

**Creación de empresa exportadora de bolsos femeninos de cuero hacia la ciudad de
Nueva York, Estados Unidos.**

Autoras:

María Alejandra Aparicio Tapia

Angélica María Hernández Menco

Asesor:

Luis Fernando Alfonso Garzón

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas Jurídicas y Administrativas.

Departamento de Ciencias Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales - X Semestre

Montería – Córdoba- Año 2019

Dedicatoria:

Este proyecto se lo dedicamos a Dios que nos dio la fuerza para no rendirnos, a nuestros padres y hermanos por brindarnos apoyo y motivación para alcanzar nuestras metas académicas y personales. Fueron nuestro motor para seguir adelante y dar lo mejor cada día.

Agradecimientos:

Agradecemos primeramente a Dios, por darnos la sabiduría, guiarnos y acompañarnos en todo momento. A nuestros padres y hermanos, por ser nuestro soporte y por motivarnos a hacer un mejor trabajo día. Al profesor Jesús Gallego y a nuestro asesor Luis Alfonso, por tener siempre la mejor disposición y guiarnos en la construcción metodológica del trabajo y a nuestros amigos que nos ayudaron de una u otra manera a cumplir con nuestro objetivo.

Contenido

Introducción.....	1
1. Resumen ejecutivo.....	2
2. Aspectos metodológicos.....	3
2.1. Referente conceptual.....	3
2.1.1 Definición y planteamiento del problema.....	4
2.2. Objetivos.....	7
2.2.1. General.....	7
2.2.2. Específicos.....	7
2.3 Metodología.....	8
2.3.1. Tipo de estudio.....	8
2.3.2. Método de Investigación.....	8
2.3.2. Técnicas de recolección de información.....	9
3. Estudio de mercado.....	10
3.1. Selección del mercado.....	10
3.2. Demanda.....	13
3.3. Segmentación del mercado.....	14
3.3.1. Segmentación Geográfica.....	15
3.3.2. Segmentación demográfica.....	15
3.3.3. Segmentación psicográfica.....	16
3.3.4. Moda del segmento.....	16
3.4. Descripción del perfil del segmento.....	17
3.5 Ficha técnica del producto.....	19
3.6. Productos sustitutos.....	19
3.7 Análisis de la oferta.....	20
3.7.1 Precio promedio que ofrece el mercado estadounidense.....	21
4. Estudio técnico y organizacional.....	22
4.1. Estudio Técnico.....	22
4.1.1. Localización del proyecto.....	22
4.1.2. Tamaño del proyecto.....	23
4.1.3. Proceso empaque y embalaje.....	25

4.1.4. Disponibilidad y costos de los insumos y suministros	27
4.1.5 Trámites aduaneros para la exportación a Estados Unidos	27
4.2 Estudio organizacional.	30
4.2.1. Tipo de organización.	30
4.2.2. Direccionamiento estratégico.	33
5. Estudio financiero.....	40
5.1. Precio de venta según incoterms	45
5.2 Estados de resultado según Incoterms	46
6. Impacto económico, social y ambiental.	51
7. Conclusiones.....	54
8. Recomendaciones.	55
9. Anexos.....	56
Reglamento interno del trabajo.....	56
10. Bibliografía.....	83

Lista de tablas

	Página
Tabla 1. Preselección	10
Tabla 2. Resultados selección de mercado	12
Tabla 3. Consumo de Artículos de cuero (mujeres) en Estados Unidos	14
Tabla 4. Tamaño del segmento	16
Tabla 5. Perfil del segmento	18
Tabla 6. Alternativas de localización	23
Tabla 7. Fábricas colombianas de bolsos para mujeres	27
Tabla 8. Inversiones Inversión en maquinaria y equipo	40
Tabla 9. Inversión en muebles y enseres	40
Tabla 10. Inversiones en activos intangibles	40
Tabla 11. Costo de mano de obra	41
Tabla 12. Costo De Servicios – Año 1	41
Tabla 13. Gastos por depreciación de activos	42
Tabla 14. Gastos personal administrativo	42
Tabla 15. Otros gastos Administrativos	42
Tabla 16. Gastos de venta	43
Tabla 17. Amortización	43
Tabla 18. Otros costos	43
Tabla 19. Distribución de costos ExWorks primer año	44
Tabla 20. Presupuesto de ventas proyectadas (USD\$)	47
Tabla 21. Presupuesto costos y gastos operacionales (USD\$)	48
Tabla 22. Flujo neto operacional (USD\$)	48
Tabla 23. Costos de Operación Capital de Trabajo (US\$)	48
Tabla 24. Proyección del Capital de Trabajo (USD\$)	49
Tabla 25. Flujo neto de inversión (USD\$)	49
Tabla 26. Flujo Financiero Neto del Proyecto(USD\$)	49

Introducción.

Como consecuencia de las políticas gubernamentales establecidas en los últimos años y a los convenios internacionales ratificados en Colombia, la economía del país ha ido en aumento. A los principales productos vendidos al extranjero, como el café, el carbón, el ferroníquel, el petróleo y sus derivados, flores, banano, entre otros, se suman ahora las artesanías y la industria del cuero. (Mosquera Restrepo, Osorio Valencia, & Sánchez Ruíz, 2005)

La industria colombiana del cuero ha tenido un reconocimiento a nivel mundial ubicándose entre una de las mejores a nivel internacional, gracias a la calidad y al manejo que se le da a las pieles en el país. En adición a esto, el país ofrece una amplia gama de cueros que van desde pieles tradicionales hasta las más exóticas. Así mismo, sus texturas, diseños y la inclusión de detalles hacen del producto uno de los más apetecidos de este mercado. (PROCOLOMBIA, 2018)

La Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas, ACICAM, está constituido en un 98% por Mipymes. Este sector se ha hecho un camino interesante para exportar sus productos principalmente a EE.UU. y otros países como Brasil, Guatemala, Perú, Ecuador, Chile, Países Bajos, Rusia, y el Triángulo Norte. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018)

En el presente trabajo, a través de cuatro módulos, se estructura un Plan de Negocios que tiene en cuenta los aspectos del mercado, técnicos, financieros, organizacionales, sociales y ambientales para determinar la factibilidad de realizar actividades de exportación a Estados Unidos

1. Resumen ejecutivo

Para Este trabajo se realizaron análisis acerca de las características que deben cumplir los bolsos de cuero femenino para exportarlos a Estados Unidos, para que no se presenten contratiempos al momento del ingreso de la mercancía al país. Este documento está comprendido por 4 módulos: a) el módulo de mercado: que abarca puntos importantes como la selección del mercado, la demanda y la segmentación del mercado; b) módulo técnico y organizacional: que comprende los estudios técnico (tamaño del proyecto, insumos, trámites, etc.) y organizacional (tipo de organización y direccionamiento estratégico) del proyecto; c) módulo financiero: que tiene en cuenta los aspectos financieros relevantes para el proyecto, como lo son gastos, costos, inversión, TIR, etc. Se tiene en cuenta también aspectos importantes como la negociación , por lo que este módulo comprende los precios de venta con Incoterms; y d) módulo de impacto social, económico y ambiental: que trata de la manera como impactará este proyecto en los ámbitos mencionados en su nombre.

2. Aspectos metodológicos.

2.1. Referente conceptual.

Exportación: acción y efecto de exportar (cuando un país vende mercancías a otro). (Pérez Porto & Gardey, 2010)

Mercancías: todo lo que se puede “vender o comprar” que se aplica más que todo en los bienes económicos o bienes escasos, por la rivalidad a los bienes libres, que son los que compran en el mercado pero que pagan por ellos un determinado precio. (ConceptoDefinición, 2019)

Incoterms: Los Incoterms (Términos de Comercio Internacional) son las condiciones internacionales de entrega de mercancías y productos. (COFIDE capacitación empresarial, 2019)

Bolsos: Bolsa de mano de piel u otros materiales para llevar objetos de uso personal, generalmente usada por las mujeres. (WordReference, s.f)

Cuero: es la piel que cubre la carne de los animales. Permite nombrar a dicho pellejo después de curtido y tratado para diversos usos. Gracias a su flexibilidad y resistencia, es posible manipularlo y trabajarlo de distintas maneras, transformándolo en un material con diversos usos industriales. (Pérez Porto & Gardey, Definición.De, 2011)

2.1.1 Definición y planteamiento del problema

En Colombia, gracias a las políticas gubernamentales de estos últimos años, y a los convenios internacionales, la economía del país ha ido en aumento. A los principales productos vendidos al extranjero, como el café, el carbón, el ferroníquel, el petróleo y sus derivados, flores, banano, entre otros, se suman ahora las artesanías y la industria del cuero. (Mosquera Restrepo, Osorio Valencia, & Sánchez Ruíz, 2005)

En 2016 sector del cuero, calzado y sus manufacturas registró exportaciones por más de 179,8 millones de dólares. Según un análisis del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MinCIT-, con base en cifras del Dane, los principales destinos del calzado colombiano y sus insumos fueron Estados Unidos, Ecuador, Panamá, Chile y Venezuela. (Portafolio, 2017)

La industria del cuero colombiano se ha posicionado como una de las mejores a nivel internacional, gracias a su alta calidad y al excelente manejo que se le da a las pieles. Además, ofrece una amplia gama de cueros que van desde pieles tradicionales hasta las más exóticas. Así mismo, sus texturas, diseños y la inclusión de detalles hacen del producto uno de los más apetecidos de este mercado. (PROCOLOMBIA, 2018)

El cuero es la materia prima básica con que se elaboran una infinidad de calzado y marroquinería en Colombia. (Contexto Ganadero, 2019)

Factores como el correcto manejo de las pieles exóticas, el cuidado que se les da a lo largo de toda la cadena de producción dentro de los zocriaderos amigables con el medio ambiente y la mano de obra altamente calificada para la elaboración de los productos, hacen que esta industria sea tan competitiva y alcance los más altos estándares de calidad. (PROCOLOMBIA, 2018)

Según Luis Gustavo Flórez, presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, Cuero y sus Manufacturas -ACICAM- el sector del calzado tuvo un aumento interesante, incluso por encima del total de la industria. Es decir que ha sido el cuarto rubro de mayor crecimiento en el año pasado, a cierre del mes de noviembre. (Portafolio, 2017)

Según la Encuesta Mensual Manufacturera con Enfoque Territorial del DANE, el sector marroquino en el periodo enero a mayo de 2019, muestra variaciones de 30.6% en la producción y de 16.2% en las ventas totales. El incremento en la producción se explica por el aumento de la producción de juguetes caninos, incremento de la producción de morrales, al lanzamiento de nuevas líneas de producto y al crecimiento de las exportaciones. (ACICAM, 2019).

En Colombia, el sector agrupado en la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas, ACICAM, está constituido en un 98% por micro, pequeña y medianas empresas (Mipymes), tiene un futuro prometedor y buenas perspectivas para exportar sus productos a EE.UU., Países Bajos, Brasil, Guatemala, Perú, Ecuador, Chile, Rusia, y el Triángulo Norte. Asimismo, a la Unión Europea el calzado colombiano llega con cero aranceles. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018)

2.1.2. Justificación.

El presente trabajo se realiza con el fin de determinar la factibilidad de la creación de una exportadora de bolsos de cuero para mujeres al mercado seleccionado, por medio de la realización de los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero.

Es importante realizar este trabajo donde se demuestre la viabilidad de la creación de una empresa que genere utilidades para los socios y cree puestos de trabajo, a la vez que permite reducir los niveles de desempleo y delincuencia, impulsando el desarrollo socioeconómico de la región y posicionando al departamento de Córdoba entre los exportadores destacados del país.

El desarrollo de una sociedad se mide, en buena parte, por sus niveles de **investigación**, avance **tecnológico** y capacidad de **innovación** (puntoedu, 2011). En este sentido, la universidad de Córdoba es un lugar ideal para fomentar potenciales como los mencionados, por lo que será bien visto que sus profesionales realicen este tipo de actividades generadoras de conocimiento sobre la creación de empresa y exportación y que además aportan en el desarrollo sostenible de sociedad.

2.2. Objetivos.

2.2.1. General.

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa exportadora de artículos de cuero para mujeres con destino a la ciudad Nueva York, Estados Unidos.

2.2.2. Específicos.

- Realizar un estudio de Mercado sobre la factibilidad de la exportación para la comercialización de artículos de cuero con destino a la ciudad Nueva York
- Definir los implementos requeridos para el montaje del proyecto por medio de un estudio Técnico-Organizacional
- Analizar la rentabilidad y viabilidad del proyecto a través de la elaboración de un estudio financiero.
- Describir el impacto económico, ambiental y social que dejaría la puesta en marcha del proyecto.

2.3 Metodología.

2.3.1. Tipo de estudio.

En el presente proyecto se realizó una investigación con una metodología de tipo descriptiva. Según Mario Tamayo en su libro *Proceso de Investigación científica*, la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente (Tamayo Tamayo, 2003), lo que nos permitió medir la información recolectada para luego analizar, describir e interpretar los datos obtenidos para evaluar la factibilidad de la creación del plan de exportación.

2.3.2. Método de Investigación.

Se utilizó un método deductivo para el desarrollo de la investigación ya que la deducción permite establecer un vínculo de unión entre teoría y observación y permite deducir a partir de la teoría los fenómenos objeto de observación (Dávila Newman, 2006, pág. 124) ,es decir, que a partir de los datos obtenidos por medio del estudio de mercado, se utilizó como base para las conclusiones el estudio investigativo sobre la creación de un plan de exportación de artículos de cuero a la ciudad de Nueva York.

En el mismo sentido, la investigación tendrá un enfoque cuantitativo debido a que este “es una investigación empírico-analítica, que basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas-efectos concretas, por medio del análisis del comportamiento de dicha serie de causas y efectos” (Blog de gestion de proyectos, 2018).

2.3.2. Técnicas de recolección de información

Existen 2 tipos de fuentes para la recolección de información. Estas son primarias y secundaria; Bounocore, define a las fuentes primarias de información como las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano (Bounocore, 1980, pág. 229), en el mismo sentido define a la fuentes secundarias como aquellas que contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados (Bounocore, 1980, pág. 230)

En el presente proyecto, se recolectó la información a través de páginas oficiales estadounidenses que permitan evaluar con datos reales el mercado y la factibilidad que se tendría el exportar hacia ese mercado.

3. Estudio de mercado.

3.1. Selección del mercado.

La elección correcta del mercado para la exportación depende de realizar un buen estudio de mercado, toda empresa antes de dar el paso al exterior necesita conocer a profundidad el mercado a abordar con el fin de garantizar el éxito de la actividad a realizar, en este caso la exportación de artículos de cuero para mujeres. Se debe contar con información precisa y actualizada del mercado y considerar los costos que dicha actividad va a representar.

Por lo anterior, antes de iniciar una política de penetración internacional es necesario realizar una selección de mercado que permita minimizar costos identificando el mercado con mayor potencial e interés y lograr los mejores resultados.

Para la elección del destino a exportar, se realizó en primer lugar una *preselección* donde se incluían todos los países a nivel mundial y eran evaluados por aspectos tales como: la población, el producto interno bruto (PIB), el PIB per cápita, las importaciones y exportaciones del país, así como las importaciones del producto a exportar. Este análisis ubicó como principales destinos para la exportación en primer lugar a Italia, segundo lugar Francia y tercer lugar Estados Unidos. Como se puede observar a continuación los resultados obtenidos.

Tabla 1. Preselección

PAÍS	POBLACIÓN	PIB (Miles de USD)	PIB PER CAPITA (usd)	IMPORTACIONES TOTALES (MILES DE MILLONES DE US)	IMPORTACIONES DE ARTICULOS DE CUERO (miles de US)
Italia	60.359.546	2.073.902	34.359	426,70	15.026.564,11
Francia	67.028.048	2.778.999	41.460	576,30	7.637.251,44
Estados Unidos	327.167.434	20.580.200	62.904	2.352,00	3.324.994,38
Alemania	83.019.214	4.000.390	48.264	1.104,00	2.951.776,19
España	46.934.632	1.425.870	30.380	333,40	2.466.974,44
Reino Unido	66.647.112	2.828.640	42.442	602,50	1.112.691,81
Corea del Sur	51.635.256	1.619.424	31.363	602,50	919.312,05
México	124.738.000	1.223.809	9.811	417,30	533.154,17
Japón	126.529.100	4.971.930	39.295	625,70	228.089,73

Elaboración propia

Ahora bien, una vez realizada la preselección mencionada se hizo una comparación y evaluación con los países que ocuparon los primeros tres lugares, esta se desarrolló en base a factores económicos, demográficos, de comercio exterior y de logística que incidirían en el desarrollo de las exportaciones. En los tres países mencionados se aplicó la calificación de los factores según el orden de importancia para el proyecto.

La mayor calificación está asociada con los factores logísticos, tales como: rutas marítimas, aéreas y terrestres, valor del flete marítimo, cantidad de aeropuertos, puertos marítimos y zonas francas. Los factores económicos y de comercio exterior se encuentran en segundo lugar con respecto a la calificación; los económicos hacen referencia a las reservas internacionales, moneda, PIB, PIB per cápita, devaluación, tipo de cambio, balanza comercial y la tasa de inflación. Por su lado los de comercio exterior incluyen datos como las importaciones Cost Insurance and Freight (CIF) y Free On Board (FOB), la tendencia de importación del producto, exportaciones nacionales, aranceles, acuerdos de integración y las barreras para arancelarias. Y en tercer lugar, con un porcentaje de calificación un poco menor, se evaluaron los factores demográficos, tales como: tamaño de la población, tasa de crecimiento poblacional, número de miembros por familia, salario mínimo, ingresos por familia, entre otros.

Los resultados arrojaron que el país con mayor calificación fue Estados Unidos, por tanto este fue el seleccionado para llevar a cabo el proyecto. Los resultados generales se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 2. Resultados selección de mercado

		PAISES		
FACTORES DE EVALUACION	% PESO EVALUACION	ITALIA	FRANCIA	USA
ECONOMICOS	25,00%	2,575	2,43	3,80
DEMOGRAFICOS	20,00%	1,2	2,45	3,2
COMERCIO EXTERIOR	25,00%	2,525	2,875	1,85
LOGISTICA	30,00%	1,75	1,65	3,7
CALIFICACION GENERAL	100,00%	2,04	2,31	3,1625

Elaboración propia

En la anterior tabla se puede observar que Estados Unidos obtuvo un mayor puntaje en la mayoría de los factores evaluados a excepción del factor de comercio exterior. Esto no es una sorpresa ya que, por ejemplo, la puntuación tan alta con respecto a los factores económicos se puede fundamentar en que Estados Unidos es la mayor economía a nivel mundial, por sobre China. La economía creció 2.9% en 2018, una mejoría desde el 2.2% en 2017, y se espera que crezca en un 2.5% y en un 1.8% en 2019 y 2020, de acuerdo al FMI. Coface también calculó un crecimiento de un 2.9% del PIB en 2018 y estima un crecimiento de 2.3% del PIB en 2019 (Portal Santader , 2019)

De igual forma, Estados Unidos es el tercer país más grande del mundo tanto en superficie total como en población. Además, cuenta, con un producto interior bruto (PIB) nominal que representa aproximadamente el 25% del PIB nominal global. Su PIB nacional en paridad de poder adquisitivo es también el más grande del mundo, aproximadamente el 20% del total mundial. Los Estados Unidos tienen una economía mixta y ha mantenido un ritmo estable de crecimiento global del PIB, una tasa de desempleo moderada, y altos niveles de investigación y de inversión de capital. (Spain Exchange, 2016)

Al ser la mayor economía global, muchas de las instituciones financieras y económicas principales del mundo se pueden encontrar en los Estados Unidos. El país cuenta con el mercado de valores más grande del mundo, el mayor depósito y reserva de oro mundial, y 139 de las 500 empresas más grandes del mundo, una cifra que casi duplica a la de cualquier otro país. (Spain Exchange, 2016)

Vemos entonces por qué el mercado estadounidense, al ser la economía más importante y diversificada del mundo, se vuelve atractivo para las inversiones y empresas extranjeras. Sin embargo, por las mismas razones se vuelve un mercado altamente competitivo donde un buen proceso de toma de decisiones con respecto al mercado objetivo, el producto, la distribución, etc., se vuelve esencial para el éxito del proyecto que se pretende llevar a cabo.

3.2. Demanda

Existen varios criterios al momento de definir la demanda, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor preponderante en la vida de las empresas, así para Kotler, autor del libro "Dirección de Marketing" (Año 2002 Pág. 54), la demanda es "El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago".

A partir de 2018, los bolsos de cuero dominaron el mercado y representaron el 48.5% de los ingresos globales. Las propiedades de mayor durabilidad, resistencia al polvo y a prueba de grietas de los bolsos de cuero están impulsando su demanda en todo el mundo. La durabilidad asociada con este producto atrae a los consumidores a gastar en estos productos de lujo. Los fabricantes satisfacen la demanda de los clientes de gama alta y premium mediante el uso de cuero exótico. (Grand View Research, 2019)

Elegido entonces el país destino, se pasa a evaluar el comportamiento que tiene el producto que se exportará con respecto a la producción, las importaciones y exportaciones en el país estadounidense.

Tabla 3. Consumo de Bolsos de mujeres en Estados Unidos. SUBPARTIDA 4202.21.00.00		
	2015 (USD)	2016 (USD)
Producción nacional	319.649.000	338.794.000
Importaciones	1.794.942.193	1.737.468.434
Exportaciones	213.248.052	208.987.525
Consumo nacional aparente (Pdx+M)- X	1.901.343.141	1.562.360.309

Fuente: American FactFinder (Producción nacional) Flexport (Importaciones y exportaciones)

Elaboración propia

3.3. Segmentación del mercado

Un mercado no es un todo homogéneo, está compuesto por cientos, miles e incluso millones de individuos, empresas u organizaciones que son diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra, etc.

Toda esta "diversidad", hace casi imposible la implementación de un esfuerzo de mercadotecnia hacia todo el mercado, por dos razones fundamentales: Primero, el elevado costo que esto implicaría y segundo, porque no lograría obtener el resultado deseado como para que sea rentable. (Thompson, Ivan, 2005)

Por lo anterior, nace la necesidad de dividir el mercado en grupos cuyos integrantes tengan ciertas características que los asemejen y permitan a la empresa diseñar e implementar una estrategia de marketing para todo el grupo, a un menor costo y con resultados más eficientes que si se realizará para todo el mercado.

Para Patricio Bonta y Mario Farber, la segmentación del mercado se define como "el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento" (Bonta & Mario).

Como se ha venido mencionando el mercado objetivo es el estadounidense y teniendo en cuenta las importaciones que realiza cada estado de este país con respecto a los artículos de cuero para mujeres, se considera que específicamente el estado de Nueva York es el apropiado para dirigir el presente proyecto ya que en el periodo de 2008-2018 es el mayor importador de los artículos mencionados (Flexport, 2019).

Para realizar una segmentación se tienen en cuenta generalmente los siguientes criterios:

3.3.1. Segmentación Geográfica

La segmentación geográfica hace referencia a la división del mercado tomando en cuenta las diferencias geográficas entre un lugar y otro, a la hora de distribuir los productos o servicios. La segmentación geográfica ayuda a recopilar y analizar información de acuerdo a la ubicación física de las personas. (QuestionPro, 2017)

Ahora bien, en el país de estados Unidos el Estado de **Nueva York** es el que registra un mayor número de importaciones de artículos de cuero para mujeres (Flexport, 2019) por lo que este será la ciudad a la que se dirigirá la exportación.

3.3.2. Segmentación demográfica

La segmentación demográfica consiste en dividir el mercado en grupos más pequeños, este tipo de segmentación toma en cuenta variables como la edad, género, ingresos, grado de

estudios, nacionalidad, raza, religión, ocupación, etc. Esta segmentación le ayuda a las organizaciones a comprender con exactitud el comportamiento del consumidor, lo que a su vez les ayuda a desempeñarse mejor. (QuestionPro, 2017)

En el presente proyecto, el mercado objetivo son las mujeres entre 18 y 49 años de la ciudad de Nueva York. Esta población quedó distribuida según el censo de Estados Unidos para el año 2018 de la siguiente manera y vemos cómo quedaría el tamaño del segmento al que nos dirigiremos.

Tabla 4. Tamaño del segmento

Población total	8.398.748
Mujeres	4,394,815
Mujeres entre 20 y 44 años	1.634.035
Promedio de consumo anual de Artículos de cuero per capita	4.6

Elaboración propia.

3.3.3. Segmentación psicográfica

Los rasgos psicográficos hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones y valores de los consumidores. Gracias a la segmentación psicográfica las compañías pueden dividir el mercado en grupos basados en características de personalidad. (Argudo, 2017)

3.3.4. Moda del segmento

En el transcurso de la investigación se ha hablado los de artículos de cuero, sin embargo es necesario enfocarnos en el producto que prefiere segmento del mercado al que nos dirigimos. Por lo que a través de estudios realizados por marcas de accesorios para mujeres en

este país, se encontró que las mujeres gastan más en bolsos y en su mayoría empiezan a planear su próxima compra del bolso con un mes de anticipación. (The NPD group, 2016)

Marshal Cohen, analista jefe de la industria, The NPD Group, agregó que la "naturaleza compleja" del "viaje de compra de bolsos" de los consumidores modernos significa que es más importante que nunca que las marcas comprendan las necesidades del cliente. "El bolso se ha convertido en un artículo característico", explicó. "Los minoristas deben aprovechar la venta en la tienda, por adelantado y en el centro, como su propia firma". (The NPD group, 2016)

El estudio también mostró que las mujeres entre 18 y 45 años poseen un promedio de 13 bolsos de siete marcas diferentes, con un 40 por ciento de los que provienen de 'marcas menos conocidas y emergentes', lo cual se convierte en una oportunidad de negocio para el presente proyecto.

3.4. Descripción del perfil del segmento

Con el fin de ser específicos con la descripción del segmento del mercado al que se dirigirá la comercialización de los artículos de cuero en la ciudad de Nueva York y teniendo en cuenta los criterios de segmentación antes mencionados; el perfil sería el siguiente:

Tabla 5. Perfil del segmento

Criterios demográficos	
Edad	Entre los 20 y 44 años
Género	Femenino
Ingresos	PIB per cápita 79.179 USD
Ocupación	Funcionarias públicas o privadas Trabajadoras independientes Estudiantes
Educación	Secundaria, Superior
Criterios geográficos	
Región	Costa Noreste de Estados Unidos
Estado	Nueva York
Criterios psicográficos	
Intereses	Moda
Estilo de vida	Liberales, conservadoras, abiertas al cambio

Elaboración propia

3.5 Ficha técnica del producto

Nombre:	Bolsos de mano para mujeres
Apariencia:	
Descripción:	Bolso femenino de mano, con bolsillo delantero, cierre interior de 15cm y 2 asas para llevar an el hombro o la mano.
Material	100% Cuero.
Medidas:	Lsrgo: 20 cm Alto: 13 cm Ancho: 9 cm Asas de 15 cm y 40 cm
Peso:	0,5 kg
Lugar de origen:	Colombiano
Color	Café, Negro, Blanco, Rojo y verde.

Elaboración propia

3.6. Productos sustitutos.

Los productos sustitutivos son aquellos bienes que pueden ser consumidos en el lugar de otros. Su característica principal es que tienen demandas relacionadas entre sí, es decir, que el consumidor sabe que puede sustituir uno por otro cuando lo crea oportuno. (Foro Marketing, 2017)

En el presente proyecto relacionado con bolsos/carteras de cuero para mujeres, los productos sustitutos son aquellos bolsos y carteras elaborados con un material distinto al cuero, tales como: cuero sintético o tela.

3.7 Análisis de la oferta

A partir de 2018, Norteamérica dominó el mercado con más del 30% de participación en los ingresos globales. El ingreso promedio por persona de este mercado alcanzó alrededor de USD 36.5 en 2019. Ha estado creciendo significativamente desde 2010. La alta demanda de bolsos de buena calidad está impulsando el mercado en esta región. Además, el alto poder adquisitivo de los consumidores en las economías desarrolladas les permite a los consumidores gastar en tales productos de lujo. (Grand View Research, 2019)

Los jugadores clave de esta industria en la ciudad de Nueva York incluyen Tapestry, Inc .; LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton SE; Michael Kors; Compagnie Financière Richemont SA; Gucci; Fossil Group, Inc .; Chanel SA; Hermès International SA; Prada SpA; Burberry Group PLC; y Ted Baker plc. Se espera que los fabricantes inviertan significativamente en el desarrollo e innovación de productos de calidad para expandir su cartera de productos. (Grand View Research, 2019)

3.7.1 Precio promedio que ofrece el mercado estadounidense



Elaboración propia.

4. Estudio técnico y organizacional

4.1. Estudio Técnico

El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Baca Urbina, 2018)

El objetivo de este estudio es determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles, en este caso, para la comercialización de bolsos de cuero para mujeres. Además, la localización óptima, los equipos, las instalaciones requeridos para el proyecto.

4.1.1. Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. Su objetivo general es llegar a determinar el sitio donde se instalará la oficina para dirigir las actividades de comercialización. (Baca Urbina, 2018)

La oficina principal desde la que se realizarán todas las operaciones para la comercialización de bolsos para mujeres hacia estados Unidos se tendrá en la ciudad de Montería, sin embargo, se realizó una evaluación para definir la localidad de la ciudad en la que sería más rentable abrirla con respecto a factores como disponibilidad de locales, costo del arriendo y el costo de servicios públicos. Los resultados se muestran a continuación.

Tabla 6. Alternativas de localización

Factores relevantes	Peso asignado (0-1)	Alternativa de localización					
		Centro de la ciudad		Norte de la ciudad		Sur de la ciudad.	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidad locativas	0,25	70	17,5	60	15	50	12,5
Costo de arriendo	0,15	60	9	50	7,5	40	6
Costo de servicios públicos	0,15	60	9	40	6	60	9
TOTAL	1.00		35,5		28,5		27,5

Se puede observar que la mejor opción según los factores evaluados sería el centro de la ciudad de Montería, pues hay una alta disponibilidad de locales para la bodega y con costos de arriendos y servicios aceptables.

4.1.2. Tamaño del proyecto.

Para exportación de los bolsos se utilizará un local con bodega de 240 m² con posibilidad de ampliación, 1 baño y una oficina, para el reempaque y despacho de los productos, ubicado en el centro de la ciudad.

Ahora bien, teniendo el tamaño del segmento al que nos dirigiremos, pasamos a identificar la cantidad de bienes que deberíamos exportar mensualmente y el porcentaje de población con el que trabajaremos.

$$\text{Importaciones USD partida 4202.21.00.00} = 1.737.468.434 \text{ USD}$$

$$1.737.468.434 \times 0,3\% = 5.212.405 \text{ USD}$$

$$5.212.405 \text{ USD} \times \$3410 \text{Cop} = 17.774.301.050 \text{ cop}$$

$$\frac{11.731.383.936 \text{ cop}}{193.500 \text{ cop (precio promedio del mercado)}} = 91.856 \text{ Unidades}$$

$$\frac{91.856}{12} = 7.654 \text{ Unidades mensuales}$$

-

4.1.3. Proceso empaque y embalaje

Cuando la mercancía llega a la bodega, se realiza un control de calidad de los bolsos, Luego, estos serán envueltos bolsas de polyester color blanco donde se podrá ver el color del producto fácilmente. Luego serán depositados en cajas de cartón con medidas de 65 cm largo 43 cm de ancho y 53 cm de alto.

Se llevaran 30 bolsos por caja, para un total de 255 cajas en un contenedor de carga general unitarizada de 40 pies ya que en el de 20 pies excede la carga máxima. Cada caja tendrá un peso de 15kilogramos.

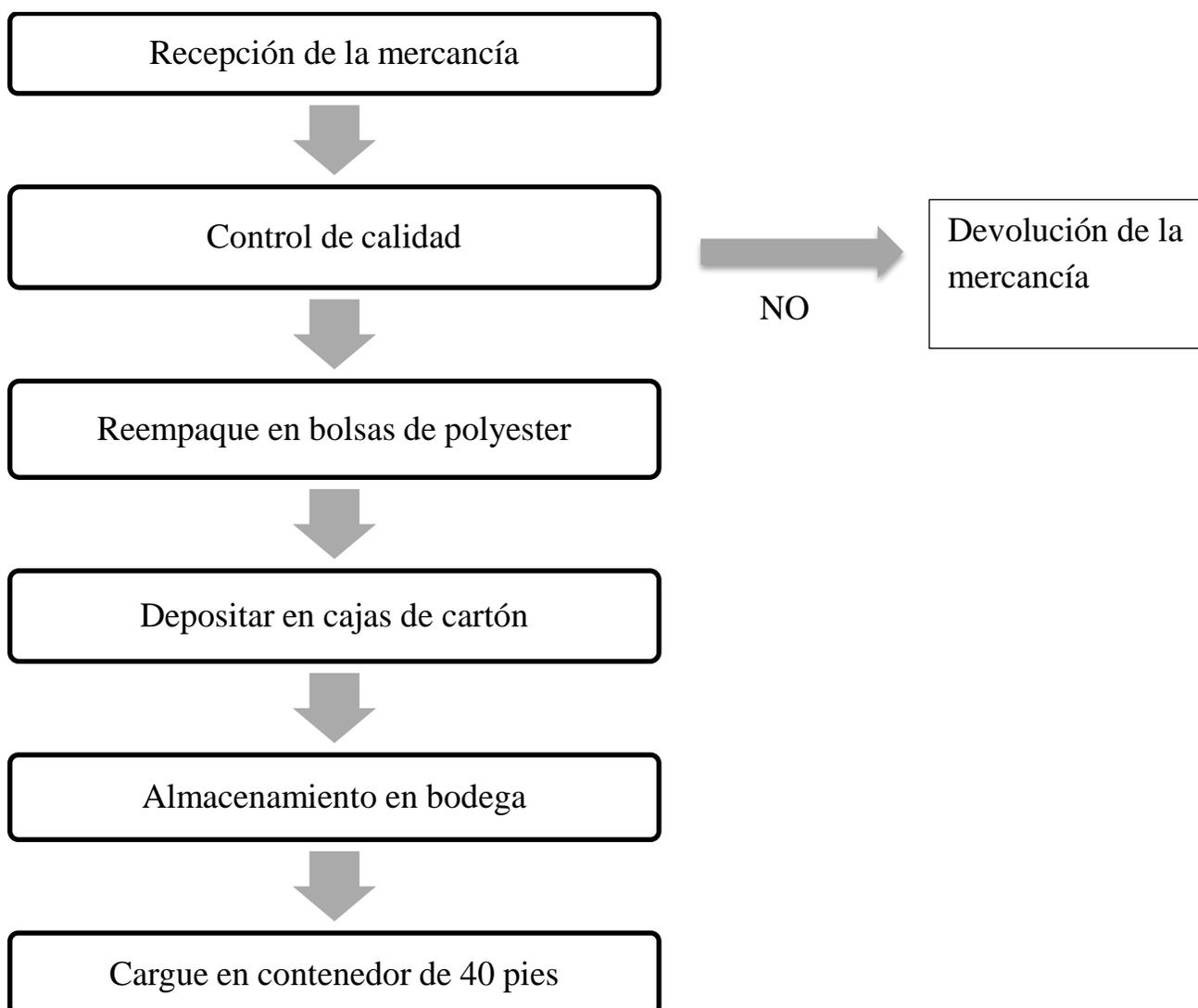


Ilustración 1. Empaque bolsos



Fuente: Maidu bags

Se despachará por vía terrestre dentro del territorio nacional, desde la bodega en la ciudad de Montería, con sus respectivos precintos hasta el puerto de cargue ubicado en Cartagena. En una tractomula de 2 troques el cual puede cargar un total de 32 toneladas equivalentes al peso admitido para un container de 40 pies.

4.1.4. Disponibilidad y costos de los insumos y suministros

A continuación se describirá y mencionará las fábricas de mayor prestigio en el país a las que la comercializadora tendría acceso para adquirir los bolsos para la exportación y el precio que manejan en promedio para este tipo de productos.

Tabla 7. Fábricas colombianas de bolsos para mujeres

Ubicación	Nombre	Precio promedio bolsos de cuero para mujer
Bogotá	BAC- Bolsos y accesorios colombianos	95.000
	Macoly Ltda.	98.000
	MOISS - C. I. Manufacturas y moda Ltda.	100.000
	Cueros Hazaard	110.000
Medellín	Cueros Vélez SAS	235.000
	Macueros	114.000
	Bon-bonite	210.000
Ibagué	Bolsos MEI	120.000
Cali	Castafina SAS	200.000
Bucaramanga	III milenio SA	253.000

Elaboración propia.

Fuente: Directorio de Fábricas

4.1.5 Trámites aduaneros para la exportación a Estados Unidos

4.1.5.1 Despacho de aduana de mercancía

Requiere la adhesión a un proceso específico establecido en la Normativa de Administración de la Exportación (Export Administration Regulations, EAR). Según la EAR,

el exportador es el responsable de una adecuada utilización del producto, su clasificación, licencias, así como los requisitos de exportación correspondientes.

La documentación apropiada sobre la exportación, rigurosamente completada, debe acompañar a la operación de exportación. El incumplimiento del proceso anterior puede resultar en pago de impuestos, en retención o confiscación de la mercancía, en errores en la exportación, sanciones, inspecciones por parte del gobierno, así como en publicidad adversa. Los documentos descritos a continuación son los que se requieren para la exportación:

- Factura comercial
- Lista de embalaje
- Declaración de Exportación del Remitente

El Formulario 7525-V de la Declaración de Exportación del Remitente (Shippers Export Declaration, SED), se utiliza para compilar estadísticas oficiales estadounidenses y se requiere para exportaciones autorizadas por el Ministerio de Comercio. No se precisa la SED para la exportación de artículos con un valor inferior a 2.500 USD, excepto si los artículos caen en alguna excepción de licencias.

Los exportadores deben mantener registros por un período de 5 años desde la fecha de la exportación, o de la última exportación o re-exportación. (Santander Trade, 2019)

4.1.5.2. Declaraciones necesarias

Introducir mercancía es un proceso de dos partes que consiste en: (1) rellenar los documentos necesarios para determinar qué mercancía puede ser liberada de la custodia de las aduanas, y (2) rellenar los documentos que contengan información para la evaluación de los impuestos y para contabilizar la estadística. Estos dos procesos se pueden llevar a cabo

electrónicamente mediante el programa de Interfaz de Agentes Automatizado de los Sistemas Comerciales Automatizados.

- Facturas
- Cada embalaje se marca y se numera para que pueda ser identificado con respecto a la factura.
- Una descripción detallada de la mercancía en cada embalaje se encuentra en la factura.
- El país de origen debe aparecer resaltado.
- Se ha de cumplir cualquier ley que pueda aplicar al caso. Las mercancías como la alimentación, medicinas, cosméticos, alcohol, entre otras, entrarán a menudo en esta categoría. (Santander Trade, 2019)

4.2 Estudio organizacional.

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento (Morales, 2010), es decir, se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación.

4.2.1. Tipo de organización.

Teniendo en cuenta que, el proceso de internacionalización de las empresas es cada vez más acelerado y se requiere de incentivos a las exportaciones que promocionen o fomenten este incremento, es por ello que se optará por constituirse como una *Sociedad de Comercialización Internacional* ya que ofrece la oportunidad de recibir múltiples beneficios económicos, tributarios y cambiarios que permiten fortalecer la organización, debido a esto, se considera importante conocer los requisitos que debe cumplir la empresa para consolidarse o constituirse como Comercializadora Internacional y a su vez dar a conocer los beneficios y obligaciones que adquiere con ello. (ProColombia, 2019)

Una Comercializadora Internacional, es aquella persona jurídica cuyo objetivo social es servir de instrumento de apoyo a las exportaciones, orientando sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos, para lo cual se requiere contar con la inscripción ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (ProColombia, 2019)

Formar una Sociedad de Comercialización Internacional trae beneficios tales como: comprar o adquirir bienes en el mercado nacional exentos del pago de Impuestos al Valor Agregado y del impuesto de retención en la fuente por mercancía destinada a la exportación,

beneficiarse de líneas de crédito de Bancoldex, acceder directa o indirectamente a los sistemas especiales de importación y exportación.

4.2.1.1. Marco normativo de una Comercializadora internacional.

- **Ley 67 de 1979:** Por la cual se crean incentivos a sociedades que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior.
- **Estatuto Tributario Art. 479 y 481:** Por el cual se establece la exención de IVA en las ventas a Sociedades de Comercialización Internacional.
- **Decretos 1727 y 2766 de 2012:** Por los que se adiciona y modifica el Decreto 2685 de 1999, actualizando el marco normativo que regula estas sociedades.
- **Resolución 009 de 2013**
- **Resoluciones 106 y 107 de 2013:** Por las que se prescribe un nuevo formato de certificado al proveedor y establece la forma, contenido y términos para su expedición. (ProColombia, 2019)

4.2.1.2. Requisitos para ser una Comercializadora Internacional.

Como Persona Jurídica se debe constituir mediante escritura pública como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. de acuerdo a lo establecido en el Código de Comercio (Anónima, Limitada, E.U. etc.)

La constitución deberá hacerse teniendo en cuenta los requisitos de que trata el Artículo 1° del Decreto 1740 del 3 de agosto de 1994, modificado parcialmente por el Decreto 093 del 20 de enero de 2003, de la siguiente manera:

- **Razón Social:** Las Sociedades de Comercialización Internacional C.I. inscritas ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo tendrán la obligación de utilizar en

su Razón Social la expresión Sociedad de Comercialización Internacional o también, si lo prefieren, pueden utilizar la sigla C.I.

- **Objeto Social Principal:** Deberá comenzar con el siguiente texto: Que tengan por objeto principal la comercialización y venta de productos colombianos en el exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas. El resto del Objeto Social lo elabora la empresa, de acuerdo con sus intereses y actividades específicas.
- Registrar la Sociedad ante la Cámara de Comercio.
- Obtener el NIT y que en este relacione y coincida la Razón Social con el inscrito en el Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Poseer un patrimonio neto cuyo valor sea igual o superior a nueve mil (9.000) Unidades de Valor Tributario - UVT, de conformidad con el artículo 868 del Estatuto Tributario. En el caso de la Sociedad de Comercialización Internacional que sea constituida en el mismo año en que presenten la solicitud de autorización, bastará con que acrediten que su patrimonio neto contable es igual o superior al indicado en el presente numeral.
- Diligenciar completamente el formulario de solicitud de inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional C.I.
- Elaborar el documento Estudio de Mercados. (ProColombia, 2019)

4.2.1.3 Obligaciones de una Comercializadora Internacional.

- Fabricar o producir mercancías destinadas al mercado externo o comprarlas a los productores nacionales para posteriormente exportarlas dentro de los términos y condiciones que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- Expedir el certificado al proveedor CP en la forma establecida por la DIAN.

- Exportar dentro del término legal, las mercancías sobre las cuales se expidan certificados al proveedor, seis meses siguientes a la fecha de expedición del CP.
- Presentar los informes de compras y exportaciones dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (ANUAL, dentro de los tres (3) primeros meses del año calendario siguiente).
- Presentar a la DIAN la relación de los certificados al proveedor dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos Nacionales. (CUATRIMESTRAL).
- Responder por la veracidad y exactitud de los datos consignados en los Certificados al Proveedor. Utilizar el código de registro asignado a la sociedad para adelantar los trámites y refrendar documentos ante la DIAN.
- Asistir a la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la DIAN, permitir, facilitar y colaborar con la práctica de estas.
- Contar con los equipos de cómputo y de comunicaciones que le permitan su conexión con el sistema informático aduanero; así como facilitar la instalación o disposición de los equipos que requiera la DIAN.
- Establecer mecanismos de control que les permita asegurar una relación contractual transparente con sus proveedores en el territorio nacional. Por tal razón, se debe tener soportada la siguiente información como conocimiento del Proveedor: Certificado de la existencia de la persona natural o jurídica. Nombre y apellidos completos y/o razón social. Dirección y teléfonos. Profesión o actividad económica. Capacidad financiera y de producción. (ProColombia, 2019)

4.2.2. Direccionamiento estratégico.

El direccionamiento estratégico se define como la formulación de las finalidades y propósitos de una organización o proyecto, donde se consignan los objetivos definidos para un

largo plazo que apuntan a la perdurabilidad, sostenibilidad y crecimiento de la misma que sirve de marco referencial para los objetivos y lineamientos consagrados en el plan estratégico.

Contiene los términos de referencia con un alcance mucho mayor que los proyectos detallados en cada una de ellas para cumplir responsabilidades específicas y limitadas a su campo especializado de acción, desarrollando una imagen asociada de futuro con diferentes niveles o modelos que van desde lo general a lo particular desde el punto de partida en la misión hasta el cumplimiento total en el tiempo futuro de la visión estipulada. (Businometrics, 2018)

4.2.2.1 Misión

Comercializar internacionalmente bolsos de cuero femeninos con excelentes estándares de calidad, impulsando el desarrollo de la industria manufacturera colombiana a través del reconocimiento que obtendrán gracias a la exportación de estos productos.

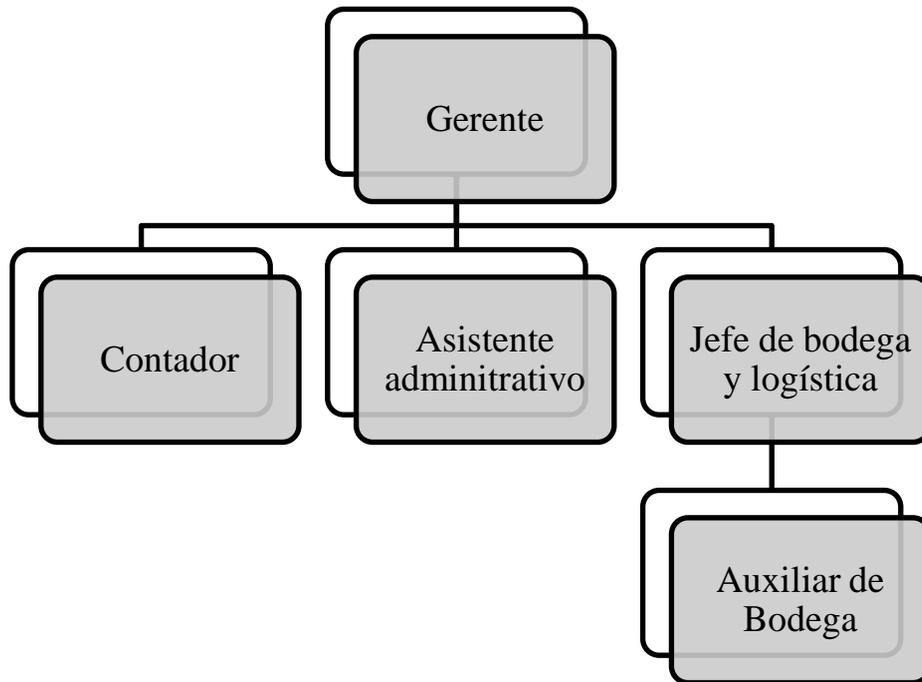
4.2.2.2 Visión

Ser la mejor opción del mercado internacional, para acceder de manera confiable, fácil y a excelente precio a bolsos colombianos hechos en cuero brindando calidad y originalidad.

4.2.2.3 Estructura organizacional

La importancia de una buena estructura organizacional radica en que las empresas con una clara estructura obtienen beneficios al tener establecida la cantidad de recurso humano que requieren para poder llevar a cabo sus funciones, tienen delimitadas las responsabilidades y los responsables de cada área o proceso, así como sus superiores y logran que la empresa sea más eficiente y más productiva cumpliendo con los objetivos de la misma.

Ilustración 2. Organigrama



4.2.3.1 Definición de cargos y funciones.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Área administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Junta de socios
Requisitos Mínimos	
Formación académica:	Profesional en carrera Administración En Finanzas Y Negocios Internacionales o afines
Experiencia:	2 años de experiencia en operaciones internacionales Inglés B2. Tolerancia al trabajo en equipo y bajo presión.
Objetivo Principal	
Dirigir y controlar las actividades administrativas y operativas, suscribir los actos administrativos y contratos, evaluar y controlar el funcionamiento general de la comercializadora y orientar el desarrollo de las demás funciones conforme a las disposiciones legales y estatutarias reglamentarias	

Funciones del Cargo

1. Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo de la empresa de acuerdo con los planes y programas establecidos, teniendo en cuenta los perfiles que hay dentro de la organización, las características del entorno y las condiciones internas.
2. Velar por la utilización eficiente de los recursos, técnicos, financieros y talento humano de la entidad y por el cumplimiento de metas y programas aprobados por la Junta Directiva.
3. Liderar y velar por el cabal cumplimiento del proceso administrativo en cada uno de los niveles de administración y operación de la comercializadora.
4. Ejercer supervisión y control sobre las unidades administrativas, operativas y de ventas sobre los programas y proyectos de la comercializadora.
5. Dirigir el funcionamiento general de la comercializadora y presentar al respecto los informes requeridos de la junta de socios.
6. Dirigir la empresa manteniendo la unidad de procedimientos e intereses en torno a la misión y objetivos.
7. Cumplir y hacer cumplir las normas legales, estatutarias y reglamentarias vigentes y ejecutar las decisiones tomada por la junta de socios.
8. Velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen a la empresa.
9. Presentar a la junta de socios el proyecto de presupuesto de rentas y gastos de la comercializadora y ejecutarlo una vez sea expedido por dicho ente.
10. Suscribir los contratos y convenios y expedir los actos que sean necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la comercializadora, acogiéndose a las disposiciones legales vigentes.
11. Velar por la preservación y acrecentamiento del patrimonio material y económico de la comercializadora.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Contador
Dependencia:	Área administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Formación académica:	Profesional o técnico en contaduría.
Experiencia:	1 año de experiencia
Objetivo Principal	
Asistir a la Gerencia en tareas financieras y contables, como también colaborar en la empresa con el propósito de optimizar la gestión financiera de la comercializadora. Se responsabilizará tanto de la parte operativa como del análisis e implementación de procesos y procedimientos en el área financiera.	

Funciones del Cargo

1. Supervisar y asegurar la correcta ejecución de los cierres contables.
2. Registro de los libros contables sistematizados a través de Excel u otro programa.
3. Contabilización de pagos de clientes y proveedores.
4. Conciliaciones bancarias y gestión de tareas de Tesorería.
5. Suministrar la información de archivo a las diferentes aéreas o personas debidamente autorizadas, llevando el control cuando estos documentos salgan del archivo, mediante el Formato de Entrega.
6. Mantener actualizado el control de estos formatos a fin de garantizar un adecuado flujo de los documentos.
7. Realizar el cuadro de caja correspondiente.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	Asistente administrativo
Dependencia:	Área administrativa
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente

Requisitos Mínimos

Formación académica:	Profesional o técnico en administración o carreras afines.
Experiencia:	1 año de experiencia Inglés B2

Objetivo Principal

Realizar actividades de apoyo administrativo con el objeto de facilitar la emisión de comunicación e información requerida por la Gerencia, presentar apoyo en las actividades administrativas, contables, financieras y operativas que se desarrollan en las distintas áreas de la comercializadora.

Funciones del Cargo

1. Realizar semanalmente el reporte de la rotación de cartera a gerencia.
2. Recibir los valores correspondientes a los recaudos hechos por la fuerza de venta y los transportadores, comparando los valores con los saldos existentes y los recibos provisionales.
3. Registros de gastos, manejo de cartera, elaboración de reportes, facturación y conciliaciones bancarias.
4. Recibir, entregar y radicar la correspondencia que entra o llega a la comercializadora.
5. Atender al público en general, personal y telefónicamente, suministrando la información requerida y recibiendo los mensajes respectivos, entregando o recibiendo la información o documentos solicitados y hacer los trámites administrativos que ello demande.
6. Imprimir los consolidados correspondientes.
7. Colaborar con el gerente en la programación y ejecución de las actividades de la comercializadora.
8. Gestión de cobranza telefónica.
9. Transcribir correspondencia, actas, circulares, contratos, informes, documentos en general y toda aquella documentación que requiera digitación.
10. Preparar respuesta de correspondencia de rutina. Incluye redactar cartas y documentos de

la comercializadora, según sea requerido.

11. Llevar registro de citas y reuniones a las cuales debe asistir la gerencia e informar día y hora de cumplimiento y ocurrencia; y cancelar las que le sean ordenadas.

12. Elaborar los pedidos de elementos requeridos para el normal funcionamiento de la oficina.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Jefe de bodega y logística
Dependencia:	Área comercial
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Formación académica:	Profesional en negocios internaciones o afines Especialización en logística o cadena de suministros Ingles B2
Experiencia:	2 año de experiencia en negocios internacionales
Objetivo Principal	
Coordinar y controlar todas las acciones y operaciones en la bodega de la empresa. Hacer un seguimiento de recepciones y despachos de productos y órdenes de compra.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar y ejecutar las políticas de manejo (entrada y salida) de mercancías en la bodega con el fin de llevar un control de los inventarios de los mismos. 2. Adoptar mecanismos eficientes para la conservación de los inventarios para evitar el deterioro o la pérdida de los mismos. 4. Controlar la elaboración de los documentos que sirven de base para la incorporación contable de las compras para organizar el archivo financiero de la institución. 5. Velar por la entrega oportuna y adecuada de las mercancías que estén facturadas a los clientes con el fin de evitar contratiempos. 6. Verificar que los cargues estén de acuerdo con las facturas y con el consolidado con el fin de llevar control sobre salidas de mercancías de la bodega. 7. Incluye recoger y entregar las mercancías o bienes adquiridos, verificando el cumplimiento de las características de especificación en la requisición o la orden de compra. 8. Controlar que las mercancías que ingresen a la bodega cumplan especificaciones de calidad y cantidad en la orden de compra. 9. Realizar seguimiento y acompañamiento al ayudante de bodega, reportando cualquier irregularidad a la gerencia. 10. Realizar informe mensual de las entradas, salidas y stop, con su respectiva valorización, y entregarlo a la gerencia administrativa y financiera. 11. Conservar los archivos según los procedimientos 	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Auxiliar de bodega
Dependencia:	Área comercial

Número de Cargos:	2
Reporta a:	Jefe de bodega
Requisitos Mínimos	
Formación académica:	Técnico
Experiencia:	1 año de experiencia
Objetivo Principal	
Participar en la recepción, almacenamiento y entrega de mercancías para las diferentes dependencias de la organización o para los clientes externos de la empresa, clasificando y ordenando los productos en la bodega según los métodos y procedimientos establecidos en la organización; además, de la mano del jefe de bodega realizar consolidados con las mercancías ingresadas y sacadas de la bodega, basándose en los datos establecidos en los inventarios.	
Funciones del Cargo	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar los pedidos de mercancías. 2. Colaborar con el Jefe de Bodega en la custodia y adecuada distribución de las mercancías solicitadas por los clientes. 3. Participar en la realización de los inventarios físicos en la bodega y realizar su comparación con los consolidados anteriores. 4. Revisar y embalar la mercancía. 5. Elaboración de comprobantes de salida de mercancías. 6. Cumplir con las demás funciones que le asigne el Jefe de Bodega y que estén de acuerdo con la naturaleza de su cargo. 	

4.2.3.2. Reglamento interno del trabajo.

Se encuentra en el anexo 1.

5. Estudio financiero.

A continuación, se determinará los costos fijos, variables y gastos de ventas administrativos, inversiones en los que se incurrirá en el presente proyecto con el fin de analizar la rentabilidad del mismo:

Tabla 8. Inversión en maquinaria y equipo

Detalle De Inversión	Cantidad	Costo Unitario (COP)	Costo Total (COP)	Vida Útil Años
Montacargas Hyster eléctrico	1	35.000.000	35.000.000	10
Empacadora al vacío	2	3.000.000	6.000.000	5
Selladora	2	150.000	300.000	5
Computador de escritorio	2	2.500.000	5.000.000	5
Impresora multifuncional	1	1.000.000	1.000.000	5
Teléfono	1	50.000	50.000	10
TOTAL			47.350.000	

Tabla 9. Inversión en muebles y enseres.

Detalle de inversión	Cantidad	Costo unitario (COP)	Costo total (COP)	Vida útil años
Silla profesional con brazos	2	109.000	218.000	10
Silla auxiliar	4	99.000	396.000	10
Escritorio de oficina	2	250.000	500.000	10
Total			1.114.000	

Tabla 10. Inversiones en activos intangibles

Detalle de inversión	Costo total
Estudio de factibilidad	650.000
Licencias y tramites	1.000.000
Montajes y puesta en marcha	500.000
Gastos de organización	200.000
Otros	200.000
Total inversión en activos intangibles	2.550.000

Tabla 11. Costo de mano de obra

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Costo Total (COP)
Mano de Obra Directa				
Jefe de bodega	1.000.000	12.000.000	5.972.736	17.972.736
Auxiliar de bodega (2)	1.656.232	19.874.784	10.363.224	30.238.008
Subtotal				48.210.744
Mano de Obra Indirecta				
Auxiliar de oficios varios	828.116	9.937.392	5.181.612	15.119.004
Subtotal				15.119.004
Total				63.329.748

Tabla 12. Costo De Servicios – Año 1

Servicios	Unidad De Medida	Cantidad	Costo Unitario (COP)	Costo Total (COP)
Energía	Kw / Hora	600	511,9	307.140
Acueducto y alcantarrillado	M ³	60	1.764	105.840
Servicio De Internet	Megas	40	5.200	208.000
Total				620.980

Tabla 13. Gastos por depreciación de activos

Activos	Costo del activo	Vida útil	1	2	3	4	5	Valor Residual
Montacargas Hyster eléctrico	35.000.000	10	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	17.500.000
Empacadora al vacío	3.000.000	5	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	-
Selladora	150.000	5	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	-
Silla profesional con brazos	109.000	10	10.900	10.900	10.900	10.900	10.900	54.500
Silla auxiliar	99.000	10	9.900	9.900	9.900	9.900	9.900	49.500
Escritorio de oficina	250.000	10	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	125.000
Computador de escritorio	109.000	5	21.800	21.800	21.800	21.800	21.800	-
Impresora multifuncional	99.000	5	19.800	19.800	19.800	19.800	19.800	-
Teléfono	250.000	10	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	125.000
TOTAL	39.066.000		4.242.400	4.242.400	4.242.400	4.242.400	4.242.400	21.212.000

Tabla 14. Gastos personal administrativo

Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Remuneración total anual (COP)
Gerente	2.000.000	24.000.000	9.205.284	33.205.284
Secretaria aux/ contable	828.116	9.937.392	5.181.612	15.119.004
Contador (pago por honorarios)	900.000	10.800.000	-	10.800.000
Total	3.728.116	44.737.392	14.386.896	59.124.288

Tabla 15. Otros gastos Administrativos.

Detalle	Costo Mensual (COP)	Costo Anual (COP)
Elementos de aseo	100.000	1.200.000
Papeleria	450.000	5.400.000
Industria y Comercio		900.000
	TOTAL	7.500.000

Detalle	Mensual (COP)	Observación
Publicidad	1.200.000	Redes sociales y Radio
Total anual	14.400.000	

Tabla 17. Amortización

Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos Preoperativos.	5	2.550.000	510.000	510.000	510.000	510.000	510.000
VALOR A AMORTIZAR			510.000	510.000	510.000	510.000	510.000

Tabla 18. Otros costos

Arriendo bodega	7.000.000 COP / 2,052 USD
Costo de compra por unidad	153.500 COP / 45,46USD
Costo de la mercancía	969.813.000 COP / 287.266 USD
Costo de transporte local (desde fábrica-Montería) y manejo.	5.295.150 COP / 1.568 USD
Reempaque de la mercancía	Bolsas 5.686.200 COP / 1.642 USD Cajas 232.100 COP / 67,52 USD
Acarreo local (Montería – Cartagena) y embarque	4.056.496 COP / 1.201 USD
Transporte internacional + flete marítimo	Contenedor 40” 3.299,18 USD
Seguro internacional	1.789 USD
Gastos de despacho nacional	900 USD
Acarreo Local (Nueva York)	1.106 USD

Tabla 19. Distribución de costos ExWorks primer año (COP)

DETALLE	COSTOS	COSTOS FIJOS Y VARIABLES	
		Costos Fijos	Costos Variables
COSTOS DE VENTA			
Mano de obra directa	48.210.744	X	
Mano de obra indirecta	15.119.004	X	
Servicios	620.980		X
Transporte de fábrica hasta la bodega	35.400.000		
Reempaque	193.032.000		
SUBTOTAL	292.382.728		
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Gastos de personal	59.124.288	X	
Otros gastos administrativos	7.500.000	X	
Amortización.	510.000	X	
Depreciación	42.020.667	X	
SUBTOTAL	109.154.954,67		
GASTOS DE VENTA			
Publicidad	14.400.000	X	
SUBTOTAL	14.400.000,00		
TOTAL	415.937.682,67		

Con esta información se procede a analizar el precio de venta según cada Incoterm pero para un mejor manejo de los valores se empezará a utilizar la moneda local de Nueva York, dólares. Se tiene en cuenta las unidades que se deben vender mensualmente y anualmente para satisfacer el nicho de mercado elegido y que anteriormente se planteó. Estas son 7660 unidades mensuales, con una TRM fija de 3410 pesos colombianos.

5.1. Precio de venta según incoterms

Precio Ex Works (USD)			
	Total unidades	Por unidad	Cantidad de unidades
Precio de compra bolsos de cuero	343.689,15	44,87	7.660
Costos			
Transporte fábrica-bodega	865,10	0,11	7.660
Mano de obra directa	2.623,05	0,34	7.660
Servicios	90,91	0,01	7.660
Reempaque (Bolsas + cajas)	4.717,30	0,62	7.660
Amortización	12,46	0,0016	7.660
Depreciación	103,68	0,01	7.660
Costo Ex Works - utilidad	352.101,65	45,97	7.660
Precio Ex Works + Utilidad	440.127,06	57,46	7.660

Precio FOB(USD)			
	Total unidades	Por unidad	Cantidad de unidades
Costo Ex Works - utilidad	352.101,65	45,97	7.660
Contenedor 40"	800,00	0,10	7.660
Acarreo local y embarque	1.201,00	0,16	7.660
Gastos de despacho	900,00	0,12	7.660
Costo FOB - utilidad	355.002,65	46,34	7.660
Precio FOB + Utilidad	443.753,31	57,93	7.660

Precio CIF (USD)			
	Total unidades	Por unidad	Cantidad de unidades
Costo FOB - utilidad	355.002,65	46,34	7.660
Transporte y flete internacional	3.300,00	0,43	7.660
Seguro internacional	1.775,01	0,23	7.660
Costo CIF - utilidad	360.077,66	47,01	7.660
Precio CIF + utilidad	450.097,08	58,76	7.660

Precio ExFactory (USD)			
	Total unidades	Por unidad	Cantidad de unidades
Costo CIF - utilidad	360.077,66	47,01	7.660
Gastos de despacho	1.230,00	0,16	7.660
Acarreo local	1.106,00	0,14	7.660
Costo ExFactory – utilidad	362.413,66	47,31	7.660
Precio ExFactory + utilidad	453.017,08	59,14	7.660

5.2 Estados de resultado según Incoterms

El principal objetivo del estado de resultados es medir el desempeño de todas las operaciones efectuadas por la empresa en un periodo de tiempo determinado, lo cual se logra al relacionar los ingresos alcanzados con los gastos en los que se incurre para lograr los objetivos de la empresa. Se presentarán en dólares estadounidenses.

Estado de resultado Ex Works (USD)		
	Mensual	Año 1
Ingreso por ventas	440.127,06	5.281.524,72
(-) Costo de venta	352.101,65	4.225.219,77
(-)Costos operativos	10.348,36	124.180,31
Utilidad operativa	77.677,05	932.124,63
(-)Gastos	116,14	1.393,67
Utilidad antes de impuestos	77.560,91	930.730,96
Impuestos	-	-
Utilidad neta	77.560,91	930.730,96

Estado de resultado FOB (USD)		
	Mensual	Año 1
Ingreso por ventas	443.753,31	5.325.039,72
(-) Costo de venta	355.002,65	4.260.031,77
(-)Costos operativos	10.348,36	124.180,31
Utilidad operativa	78.402,30	940.827,63
(-)Gastos	116,14	1.393,67
Utilidad antes de impuestos	78.286,16	939.433,96
Impuestos	-	-
Utilidad neta	78.286,16	939.433,96

Estado de resultado CIF (USD)		
Ingreso por ventas	450.097,08	5.401.164,92
(-) Costo de venta	360.077,66	4.320.931,93
(-)Costos operativos	10.348,36	124.180,31
Utilidad operativa	79.671,06	956.052,67
(-)Gastos	116,14	1.393,67
Utilidad antes de impuestos	79.554,92	954.659,00
Impuestos	-	-
Utilidad neta	79.554,92	954.659,00

Estado de resultado EXFACTORY (USD)		
Ingreso por ventas	453.017,08	5.436.204,92
(-) Costo de venta	360.077,66	4.320.931,93
(-)Costos operativos	10.348,36	124.180,31
Utilidad operativa	82.591,06	991.092,67
(-)Gastos	116,14	1.393,67
Utilidad antes de impuestos	82.474,92	989.699,00
Impuestos	-	-
Utilidad neta	82.474,92	989.699,00

Tenemos que en cualquiera incoterms de lo presentados que se elija se obtiene una utilidad neta positiva lo que indica después de restar los costos y gastos operativos y no operativos se cuenta con un margen de utilidad que beneficia a los inversores.

Se pasa ahora a obtener los datos necesarios para la evaluación financiera de la exportación.

Tabla 20. Presupuesto de ventas proyectadas				
AÑO	Detalle	Cantidad de unidades	Valor venta unitario (USD)	Valor Total (USD)
1	Bolsos de cuero	91.920	57,46	5.281.524,72
2	Bolsos de cuero	93.758	59,43	5.571.934,64
3	Bolsos de cuero	95.634	61,47	5.878.313,03
4	Bolsos de cuero	97.546	63,58	6.201.537,96
5	Bolsos de cuero	99.497	65,76	6.542.535,72

Tabla 21. Presupuesto costos y gastos operacionales (USD)

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos de compra	4.124.270	4.206.755	4.290.890	4.376.708	4.464.242
Costos y gastos operacionales	99.556	104.962	110.662	116.671	123.006
Total Costos Operacionales	4.223.826	4.311.717	4.401.552	4.493.379	4.587.248

Tabla 22. Flujo neto operacional (USD)

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Total Ventas	5.281.524,7	5.571.934,6	5.878.313,0	6.201.538	6.542.535
Total Costos y Gastos Operacionales	4.223.826,1	4.311.717,4	4.401.552,0	4.493.378	4.587.248
Utilidad Operacional	1.057.698,6	1.260.217,2	1.476.761,1	1.708.159	1.955.287
Menos Impuestos	-	-	-	-	-
Utilidad Neta	1.057.698,6	1.260.217,2	1.476.761,1	1.708.159	1.955.287
Mas depreciación	1.244,1	1.311,7	1.382,9	1.458,0	1.537,1
Mas Amortización	149,6	156,3	163,3	170,7	178,4
Flujo Neto Operacional	1.059.092,3	1.261.685,2	1.478.307,3	1.709.787	1.957.003

Tabla 23. Costos de Operación Capital de Trabajo (USD)

	Días / Año	Costo Operación Día	Días / Recuperación	Costo de Operación
Costo de Operación año	360	11.823,56	120	1.418.827,67

Tabla 24. Proyección del Capital de Trabajo (USD)

1418827,667	0,0543	77042,3423	Año 1
1495870,009	0,0543	81225,74149	Año 2
1577095,75	0,0543	85636,29925	Año 3
1662732,05	0,0543	90286,3503	Año 4
1753018,4	0,0543	95188,89912	Año 5

Tabla 25. Flujo neto de inversión (USD)

Detalle	Años					
	-	1	2	3	4	5
Inversión fija	(14.212)					
Capital de trabajo	(1.418.828)	77.042	81.226	85.636	90.286	95.189
Valor residual						5.236
Flujo neto de inversión	1.433.040	(77.042)	(81.226)	(85.636)	(90.286)	100.425

Tabla 26. Flujo Financiero Neto del Proyecto (USD)

Detalle	Años					
		1	2	3	4	5
Flujo Neto de inversión	(1.433.040)	(77.042)	(81.226)	(85.636)	(90.286)	95.189
Flujo Neto de Operación		1.059.092	1.261.685	1.478.307	1.709.788	1.957.003
Flujo Financiero Neto del Proyecto	(1.433.040)	982.050	1.180.459	1.392.671	1.619.502	2.052.192

Ahora bien, con los datos obtenidos para obtener el flujo neto financiero del proyecto, se puede hacer una evaluación de la estructura financiera del proyecto de exportación:

Datos para el Análisis

	Importe						
Inversión	\$	1.433.040					
	Inversión		Años				
Flujo Financiero Neto del Proyecto			1	2	3	4	5
	-\$	1.433.040	\$ 982.050	\$ 1.180.459	\$ 1.392.671	\$ 1.619.502	\$ 2.052.192

Calculo para el V.P.N, la T.I.R, y la R C/B

Tasa de Descuento	20%	
V.P.N	\$ 3.584.319	Valor positivo, inversión (en principio) factible
T.I.R	78,8%	Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible
R C/B	2,47	

Teniendo en cuenta los anteriores resultados se llega a las siguientes consideraciones:

- El valor presente neto positivo indica que el dinero invertido en el proyecto renta a una tasa superior a la tasa de interés de oportunidad lo que es favorable.
 - La Tasa Interna de Retorno –TIR– representa la rentabilidad que genera un proyecto. Mide la rentabilidad de una inversión, en este caso es del 78,8% lo que indica un gran margen de rentabilidad en el proyecto.
 - La relación Costo-beneficio es igual a 2,47 que al ser mayor que 1 se puede afirmar que la empresa seguirá siendo rentable en los próximos 5 años.
- Asimismo, a modo de análisis, podemos decir que por cada 2 dólares que se invierta en la empresa se obtendrá una ganancia de 0.47 dólares.

6. Impacto económico, social y ambiental.

La creación de una Comercializadora Internacional de bolsos de cuero, generará un aporte a la economía colombiana, creando empleo e incentivando el crecimiento de las exportaciones.

Un crecimiento de las actividades de comercio internacional requerirá una mayor inversión a nivel de comunicaciones terrestres, marítimas, aéreas. Lo que podemos observar con la creación del puerto ubicado en Urabá, que según el Ministerio de Transporte, la construcción, operación y mantenimiento beneficiará el comercio exterior, mejorando las capacidades logísticas y generando empleo.

A través del tiempo, el Comercio Internacional ha sido labor fundamental para que los países puedan obtener niveles adecuados de crecimiento y desarrollo económico y social vía intercambio económico, comercial, financiero, político, cultural, deportivo, tecnológico, y demás, que hace que las naciones puedan destacarse por su propia producción destinada al intercambio en aras de obtener apreciables utilidades con tales transacciones, instrumento ideal para: promover los incrementos en productividad; fabricar con bajos costos todo lo que se necesita; dedicarse a producir principalmente lo que se hace con más eficiencia; abrir el camino a la especialización en el trabajo, los negocios y la producción; ampliar los mercados; acceder a la internacionalización, a la apertura, al libre comercio, y en fin, a utilizar cualquier estrategia tendiente a insertar activamente a las naciones en la economía mundial, promoviendo – para cada una – la obtención de los mejores resultados posibles. (Sánchez González, 2015)

La importancia de la creación de esta comercializadora internacional se debe a la gestión que estas realizan en el campo de las exportaciones, puesto que brindan la oportunidad

de agrupar a varios proveedores de un mismo sector y sirven de canal para investigar mercados, buscar nuevas oportunidades de negocios, asesorar en adecuación de productos y exportar como mayoristas en mercados o “nichos” exigentes y puntuales, impulsando de esta manera la cuota de producción nacional para exportación. (Universidad ICESI, 2016)

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en Colombia existen registradas más de 2600 empresas, empresas comercializadoras internacionales, la mayoría dedicadas al sector minero, textil confecciones, floricultura, bananos entre otros. Vale mencionar que de las principales 115 empresas exportadoras colombianas, en general, 14 son CI, es decir que cerca del 10% de las principales exportaciones colombianas se realizan bajo la figura de CI. (Universidad ICESI, 2016)

Ahora, haciendo referencia a la relación del producto a exportar y el medio ambiente, se conoce que la industria del cuero es una de las más señaladas, por parte de las organizaciones ecologistas del mundo, debido a su elevada capacidad contaminante y al significativo impacto ambiental que ocasiona, sobre todo cuando motiva la cacería indiscriminada de especies animales en peligro de extinción.

Por otro lado resulta innegable que al encontrarse vinculada con la actividad de producción de carne, el aprovechamiento de la piel como subproducto puede ser entendido como una contribución con el medio ambiente.

Sin embargo, aunque los elementos de mayor impacto surgen durante el proceso de curtición, se sabe que es posible minimizarlos en gran medida, a través de distintas precauciones, las cuales más que necesarias resultan de indispensable exigencia por parte de los organismos públicos encargados de la legislación ambiental de cada país.

Si bien la empresa no se dedicaría a la producción de los bolsos de cuero sino solo su comercialización. Se pretende ayudar con la huella ambiental contratando proveedores que practiquen en sus procesos productivos técnicas para ecológicas. Que cuenten con una Responsabilidad Social Empresarial sólida capaz de devolverle a la comunidad y al ambiente parte de los beneficios que están obteniendo de estas.

7. Conclusiones.

La comercializadora internacional propuesta, ofrece bolsos femeninos de cuero de la posición arancelaria 4202.21.00.00 Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado, exportados desde Montería, Colombia en cajas de cartón de 15 kilogramos a importador ubicado en la ciudad de Nueva York, que se encargue de la posterior distribución del producto.

Estos bolsos de origen colombiano por su precio y calidad podrán ser posicionados en un segmento de precios para el consumidor final entre 60 y 70 dólares por unidad para el consumidor final, precio con el cual podrá competir en el mercado Neoyorquino.

Tal como lo muestra la evaluación financiera del proyecto se obtuvo como resultado un Valor presente neto positivo (3.584.319 USD), lo que indica que cumple con el objetivo de maximizar la inversión, cumpliendo de igual forma con las expectativas de retorno al obtener una TIR positiva (78,8%) y una relación costo-beneficio (2,47 USD), que se obtendrá una ganancia aproximada de 2 USD por cada unidad de bolso vendido.

Con respecto retorno de capital de trabajo se espera que se obtenga en un periodo no mayor a 120 días ya que se trata de una comercializadora internacional.

El modelo de negocio para esta empresa exportadora define el producto como bolsos de cuero femenino, con unas medidas de 20 cm de largo, 13 cm de alto y 9 de ancho; El mercado es el de mujeres en Nueva York, entre 20 y 44 años; el mecanismo de negociación será de forma directa entre la comercializadora internacional colombiana y el importador del mercado objetivo. Se ofrecen los términos de negocios: ExWorks, FOB, CIF y ExFactory.

8. Recomendaciones.

Se describirán ahora las recomendaciones que surgieron ante las conclusiones del presente proyecto:

- Contactar con proveedores colombianos de bolsos de cuero confiables que se comprometan con la producción de los mismos, para evitar el abastecimiento y cumplir con el objetivo de unidades a exportar.
- Buscar contactos a nivel internacional que promuevan la asociatividad con la comercializadora.
- Para la fijación del precio tener en cuenta el precio del mercado objetivo con respecto a los bolsos de cuero de gama media.
- Crear una política para la promoción de las ventas.
- Se recomienda finalmente crear la comercializadora internacional ya que ha demostrado ser viable, rentable y estar listo para su inmediata aplicación en caso de que sea requerido.

9. Anexos

Anexo 1

Reglamento interno del trabajo

De acuerdo con los art.104 y siguientes del Código sustantivo del trabajo, están obligados a tener un reglamento interno de trabajo todos los empleadores (personas naturales o jurídicas) que ocupen a más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente, si la empresa es comercial; o las que ocupen a más de diez (10), si la empresa es industrial; o las que ocupen a más de 20, si la empresa está dedicada a actividades agrícolas, ganaderas o forestales.

CAPÍTULO I

ART. 1º—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la comercializadora internacional domiciliada la ciudad de Montería 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 comercializadora 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. 7º—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. 6º).

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

ART. 8º—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:

1:00 p.m. a 5:00 p.m.

Sábado

Mañana:

8:00 a.m. a 12:00 m.

Hora de almuerzo:

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

Tarde:

1:00 p.m. a 5:00 p.m.

Con períodos de descanso de diez minutos.

PAR.—Para las empresas que laboran el día domingo. 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.

CAPÍTULO V

Las horas extras y trabajo nocturno

ART. 9°—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.

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. 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 1º 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. 1º).

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:

Mensuales.

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 expresado en el organigrama organizacional

PAR.—De los cargos mencionados, tienen facultades para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores de la empresa: El gerente y el jefe de bodega.

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 7° 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: gerente, quien los oirá 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 comercializadora 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 tuvieron 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 2º del artículo 9º 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.

10. Bibliografía

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2010). Recuperado el 10 de Octubre de 2019, de <https://definicion.de/exportacion/>
- ACICAM. (Junio de 2019). *ACICAM*. Recuperado el 12 de Octubre de 2019, de [file:///C:/Users/Angelica/Downloads/comovaelsector_JUNIO-2019%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Angelica/Downloads/comovaelsector_JUNIO-2019%20(2).pdf)
- American FactFinder. (2016). *Annual Survey of Manufactures: Industry-Product Analysis: Industry-Product Analysis Industry Shipments by Products and Receipts for Services: 2016*. Obtenido de 2016 Annual Survey of Manufactures: <https://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?src=bkmk#>
- Argudo, C. (3 de septiembre de 2017). *Segmentacion psicografica*. Obtenido de *Emprende Pyme*: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-segmentacion-psicografica.html#:~:text=Los%20rasgos%20psicogr%C3%A1ficos%20hacen%20referencia,basados%20en%20caracter%C3%ADsticas%20de%20personalidad.>
- Baca Urbina, G. (2018). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Blog de gestion de proyectos. (2018). *Blog de gestion de proyectos*. Obtenido de Características del Método cuantitativo: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>
- Bonta, F., & Mario, F. (s.f.). *Curso pratico de tecnicas comerciales*. Nueva Lente.
- Bounocore, D. (1980). *Diccionario de Bibliotecología*. Buenos Aires.
- Businometrics. (4 de Mayo de 2018). *Direccionamiento estratégico*. Obtenido de Businometrics: <https://businometrics.wordpress.com/2018/05/04/la-importancia-del-direccionamiento-estrategico-y-sus-componentes/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 08 de Octubre de 2019, de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2016/Junio/Cuero-Calzado-y-Marroquineria-sector-de-talla-mundial>
- COFIDE capacitación empresarial. (2019). *COFIDE capacitación empresarial*. Recuperado el 08 de Octubre de 2019, de <https://www.cofide.mx/blog/incoterms-que-son-y-para-que-sirven>
- ConceptoDefinición. (18 de Julio de 2019). *ConceptoDefinición*. Recuperado el 09 de Octubre de 2019, de <https://conceptodefinicion.de/mercancia/>

- Contexto Ganadero. (27 de Mayo de 2019). *CONtextoganadero*. Recuperado el 12 de 10 de 2019, de <https://www.contextoganadero.com/reportaje/en-2019-industria-del-cuero-solo-ha-crecido-09-segun-presidente-de-acicam>
- Dávila Newman, G. (2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y*. Obtenido de Laurus, Revista de educación: <https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>
- Directorio de Fábricas. (2019). *Fábricas de bolsos en Colombia*. Obtenido de <https://www.directoriodefabricas.com/colombia/fabricantes-bolsos-en-colombia.html>
- Flexport. (2019). *U.S Import and Export Data*. Obtenido de Flexport: <https://www.flexport.com/data/hs-code/420221-handbags-surface-of-leather-or-composition-leather>
- Foro Marketing. (2017). *Productos sustitutos*. Obtenido de Foro Marketing: <https://www.foromarketing.com/diccionario/productos-sustitutivos/#:~:targetText=Productos%20sustitutivos,otro%20cuando%20lo%20crea%20oportuno>.
- Fox, D. J. (1981). *El proceso de investigación en educación*.
- Grand View Research. (2019). *Handbag Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Tote Bag, Clutch, Satchel), By Raw Material (Leather, Fabric), By Distribution Channel (Offline, Online), By Region, And Segment Forecasts, 2019 - 2025*. Obtenido de Grand View Research: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/handbag-market>
- Morales, C. (2010). *Estudio organizacional y legal*. Obtenido de Formulación y evaluación de proyectos: https://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf
- Mosquera Restrepo, C. A., Osorio Valencia, J., & Sánchez Ruíz, D. (Noviembre de 2005). *Universidad San Buenaventura*. Recuperado el 24 de Octubre de 2019, de <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/37580.pdf>
- Pérez Juste, R. (1991). *Pedagogía experimental. La medida en educación*. 106.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2011). *Definición.De*. Recuperado el 04 de Octubre de 2019, de <https://definicion.de/cuero/>
- Portafolio. (09 de Febrero de 2017). *Portafolio*. Recuperado el 10 de Octubre de 2019, de <https://www.portafolio.co/negocios/produccion-de-calzado-aumento-en-2017-503271>
- Portafolio. (09 de Febrero de 2017). *Portafolio*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de <https://www.portafolio.co/negocios/produccion-de-calzado-aumento-en-2017-503271>

- Portal Santander . (Abril de 2019). *Estados Unidos: Política y Economía*. Obtenido de Santander TradePortal: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- PROCOLOMBIA. (2018). *PROCOLOMBIA*. Recuperado el 11 de Octubre de 2019, de <http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-opportunidades/la-industria-del-cuero>
- PROCOLOMBIA. (2018). *PROCOLOMBIA*. Recuperado el 05 de Octubre de 2019, de <http://tlc-eeuu.procolombia.co/opportunidades-por-sector/prendas-de-vestir/cuero-y-sus-manufacturas>
- ProColombia. (4 de enero de 2019). *Sociedad de Comercialización internacional*. Obtenido de Pro-Colombia: <http://www.procolombia.co/publicaciones/sociedad-de-comercializacion-internacional>
- QuestionPro. (2017). *Segmentacion demografica*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-demografica.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20segmentaci%C3%B3n%20de%20mogr%C3%A1fica,%2C%20religi%C3%B3n%2C%20ocupaci%C3%B3n%2C%20etc>
- QuestionPro. (2017). *Segmentacion geografica*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-geografica.html#:~:text=La%20segmentaci%C3%B3n%20geogr%C3%A1fica%20hace%20referencia,ubicaci%C3%B3n%20f%C3%ADsica%20de%20las%20personas>.
- Sánchez González, J. M. (Febrero de 2015). *Comercio Internacional*. Obtenido de Centro Iberoamericano de Estudios Internacionales: <https://www.fundacioncibei.org/la-importancia-del-comercio-internacional-una-breve-referencia-descriptiva/>
- Santander Trade. (2019). *Trámites para exportar a Estados Unidos*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/estados-unidos/exportacion-de-productos>
- Spain Exchange. (2016). *Actividad económica de Estados Unidos*. Obtenido de Spain Exchange US economy: <https://www.spainexchange.com/es/guia-paises/US-economy.htm>
- Tamayo Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (Cuarta ed.). Ciudad de México: Limusa S.A de C.V.
- The NPD group. (2016). *The Millennial Consumer's Handbag Shopping Journey is More Like Buying a Car than Clothing, Reports NPD*. Obtenido de The NPD group: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2016/the-millennial-consumers-handbag-shopping-journey-is-more-like-buying-a-car-than-clothing/>

Thompson, Ivan. (Agosto de 2005). *Segmentacion del mercado*. Obtenido de Promonegocios:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

Universidad ICESI. (2016). *Comercializadora internacional*. Obtenido de Consultorio exterior: <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/08/01/7/>

US CENSUS BUREAU. (2018). *Sexo por edad American Community Survey*. Obtenido de US Census Bureau:
https://censusreporter.org/data/table/?table=B01001&geo_ids=16000US3651000&primary_geo_id=16000US3651000

WordReference. (s.f). *WordReference*. Recuperado el 08 de Octubre de 2019, de <https://www.wordreference.com/definicion/bolso>