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

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

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

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

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

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

Períodos de pago:

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

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

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayores de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.

2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (CST, art. 134).

CAPÍTULO VIII

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ART. 36.—Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales para

lo cual deberán en cada caso determinar la gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales de conformidad con el reglamento que se expida.

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

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

CAPÍTULO IX

Prescripciones de orden ART. 38.—Los trabajadores tienen como deberes los siguientes: a) Respeto y subordinación a los superiores.

b) Respeto a sus compañeros de trabajo.

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

CAPÍTULO X

Orden jerárquico

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

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

CAPÍTULO XI

Labores prohibidas para mujeres y menores

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

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

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

4. Trabajos donde el menor de edad está expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.
5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radiactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radiofrecuencia.
6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
7. Trabajos submarinos.
8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.
9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.
10. Trabajos en pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
11. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos.
12. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
13. Trabajos en altos hornos, horno de fundición de metales, fábrica de acero, talleres de laminación, trabajos de forja, y en prensa pesada de metales.
14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
15. Trabajos relacionados con cambios de correas de transmisión, aceite, engrasado y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad.

16. Trabajos en cizalladoras, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troqueladoras, otras máquinas particularmente peligrosas.
17. Trabajos de vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima, trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidriado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
19. Trabajos en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.
20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.
21. Trabajo en la industria metalúrgica de hierro y demás metales, en las operaciones y/o procesos donde se desprenden vapores o polvos tóxicos y en plantas de cemento.
22. Actividades agrícolas o agroindustriales que impliquen alto riesgo para la salud.
23. Las demás que señalen en forma específica los reglamentos del Ministerio de la Protección Social.

PAR.—Los trabajadores menores de 18 años y mayores de catorce 14, que cursen estudios técnicos en el Servicio Nacional de Aprendizaje o en un instituto técnico especializado reconocido por el Ministerio de Educación Nacional o en una institución del sistema nacional de bienestar familiar autorizada para el efecto por el Ministerio de la Protección Social, o que obtenga el certificado de aptitud profesional expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje

“SENA”, podrán ser empleados en aquellas operaciones, ocupaciones o procedimientos señalados en este artículo, que a juicio del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, pueden ser desempeñados sin grave riesgo para la salud o la integridad física del menor mediante un adecuado entrenamiento y la aplicación de medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. Quedan prohibidos a los trabajadores menores de 18 años todo trabajo que afecte su moralidad. En especial le está prohibido el trabajo en casas de lenocinio y demás lugares de diversión donde se consuman bebidas alcohólicas. De igual modo se prohíbe su contratación para la reproducción de escenas pornográficas, muertes violentas, apología del delito u otros semejantes (D. 2737/89, arts. 245 y 246).

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

CAPÍTULO XII

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ART. 42.—Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.

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

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

9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.

10. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.

11. Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.

12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.

13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

14. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también obligación de su parte, afiliarlo al Sistema de Seguridad Social Integral, suministrarles cada 4 meses en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa (CST, art. 57).

ART. 43.—Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.
4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.
6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.
7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra (CST, art. 58).

ART. 44.—Se prohíbe a la empresa:

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

- a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.
- b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley los autorice.
- c) El Banco Popular, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 24 de 1952, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza, y
- d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos del artículo 250 del Código Sustantivo de Trabajo.

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

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

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

ART. 45.—Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.
5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.
6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.
7. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.
8. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado (CST, art. 60).

CAPÍTULO XIII

Escala de faltas y sanciones disciplinarias

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

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

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

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

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

ART. 48.—Constituyen faltas graves:

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

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

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

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

CAPÍTULO XIV

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

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

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

PAR.—En la empresa MONTE SABOR. S.A.S no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

CAPÍTULO XV

Publicaciones

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

CAPÍTULO XVI

Vigencia

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

CAPÍTULO XVII

Disposiciones finales

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

CAPÍTULO XVIII

Cláusulas ineficaces

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

CAPÍTULO XIX

Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimiento interno de solución

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

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

1. Información a los trabajadores sobre la Ley 1010 de 2006, que incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley,

particularmente en relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas atenuantes y el tratamiento sancionatorio.

2. Espacios para el diálogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa.
3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de:
 - a) Establecer, mediante la construcción conjunta, valores y hábitos que promuevan vida laboral convivente;
 - b) Formular las recomendaciones constructivas a que hubiere lugar en relación con situaciones empresariales que pudieren afectar el cumplimiento de tales valores y hábitos y
 - c) Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las personas, señalando las recomendaciones correspondientes.
4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

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

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

2. El comité de convivencia laboral realizará las siguientes actividades:
 - a) Evaluar en cualquier tiempo la vida laboral de la empresa en relación con el buen ambiente y la armonía en las relaciones de trabajo, formulando a las áreas responsables o involucradas, las sugerencias y consideraciones que estimare necesarias.
 - b) Promover el desarrollo efectivo de los mecanismos de prevención a que se refieren los artículos anteriores.
 - c) Examinar de manera confidencial, cuando a ello hubiere lugar, los casos específicos o puntuales en los que se planteen situaciones que pudieren tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral.
 - d) Formular las recomendaciones que se estimaren pertinentes para reconstruir, renovar y mantener vida laboral convivente en las situaciones presentadas, manteniendo el principio de la confidencialidad en los casos que así lo ameritaren.
 - e) Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.
 - f) Atender las conminaciones preventivas que formularen los inspectores de trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2° del artículo 9° de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes.
 - g) Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.
3. Este comité se reunirá por lo menos,..... designará de su seno un coordinador ante quien podrán presentarse las solicitudes de evaluación de situaciones eventualmente

configurantes de acoso laboral con destino al análisis que debe hacer el comité, así como las sugerencias que a través del comité realizaren los miembros de la comunidad empresarial para el mejoramiento de la vida laboral.

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

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

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