

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE
FLORES EN EL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE LORICA CÓRDOBA AÑO 2020**

AUTORA:

LIZ YANETH LÓPEZ PADILLA

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURIDICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE
FLORES EN EL MUNICIPIO DE SANTA CRUZ DE LORICA CÓRDOBA AÑO 2020**

MÓDULO DE MERCADO, TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

AUTORA:

LIZ YANETH LÓPEZ PADILLA

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ADMINISTRADOR EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

ASESOR: NESTOR VANEGAS BUELVAS

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURIDICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme bendecido con el don de la vida, guiarme a lo largo de toda mi existencia. Por ser mi apoyo y fortaleza en esos días difíciles en los que creía desistir.

A mi Familia.

Por su paciencia, comprensión y motivación que me brindan cada día. Por formarme con disciplina y algunas libertades, gracias a su confianza me he formado como una persona valiente, fuerte y honesta consigo misma.

AGRADECIMIENTOS

A DIOS.

Principalmente a él por permitirme llegar hasta al final de esta meta en mi vida, por darme la sabiduría, paciencia, comprensión. Igual agradezco a mi mamá, mi papá, hermano, mi tía, mi abuela y demás familiares que me acompañaron a lo largo de este camino; sé lo importante que es para ustedes este logro en mi vida.

A la Universidad de Córdoba y Cuerpo Docente.

Por darme la oportunidad de formar parte de esta familia y llevarme esta linda experiencia, por permitir que surgieran buenos lazos de amistad. Agradezco al cuerpo docente por dedicación y empeño al momento de orientarme a lo largo de esta carrera, por sus buenas anécdotas, por sus correcciones y buenos consejos.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	5
LISTA DE TABLAS	9
LISTA DE GRAFICOS	11
1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	14
3. REFERENTE TEORICO Y CONCEPTUAL.....	15
3.1 REFERENTE TEORICO.....	15
3.1.2 Creación de Empresa.	15
3.2 REFERENTE CONCEPTUAL.....	19
4. MODULO DE MERCADO	24
4.1 PRODUCTO	24
4.1.1 Características.....	24
4.1.2 Usos del producto.	26
4.1.3 Productos sustitutos.	26
4.1.4 Productos complementarios.....	26
4.2 CONSUMIDOR FINAL.....	26
4.3 DELIMITACIÓN DEL AREA GEOGRAFICA.	27
4.4 ANALISIS DE LA DEMANDA.	27

4.4.1 Cálculo del tamaño de la muestra.	27
4.4.2 Cuestionario.....	28
4.4.3 Calculo de la Demanda Actual.	29
4.4.4 Proyección de la Demanda Actual.....	29
4.5 ANALISIS DE LA OFERTA.	30
4.5.1 Cálculo de la Oferta Actual.	31
4.5.2 Proyección de la Oferta Actual.....	31
4.6 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE.	32
4.6.1 Tipo de Demanda.....	32
4.6.2 Proyección de la demanda insatisfecha	32
4.7 ANALISIS DE PRECIOS.	33
4.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	34
4.9 MERCADO DE INSUMOS.	34
5. MODULO TECNICO ORGANIZACIONAL	35
5.1 Tamaño del Proyecto.	35
5.1.1 Variables que Definen el Tamaño del Proyecto.	35
5.2 LOCALIZACIÓN.....	36
5.2.1 Estudio de Localización a nivel Macro.....	36
5.2.2 Estudio de Localización a nivel Micro.	38
5.3 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.	40

5.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN	41
5.4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.	42
5.5 NATURALEZA JURÍDICA.	42
5.6 SELECCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.	44
5.6.1 Especificaciones de las Maquinarias y Equipos.	45
5.7 MISIÓN	47
5.8 VISIÓN	48
5.9 ORGANIGRAMA.	48
5.10 MANUAL DE FUNCIONES	49
5.11 IMAGEN CORPORATIVA.	55
6 MÓDULOS DE IMPACTO ECONOMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL	56
7. ESTUDIO FINANCIERO.	57
7.1 INVERSIONES	57
7.2 COSTOS OPERACIONALES.	59
7.3 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.	66
7.4 PROYECCIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN	67
7.4.1 CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO.	67
7.5 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.	76
7.5.1 VALOR PRESENTE NETO:	76
7.5.2 RELACION BENEFICIO COSTO:	77

7.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO:	77
8. FUENTES DE FINANCIACIÓN.	79
9. CONCLUSIONES.....	80
10. RECOMENDACIONES	81
11. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	82
12. ANEXOS	85
12.1 MODELO DE ENCUESTA	85
12.2 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	87
12.3 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.....	98

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	29
Tabla 2	30
Tabla 3	31
Tabla 4	32
Tabla 5	33
Tabla 6	33
Tabla 7	37
Tabla 8	38
Tabla 9	44
Tabla 10	49
Tabla 11	50
Tabla 12	51
Tabla 13	52
Tabla 14	53
Tabla 15	54
Tabla 16	57
Tabla 17	57
Tabla 18	58
Tabla 19	58
Tabla 20	59
Tabla 21	60
Tabla 22	61
Tabla 23	61
Tabla 24	63
Tabla 25	63

Tabla 26	64
Tabla 27	64
Tabla 28	65
Tabla 29	67
Tabla 30	68
Tabla 31	69
Tabla 32	69
Tabla 33	69
Tabla 34	70
Tabla 35	70
Tabla 36	71
Tabla 37	71
Tabla 38	72
Tabla 39	72
Tabla 40	73
Tabla 41	87
Tabla 42	88
Tabla 43	89
Tabla 44	90
Tabla 45	92
Tabla 46	93
Tabla 47	95
Tabla 48	96

LISTA DE GRAFICOS

Grafico 1	34
Grafico 2	40
Grafico 3	41
Grafico 4	48
Grafico 5	87
Grafico 6	88
Grafico 7	90
Grafico 8	91
Grafico 9	92
Grafico 10	94
Grafico 11	95
Grafico 12	97

1. INTRODUCCIÓN

Santa Cruz de Lórica se encuentra ubicada al norte del departamento de Córdoba, en la zona baja del río Sinú y próxima al litoral del mar Caribe a una distancia de 29 kilómetros de Coveñas, 50 kilómetros de Tolú y 60 kilómetros de Montería. La cabecera municipal está localizada sobre la margen derecha del río Sinú. Límites del municipio: En el departamento de Córdoba Santa Cruz de Lórica limita con los siguientes municipios: Al norte: con San Antero, al sur: con San Pelayo. Cotorra, al este: con Momil, Purísima y Chimá y al oeste: con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos. Su extensión total es de 1033 km². Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 7Mts. sobre el nivel del mar, Temperatura media: 28° C. (Santa Cruz de Lórica, 2019).

Su base económica es la pesca, agricultura, ganadería y artesanías, pero en la actualidad estas no han tenido tanto auge como en décadas pasadas. Santa Cruz de Lórica se destaca por ser “La capital del bajo Sinú”; debido a su posición geográfica que conecta a varios municipios de la región, convirtiéndose en un gran corredor de personas, por lo cual el comercio es bastante concurrido. Sin embargo, existen diferentes productos y servicios que carecen de alta o mediana oferta, como lo son: las flores, servicios de pre bodas y demás, ya que las personas interesadas en estos productos, deben recurrir a diferentes ciudades del interior del país, como lo son Bogotá y Medellín, las cuales son unas de las ciudades con mayor producción de flores en Colombia. Ante lo anteriormente planteado se formuló la pregunta de investigación ¿Existen las condiciones en Santa Cruz de Lórica, para la creación de una empresa comercializadora de flores para el año 2020?

Se propone como objetivo general determinar mediante un estudio de factibilidad, la creación de una empresa comercializadora de flores en el municipio de Santa Cruz de Lórica – Córdoba, año 2020. Donde se pueda verificar que tan rentable es la creación de una empresa de este tipo.

Para esta investigación se pretende utilizar una metodología de tipo descriptiva que, “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere” (Arias, 2012), ya que la información que se obtendrá será cualitativa, mediante el cual se puede describir el comportamiento o estado de ciertas variables, que serán el objeto de estudio de dicha investigación. De igual manera implementando el método deductivo, ya que gracias a este se pueden deducir conclusiones lógicas respecto a las premisas propias referidas que ya se encuentren presentes con anterioridad y a su vez facilitando el proceso de investigación.

En conclusión, gracias al estudio de factibilidad se pudo establecer una nueva oportunidad de negocio. Para la creación de una empresa comercializadora de flores en el municipio de Santa Cruz de Lórica. Ya que en este municipio son pocas las empresas que se dedican a este oficio y poco generan satisfacción a los consumidores.

2. RESUMEN EJECUTIVO

Empresa: Kima floristería S.A.S

Ubicación: Municipio de Santa Cruz de Lórica, Córdoba.

Oportunidad de negocio: Ofrecer arreglos florales para eventos especiales y encargos especiales. La venta de arreglo de flores

Competidores:

Floristeria Jabib

Funeraria los Angeles

Sr. Remberto (informal)

Producto: Arreglos Florales.

Precio: El valor promedio de los arreglos florales es: \$36.074

Presupuesto de inversión: La inversión fija es de \$20.653.900

Rentabilidad: La TIR del plan de negocio es de 157.34%.

3. REFERENTE TEORICO Y CONCEPTUAL

3.1 REFERENTE TEORICO.

3.1.1 Flores.

Hace millones de años atrás, la tierra se encontraba dominada por los helechos y las coníferas. El origen de las plantas con flores y su rápida conquista de los hábitats ha sido un enigma durante casi un siglo y medio. En 1879, Charles Darwin lo describió como un "misterio abominable" que las flores habían evolucionado tan tarde en la historia de la vida. Actualmente, las plantas con flores representan 9 de cada 10, lo que significa que superan a las plantas de semillas dominantes como las coníferas que surgieron entre 350 y 310 millones de años antes del presente. El estudio de sus raíces evolutivas es difícil, ya que la delicadeza de las flores muy pocas veces se fosiliza. La más antigua descubierta hasta ahora es la planta acuática *Montsechia vidalli*, de 130 millones de años, desenterrada en España en 2015. Sin embargo se cree que las plantas con flores aparecieron por primera vez mucho antes que eso. (Staff Qore, 2017)

Las flores son el aparato reproductor de las plantas, cuyos aparatos reproductores son transitorios. Tienen como función mantener la continuidad de la especie; ya que en ella se agrupan todas las partes encargadas para la reproducción de la diversidad de plantas. La fecundación de estas se da por medio del depósito del polen, el cual se desplaza por el tubo polínico hasta llegar al ovario. Dando cabida a plantas ornamentales y/o frutos.

3.1.2 Creación de Empresa.

Es un proceso de creación abarcativo que empieza cuando una o más personas tienen una idea empresarial y finaliza cuando la firma ya está establecida y ha superado los primeros años de

actividad, logrando consolidarse en el mercado. Este proceso, en forma análoga a lo que ocurre con la creación biológica, atraviesa por cuatro etapas: concepción, gestación, infancia y adolescencia. El pasaje de una etapa a otra se da a través de períodos de transición, dado que los límites entre las distintas etapas no siempre están claramente establecidos. (Reynolds, 1997)

Las oportunidades para la creación de empresas pueden ser vistas desde dos perspectivas: la del consumo (mercado) y la de la firma (estructura sectorial). Dentro de la primera perspectiva, lo importantes es la magnitud y la diversidad en la demanda de los consumidores como generadora de oportunidades. La segunda perspectiva se focaliza en la estructura industrial, en las características y comportamientos de los mercados sectoriales, en el nivel de uso de la subcontratación, en el grado de vinculación de empresas en tramas. En este contexto, las oportunidades están fuertemente influidas por los desarrollos tecnológicos y las regulaciones del gobierno, debido a que ambas están vinculadas con las posibilidades de hacer y de relacionarse de los distintos agentes. (Verheul, 2001).

Para la creación de una empresa hay que tener en cuenta los siguientes factores.

Estudio de Mercado.

Según (Kotler, Bloom, Hayes, 2004). Un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. Por lo tanto, un estudio eficaz cuenta con cuatro etapas básicas.

- Establecer los objetivos de estudio y la definición del problema que se pretende abordar.
- Realizar una investigación a los datos secundarios, donde se tienen en cuenta las aptitudes del entorno y así tener una mejor comprensión del entorno.

- Se busca información de primera mano, a través de la realización de entrevistas, encuestas o investigaciones experimentales.
- Por último se realiza un análisis de los datos obtenidos, donde se realiza una conclusión y se procede a la toma de decisiones que requiere el estudio de mercado

De acuerdo a (Randall, 2003). Define el estudio de mercado como: La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing. De acuerdo a las definiciones anteriores, se puede entender que un estudio de mercado está basado en la recopilación de los componentes necesarios para determinar si se encuentra o no una demanda, y por lo tanto reconocer si existe la factibilidad de poner en marcha la creación de una empresa en un mercado meta.

Estudio técnico.

Según (Rosales, 2005) un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2001)

Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto. En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes. De esta manera, con el estudio técnico se podrá obtener los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para que el desarrollo de las operaciones se efectúe de manera normal, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción. (NASSIR SAPAG).

Estudio Financiero.

El estudio financiero considera la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos a lo largo del horizonte de planeación, el monto de la inversión fija y flexible, las formas de financiamiento para la operación y la evaluación para conocer la utilidad y la calidad de la inversión del proyecto. (Ramirez, 2000).

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan

beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización, compra de stock de materiales, etc. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro. En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos. (Zona Economica.com).

3.2 REFERENTE CONCEPTUAL.

Arreglos florales.

Un arreglo floral, es la composición realizada por diferentes productos de arte floral, como por ejemplo: flores, ramas y plantas. En los arreglos florales también pueden utilizarse otro tipo de productos para embellecer estas composiciones, tales como tarjetas, lazadas, jarrones de materiales específicos, etcétera. Todos los productos y objetos utilizados dependerán mucho del tipo de arreglo floral que se desee hacer y del evento que lo requiera. (verdissimo young forever).

Calidad.

Según (Deming). “La calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El cual indica que el objetivo primordial de una empresa es mantener su posicionamiento en el mercado y para ello es fundamental alcanzar la calidad, ya que para conseguirla hay que realizar mejoras y adecuaciones en los productos y servicios.

Competitividad.

La Competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo”. (Oster)

Demanda.

Son todos los bienes y servicios que los consumidores adquieren por diferentes precios en un tiempo determinado. Ya que de acuerdo a este último se puede determinar si las cantidades demandadas presentan o no un crecimiento.

Estudio de Mercado.

Consiste en la toma de decisiones de una empresa para investigar si existe o no la factibilidad económica para dar cabida a una actividad comercial.

Estudio Técnico.

El estudio técnico, es el segundo paso de un proyecto de inversión comercial, en este se estudian los equipos técnicos de operaciones eficientes que se requieren para la producción de un bien o servicio.

Estudio financiero.

Un estudio financiero, es fundamental al momento de llevar a cabo un proyecto de inversión. Este hace referencia a la viabilidad y/o rentabilidad que pueden presentar las empresas. Para ello es necesario contar con diferentes informaciones como lo son: las estimaciones de las ventas futuras, los costos de producción, inversiones, estudio de mercado, entre otras fuentes de información necesarias que permiten desarrollar un buen estudio financiero.

Mercado.

Según el (Diccionario de Marketing), el mercado son todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo.

Mercado potencial.

El **mercado potencial** hace referencia a la vida futura de la empresa, enfocándose en los consumidores interesados en los productos o los servicios que ofrezca la marca. Es un estudio que se hace para hacer que los productos o servicios capten más la atención de los posibles clientes, para hacer más sustentable la empresa, (webyempresas).

Oferta.

Representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones ponen a disposición de los consumidores. Incorporando la combinación de los servicios, productos, experiencias e informaciones que ofrece el mercado para la alcanzar la satisfacción en un lapso de tiempo determinado. (wiki-finanzas).

Organización.

Es una serie de elementos, integrados por cierto grupo de personas que se relacionan entre sí de acuerdo a una conformación diseñada y controlada para que todos los recursos de una empresa funcionen de forma coordinada y regulada por diversas normas. Y que a su vez estas logren su fin, donde pueden ser lucrativas o no.

Plan de negocio.

Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio. (muypymes).

Productividad.

La productividad es una medida de qué tan eficientemente se utiliza el trabajo y capital para producir valor económico. Una alta productividad implica que se logra producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital. En términos económicos, la productividad es todo crecimiento en producción que no se explica por aumentos en trabajo, capital o en cualquier otro insumo intermedio utilizado para producir. (Galindo y Rios).

Publicidad.

La publicidad es un tipo de herramienta que busca alcanzar el mayor consumo o la introducción de un producto o un servicio determinado en la mente de los consumidores, este puede ser a través de medios televisivos, páginas de internet, vallas publicitarias, redes sociales, entre otros medios de comunicación.

Resumen ejecutivo.

Es un documento que se entrega de forma adjunta al plan de negocios con la finalidad de hacer un resumen y a su vez se resaltan los puntos más importantes de dicho plan de negocio. (marketingandweb).

TIR.

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (economipedia).

VPN.

Es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las PYMES. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. (pymesfuturo).

4. MODULO DE MERCADO

4.1 PRODUCTO

4.1.1 Características.

A través de la creación de esta empresa, se busca brindar a los clientes una variedad de ramos y arreglos florales. Donde los productos serán elaborados con la mejor calidad y creatividad. Las categorías a manejar serán bouquet para novia, coronas fúnebres, cajas decorativas en rosas y arreglos personalizados en los lugares de preferencia de los clientes.

Catálogo de productos.



Coronas fúnebres.



Bouquet de Novia.



Cajas decorativas en rosas

4.1.2 Usos del producto.

Estos productos son utilizados como obsequios para expresar cariño, amistad, amor. Al igual que se implementa para la decoración de eventos en fechas especiales.

4.1.3 Productos sustitutos.

Al igual que las flores naturales, también se encuentran diferentes tipos y modelos de flores artificiales.

4.1.4 Productos complementarios.

Los productos complementarios son, todos aquellos que se requieren para la elaboración de los arreglos florales, los cuales son: bases y canastas en madera reutilizables, hierro, aluminio, cristal, cerámicas, cinta papel, porta tarjetas, papel celofán, oasis, mallas, icopor.

4.2 CONSUMIDOR FINAL.

Este producto va dirigido hacia la población entre los 18 y 50 años de edad sin distinción de género. Esta empresa tendrá un vínculo directo con los habitantes de Santa Cruz de Lorica, al igual tendrá una relación indirecta con los visitantes que lleguen durante el año teniendo en cuenta que este municipio es un destino turístico.

4.3 DELIMITACIÓN DEL AREA GEOGRAFICA.

La delimitación del área geográfica es el Municipio de Santa Cruz de Lorica el cual limita Al norte: con San Antero, San Bernardo del Viento, Purísima y Momil. Al sur: con San Pelayo. Cotorra. Al este: con Momil y Chimá. Al oeste: con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos. Cuenta con una Extensión total: 1033 Km². Donde el 7,3 Km² es del área urbana y el 1025,7 Km² del área rural. Con Temperatura media de 28° C. (Alcaldia de Santa cruz de Lorica , 2018).

4.4 ANALISIS DE LA DEMANDA.

4.4.1 Cálculo del tamaño de la muestra.

La población será representada por los habitantes del municipio de Santa Cruz de Lorica. Para el 2019 la población total del municipio de Lorica es 109.974 habitantes. (DANE, 2019)

El tamaño de la muestra se obtendrá a través de la siguiente formula.

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times q}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

$$Z \text{ (Variable de confianza)} = (1,96)^2$$

$$N \text{ (Tamaño de la población)} = 109.974 \text{ (Segmento)}$$

$$P \text{ (Probabilidad de éxito)} = 50\%$$

q (Probabilidad de fracaso) = 50%

e (Margen de error) = 0,05%

Se reemplaza los valores en la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (109.974) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (109.974 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 384$$

n=384 tamaño de la muestra.

4.4.2 Cuestionario.

Para la recolección de datos se implementará un cuestionario, el cual estará integrado por una serie de preguntas que serán aplicadas a la muestra del total de la población objeto de estudio, dicho cuestionario serán preguntas con opción múltiple. (Ver anexo 1).

4.4.3 Calculo de la Demanda Actual.

Tabla 1.

Demanda Actual.

Frecuencia de C	C. potenciales	%	# clientes	U. demandas	\$ Compras	Mensual	total, mensual	Annual	total, anual
Semanal	86.219	0,4%	345	1	345	4	1.380	12	16.554
Quincenal		1,6%	1.380	5	6.898	2	13.795	12	165.540
Mensual		10,0%	8.596	30	257.881	1	257.881	12	3.094.572
Trimestral		88,0%	75.899	265	20.113.125	1	20.113.125	4	80.452.501
Total		100%	86.219	301				20.386.181	12

Elaboración: Fuente Propia.

El total, del consumo en un año es: 83.729.168

Esta es la demanda actual y el valor que se tomara como base para estimar la proyección de la demanda de arreglos florales a 5 años

4.4.4 Proyección de la Demanda Actual.

Para la proyección de la demanda actual, se implementó la siguiente formula.

$$Df = Da(1 + i)^n$$

Dónde:

$Df =$ Demanda futura.

$Da =$ Demanda actual.

1 = Constante.

i = Índice de crecimiento poblacional. (0.0102)

N = Año a proyectar.

$$Df = 83.729.168 (1 + 0.0102)^1 = 84.583.205$$

$$Df = 83.729.168 (1 + 0.0102)^2 = 85.445.954$$

$$Df = 83.729.168 (1 + 0.0102)^3 = 86.317.502$$

$$Df = 83.729.168 (1 + 0.0102)^4 = 87.197.941$$

$$Df = 83.729.168 (1 + 0.0102)^5 = 88.087.360$$

Tabla 2

Proyección de la Demanda Actual.

	AÑOS				
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL.	1	2	3	4	5
	84.583.205	85.445.954	86.317.502	87.197.941	88.087.360

Elaboración: Fuente Propia.

4.5 ANALISIS DE LA OFERTA.

Para el análisis de la oferta se tuvieron en cuenta los negocios dedicados a la comercialización de arreglos florales en Santa Cruz de Lorica.

4.5.1 Cálculo de la Oferta Actual.

Tabla 3

Oferta Actual.

Empresas Formales e Informales	Arreglos florales / Mensuales	Arreglos florales / Anuales
<i>Floristeria Jabib</i>	3.720	44.640
<i>Funeraria los Angeles</i>	4.500	54.000
<i>Remberto (informal)</i>	750	9.000
	Total Oferta Actual	107.640

Elaboración: Fuente Propia.

La oferta actual anualmente es de 107.640

4.5.2 Proyección de la Oferta Actual.

Para la proyección de la Oferta Actual se utilizó la siguiente formula.

$$Of = OA (1 + i)^n$$

Dónde:

Of = *Oferta Futura.*

OA = *Oferta Actual.*

1 = *Constante.*

i = *Indice de crecimiento del sector comercio. (0,0075)*

N = *Año a proyectar.*

$$Of = 107.640(1 + 0,0075)^1 = 108.447$$

$$Of = 107.640(1 + 0,0075)^2 = 109.260$$

$$Of = 107.640(1 + 0,0075)^3 = 110.080$$

$$Of = 107.640(1 + 0,0075)^4 = 110.905$$

$$Of = 107.640(1 + 0,0075)^5 = 111.737$$

Tabla 4

Proyección de la Oferta Actual.

	AÑOS				
PROYECCIÓN OFERTA ACTUAL.	1	2	3	4	5
	108.447	109.260	110.080	110.905	111.737

Elaboración: Fuente Propia.

4.6 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE.

4.6.1 Tipo de Demanda.

Para determinar el tipo de demanda, se tendrá en cuenta la demanda para el primer año de operación, y la oferta futura a 1 año, de modo que, la demanda insatisfecha para el primer año es de: 84.474.758

$$84.583.205 - 108.447 = \mathbf{84.474.758}$$

4.6.2 Proyección de la demanda insatisfecha

La proyección de la Demanda Insatisfecha es el resultado de la diferencia que existe entre la Proyección de la Demanda Actual y la Proyección de la Oferta Actual.

Tabla 5**Proyección de la Demanda Insatisfecha.**

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Proyección de la Demanda Actual.	84.583.205	85.445.954	86.317.502	87.197.941	88.087.360
Proyección de la Oferta Actual.	108.447	109.260	110.080	110.905	111.737
Proyección de la Demanda Insatisfecha.	84.429.578	85.336.694	86.207.422	87.087.036	87.975.623

Elaboración: Fuente Propia.

4.7 ANALISIS DE PRECIOS.

El análisis de precios se realizó de acuerdo a los precios reales de los productos que ofrecen las siguientes empresas.

Tabla 6**Análisis de Precios.**

Negocio 1: Floristería Jabib	
Categorías	Precios
Bouquet para novia	\$80.000
Coronas fúnebres	\$60.000
Cajas decorativas en rosas	\$50.000
Arreglos personalizados	\$40.000
Negocio 2: Funeraria los Ángeles	
Categorías	Precios
Coronas fúnebres	\$55.000
Cajas decorativas en rosas	\$47.000
Arreglos personalizados	\$35.000
Negocio 3: Remberto (informal)	
Categorías	Precios
Arreglos personalizados	\$30.000

Elaboración: Fuente Propia.

4.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Para esta empresa, se implementará un canal de distribución directo. Es decir, que el productor se acerca hasta el consumidor final sin la utilización de intermediarios.

Grafico 1 *Canales de Comercialización.*



Fuente: elaboración propia.

4.9 MERCADO DE INSUMOS.

El mercado de insumos tendrá procedencia de la ciudad de Medellín y/o Bogotá, a través de la compra de diversos tipos de flores, otros insumos serán provenientes desde la misma localidad Santa Cruz de Lorica.

5. MODULO TECNICO ORGANIZACIONAL

5.1 Tamaño del Proyecto.

El análisis de resultados del estudio de mercado indica que la demanda actual del mercado supera a la oferta actual, lo que significa que existe una demanda insatisfecha. Demanda insatisfecha en el primer año es de **84.474.758** según el dato de DEMANDA INSATISFECHA. Con este proyecto se espera cubrir el 0,012% de la demanda insatisfecha.

Para la elaboración de arreglos florales la empresa cuenta con 4 trabajadores, cada uno laborará 8 horas diarias, cada uno tendrá una producción de 5 arreglos florales por hora; teniendo en un día un total de 50.56 producciones. En una semana se tendrá una producción de 303 arreglos; mensualmente se producirán 1.213 arreglos florales. Y en un año se tendrá una producción de 14.560 arreglos florales. Los cuales están distribuidos en 6.100 cajas de rosas decorativas, 4.500 coronas fúnebres y 3.960 en bouquet de novia.

5.1.1 Variables que Definen el Tamaño del Proyecto.

Dimensión del Mercado.

La empresa cuenta con un mercado favorable para la venta del producto, arreglos florales, debido a que la oferta actual es inferior a la demanda actual, por lo tanto el producto es comercializado en el municipio de Santa Cruz de Lorica, sin satisfacer la demanda total de los clientes, demostrando la oportunidad que le ofrece el mercado a la empresa.

Disponibilidad de Insumos.

Las flores utilizadas en arreglos florales, serán traídas desde Medellín y/o Bogotá, asegurando un producto de calidad, de la mejor producción con estándares de calidad floral.

Tecnología Utilizada.

Para garantizar la durabilidad, y calidad del producto se utilizaría tecnología avanzada en refrigeración de plantas (flores), mano calificada en el corte y tratamiento de flores y un mecanismo logístico organizado que permita fluidez y rapidez en el despacho de producto, así como en la atención al servicio, se tendrá una infraestructura informática que lleve a cabo acciones de fácil comunicación con el cliente desde call center, es decir, atención telefónica del producto, como atención por redes sociales y/o correo electrónico.

Personal con que contará la Empresa.

La empresa contará con mano de obra del Municipio de Santa Cruz de Lorica, el cual recibirán orientaciones técnicas para el manejo y elaboración de arreglos florales.

5.2 LOCALIZACIÓN

5.2.1 Estudio de Localización a nivel Macro.

A continuación se referencia la localización de la empresa en el municipio de Lorica, según criterios económicos, sociales, políticos y culturales.

Tabla 7

Macro localización.

FACTOR ES RELEVANT ES	PESO ASIGNA DO Esc.0-1	LOCALIZACIÓN					
		Lorica		San Antero		Cerete	
		Calificac ión Esc.1- 100	Califi cación n ponder ada	Califi cación Esc.1- 100	Califi cación ponderad a	Califi cación Esc.1- 100	Califi cación ponderad a
ECONOMI COS							
Ubicación del consumidor	0.1	80	8	70	7	70	7
Vías de comunicación	0.20	80	8	60	12	60	6
Medios de comunicación.	0.10	80	8	50	5	70	7
Ubicación de proveedores	0.05	80	4.0	40	2.0	70	3.5
Dinamismo económico	0.10	90	9	60	6	70	7
Costo mano de obra	0.05	80	4,0	60	3.0	70	5
CULTUR AL							
Tradición y costumbres en relación a las plantas en el municipio	0.05	80	4	70	3.5	60	3
Hábitos de compra	0.05	80	4	60	3	70	3.5
POLITIC OS							
Regulacion es del ICA (Instituto	0.1	90	9	80	8	80	8

Colombiano Agropecuario)							
SOCIAL							
Interés del Municipio por este tipo de productos	0.1	80	8	50	5	70	7
intercambio de información de los productos de plantas entre los consumidores	0.1	60	6	50	5	70	7
TOTAL	1.00		72		59.5		65

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2 Estudio de Localización a nivel Micro.

A continuación se presenta la localización de la empresa, dentro del municipio de Lorica, observando y calificando los diferentes barrios que sirven como lugares apropiados.

Tabla 8

Micro localización.

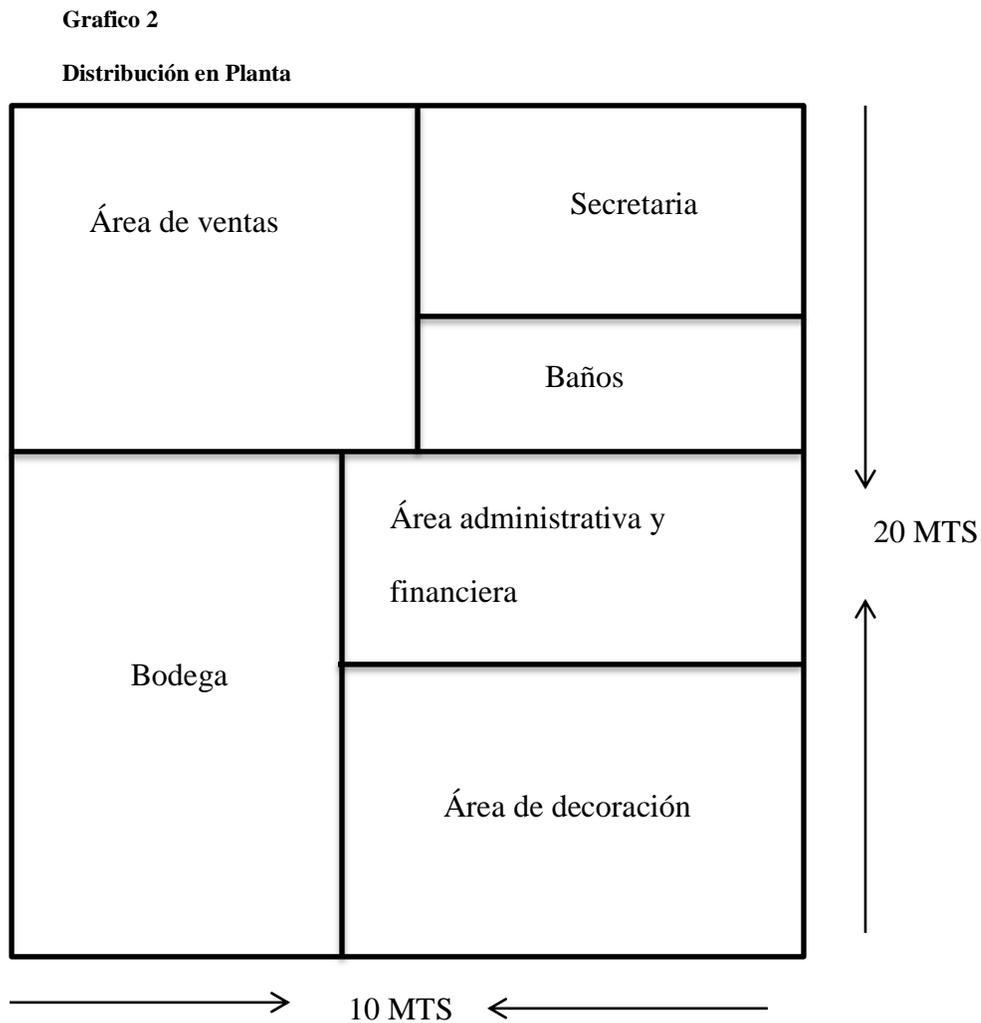
FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO Esc.0-1	MICROLOCALIZACIÓN					
		Arenal		Centro		Kennedy	
		Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada
Disponibilidad mano de obra	0,06	60	3,6	70	4,2	50	3,0
Transporte del producto.	0,08	50	4,0	70	5,6	60	4,8

Localización urbana	0,10	70	7,0	80	8,0	70	7,0
Vías de comunicación.	0,09	70	6,3	70	6,3	60	5,4
Tarifa de servicios públicos.	0,09	60	5,4	50	4,5	60	5,4
Energía eléctrica, agua, etc.	0,10	70	7,0	70	7,0	70	7,0
Costo de arriendo.	0,08	60	4,8	80	6,4	70	5,6
Espacio para posible expansión.	0,07	70	4,9	50	8,0	70	4,9
Flujo de personas.	0,10	45	4,5	80	8,0	50	5,0
Facilidades y costo de transporte.	0,08	50	4,0	70	5,6	60	4,8
Condiciones de vida.	0,05	70	3,5	80	4,0	60	3,0
Actitud de la comunidad frente al proyecto	0,10	50	5,0	70	7,0	50	5,0
TOTAL	1,00		55		74,6		60,9

Fuente: Elaboración propia.

5.3 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.

Las obras físicas necesarias para la producción de arreglos florales en el municipio de Santa Cruz de Lorica son las que se muestran en el siguiente gráfico.

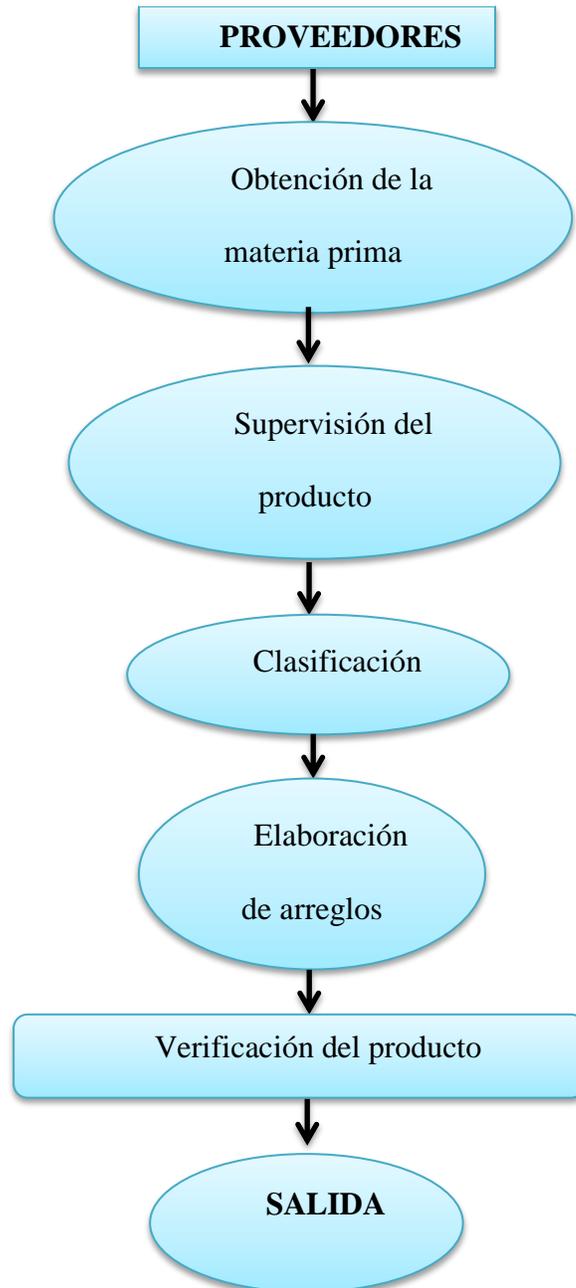


Elaboración: Fuente Propia.

5.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Grafico 3

Proceso de Producción



Fuente: elaboración Propia.

5.4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

Proveedores: es quien proporciona la materia prima a la empresa.

Obtención de la materia prima: son obtenidos del proveedor, las cuales son: rosas, lirios, girasoles, orquídeas, margaritas, claveles, exóticas, hortensias, paniculata, soportes para decoración en madera, cerámicas, hierro, aluminio y cristal, oasis, icopor, mallas, papel celofán, porta tarjetas, cinta papel.

Supervisión del producto: una vez recibido toda la materia prima se cerciorará de que hayan llegado en buen estado.

Clasificación: una vez que los insumos se encuentren dentro de las instalaciones, se clasificarán las flores según sus características, al igual que el resto de insumos se clasificarán de acuerdo a su utilización.

Elaboración de arreglos florales: se procede a la elaboración de arreglos florales o de acuerdo a las peticiones del cliente.

Verificación del producto: una vez elaborados los arreglos se verificarán las condiciones del producto.

5.5 NATURALEZA JURÍDICA.

Esta empresa comercializadora de flores será constituida en una Sociedad por Acciones Simplificadas, S. A. S. puesto que permite diferentes formas de flexibilidad en las operaciones y desarrollo para poder llevar a cabo este plan de negocio.

La (LEY 1258 de 2008) establece que la sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “*sociedad por acciones simplificada*”; o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

5.6 SELECCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Tabla 9

Selección y Especificación de Maquinaria y Equipo.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Ventilador de techo	80.000	80.000
1	Aire acondicionado	1.200.000	1.200.000
2	Refrigerador para flores	1.300.000	2.600.000
1	Fotocopiadora	450.000	450.000
5	Tijeras de poda	20.000	100.000
5	Gafas de protección	18.000	90.000
5	Guantes de jardinería	25.000	125.000
1	Teléfono fijo	179.900	179.900
1	Calculadora	10.000	10.000
4	Escritorio	350.000	1.400.000
4	Silla de oficina giratoria (ejecutiva)	245.000	980.000
1	LapTop ACER Pentium inside	2.090.000	2.090.000
4	Estantes	200.000	800.000
1	Mostrador de flores	180.000	180.000
4	Sillas Rimax	30.000	120.000
4	Cubículos en Madeflex	400.000	1.600.000
2	Archivador	350.000	700.000
1	Dispensador de agua	455.000	455.000
5	Canecas	12.000	144.000
TOTAL			13.303.900

Elaboración: Fuente Propia.

5.6.1 Especificaciones de las Maquinarias y Equipos.

MUEBLE: 4 Escritorio
VIDA ÚTIL: 12 Años
VALOR COMERCIAL: 350.000
PROVEEDOR: Ebanistería y Mueblería Jumerg

MUEBLE: 4 Silla de oficina giratoria (ejecutiva)
VIDA ÚTIL: 9 Años
VALOR COMERCIAL: 245.000
PROVEEDOR: Ebanistería y Mueblería Jumerg

EQUIPO: 1 LapTop ACER
Pentium inside
VIDA ÚTIL: 5
VALOR COMERCIAL: 2.090.000
PROVEEDOR: ElectroFácil Lorica.

MUEBLE: 4 Estantes
VIDA ÚTIL: 10 Años
VALOR COMERCIAL: 200.000
PROVEEDOR: Ebanistería y Mueblería Jumerg

MUEBLE: 1 Mostrador de flores
VIDA ÚTIL: 12 Años
VALOR COMERCIAL: 180.000
PROVEEDOR: Ebanistería y Mueblería Jumerg

MUEBLE: 4 Sillas Rimax
VIDA ÚTIL: 9 Años
VALOR COMERCIAL: 30.000
PROVEEDOR: Ebanistería y Mueblería Jumerg

MUEBLE: 4 Cubículos en Madeflex

VIDA ÚTIL: 10 Años.
VALOR COMERCIAL: 400.000
PROVEEDOR: Ebanistería y Mueblería Jumerg

EQUIPO: 2 Archivador
VIDA ÚTIL: 10 Años
VALOR COMERCIAL: 250.000
PROVEEDOR: Almacén Baratillo Medellín

EQUIPO: 1 Dispensador de agua
VIDA ÚTIL: 5 Años
VALOR COMERCIAL: 455.000
PROVEEDOR: ElectroFácil Lorica.

MUEBLE: 5 Canecas
VIDA ÚTIL: 3 Años
VALOR COMERCIAL: 12.000
PROVEEDOR: Almacén Baratillo Medellín

EQUIPO: 1 Ventilador de techo
VIDA ÚTIL: 9 Años
VALOR COMERCIAL: 80.000
PROVEEDOR: ElectroFácil Lorica.

EQUIPO: 1 Aire acondicionado
VIDA ÚTIL: 8 Años
VALOR COMERCIAL: 1.200.000
PROVEEDOR: ElectroFácil Lorica.

EQUIPO: 2 Refrigerador para flores
VIDA ÚTIL: 13 Años
VALOR COMERCIAL: 1.300.000
PROVEEDOR: Inducol Barranquilla

EQUIPO: 1 Fotocopiadora
VIDA ÚTIL: 5 Años
VALOR COMERCIAL: 450.000
PROVEEDOR: ElectroFácil Lorica.

EQUIPO: 5 Tijeras de poda
VIDA ÚTIL: 2 Años
VALOR COMERCIAL: 20.000
PROVEEDOR: Agropecuaria mi Tierrita Lorica

EQUIPO: 5 Gafas de protección
VIDA ÚTIL: 2 Años
VALOR COMERCIAL: 18.000
PROVEEDOR: Agropecuaria mi Tierrita Lorica

EQUIPO: 5 pares Guantes de jardinería
VIDA ÚTIL: 1 Año
VALOR COMERCIAL: 25.000
PROVEEDOR: Agropecuaria mi Tierrita Lorica

EQUIPO: 1 teléfono fijo
VIDA ÚTIL: 5 Años
VALOR COMERCIAL: 179.900
PROVEEDOR: Almacén de Cadena Olimpica.

EQUIPO: 1 Calculadora
VIDA ÚTIL: 2 Años
VALOR COMERCIAL: 10.000
PROVEEDOR: Almacén Baratillo Medellín

5.7 MISIÓN

Kima floristería S.A.S es una empresa dedicada a la comercialización de ramos y arreglos florales para toda ocasión elaborados con la mejor calidad, atención y excelente servicio al cliente en toda la región bajo Sinúana, trabajando comprometidos con la integridad y brindando momentos agradables con la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

5.8 VISIÓN

Kima floristería S.A.S en el 2025 será líder en el mercado de la producción y comercialización de arreglos y ramos florales en toda la región bajo Sinúana, cumpliendo los estándares de calidad, innovación y experiencia que nos permitan expandirnos a nuevos mercados nacionales e internacionales.

5.9 ORGANIGRAMA.

Grafico 4

Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

5.10 MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 10

Manual de Funciones Gerente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Gerente
Dependencia:	Junta de accionistas o accionistas
Número de cargos:	1
Reportar a:	Accionistas
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación:	Administrador de Empresa
Experiencia:	Mínimo tres años de experiencia en gerencia general y conocimiento de las áreas funcionales de la empresa.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Administrar y orientar los recursos de la empresa en pro del crecimiento y expansión de la visión empresarial.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Administrar de forma eficiente y eficaz los recursos financieros, humanos y técnicos de la empresa.• Gestión de un buen ambiente de trabajo y relaciones entre los subordinados.• Prever que las áreas de la compañía estén cumpliendo con lo planificado y optimizadas con el plan operativo y estratégico.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11**Manual de Funciones Gerente de Área**

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Gerente de área
Dependencia:	Gerencia general
Número de cargos:	4
Reportar a:	Gerente general
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación:	Administrador de Empresa con énfasis en el área de producción, ventas, recursos humanos y/o financiero.
Experiencia:	Mínimo tres años de experiencia en alguna de las áreas funcionales.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Administrar y orientar los recursos de la empresa en pro del crecimiento y expansión de la visión empresarial.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Administrar de forma eficiente y eficaz los recursos asignados,• Gestión de un buen ambiente de trabajo y relaciones entre los subordinados.• Presentar informe mensual a la gerencia de su gestión administrativa.• Prever que las áreas de la compañía estén cumpliendo con lo planeado en el área funcional,	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12**Manual de Funciones Secretaria**

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Secretaria
Dependencia:	Gerencia general
Número de cargos:	1
Reportar a:	Gerente general
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación:	Técnicas de oficina y secretariado.
Experiencia:	Mínimo dos años de experiencia
OBJETIVO PRINCIPAL	
Llevar la documentación y correspondencia de la empresa, sin evadir la autoridad de la gerencia general.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Recibir y emitir la correspondencia autorizada por la gerencia.• Redactar las actas en reuniones extraordinarias o planificadas cada mes.• Detallar el cronograma de actividades al gerente.• Reportar los informes de contaduría al gerente.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13*Manual de Funciones Contador*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Contador
Dependencia:	Gerencia general-secretario
Número de cargos:	1
Reportar a:	Secretario
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación:	Contabilidad y finanzas.
Experiencia:	Mínimo tres años de experiencia
OBJETIVO PRINCIPAL	
Contabilizar y registrar las operaciones de la compañía que involucren la erogación o ingreso de dinero.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Registrar las operaciones o transacciones de la empresa.• Realizar asientos contables y los correspondientes estados financieros.• Presentar los informes y estados financieros al secretario.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14*Manual de Funciones Asesor al Cliente*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Asesor al cliente
Dependencia:	Gerente de venta
Número de cargos:	1
Reportar a:	Gerente de venta
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación:	Estudio técnico en atención al cliente
Experiencia:	Mínimo de un año
OBJETIVO PRINCIPAL	
Certificar la gestión de compra y venta de los productos hacia los clientes.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Recibir a los clientes.• Garantizar el cumplimiento de entrega de los productos.• Desarrollo de actividades que permitan al área la maximización de la mejora de servicio al cliente.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

Manual de Funciones Decorador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Decorador 1,2,3,4
Dependencia:	Asesor al cliente
Número de cargos:	1
Reportar a:	Asesor al cliente
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación:	Habilidades en decoración y manejo estético de flores.
Experiencia:	Mínimo seis meses
OBJETIVO PRINCIPAL	
Generar la construcción adecuada de cada producto requerido por los clientes.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">• Construcción de arreglos florales, coronas fúnebres, bouquet, cajas decorativas y arreglos personalizados.• Manejo adecuado de las diferentes flores y recursos para elaboración optima de los servicios.	

Fuente: Elaboración propia.

5.11 IMAGEN CORPORATIVA.

Gráfico 1

Imagen Corporativa.



Fuente: Elaboración Propia.

6 MÓDULOS DE IMPACTO ECONOMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL

En el contexto económico, por medio de la creación de esta empresa comercializadora de flores en el municipio de Santa Cruz de Lorica, se busca satisfacer las expectativas y preferencias de clientes que están dispuestos a adquirir este tipo de productos, contribuiría a la generación de empleos, en el desarrollo de esta actividad económica, y a su vez la empresa aportará al crecimiento económico del municipio.

Desde la parte social, se pretende favorecer y satisfacer las necesidades sociales y personales de los habitantes, ya que a lo largo del tiempo y gracias a la globalización los consumidores se han vuelto cada vez más exigentes al momento de adquirir un producto o un servicio a causa de los diferentes productos que nos ofrece el mercado día a día. Actualmente no solo se tiene en cuenta el costo, calidad o marca de los productos, sino que también se tiene en cuenta cuál es la experiencia de satisfacción que obtienen los consumidores. También se contribuiría a la generación de empleo dónde se podría mejorar la calidad de vida de estos y también darle una mejor presentación al municipio en cuanto a desarrollo se refiere.

Con la creación de esta empresa se pretende incluir al cliente en una comunidad que apoye el desarrollo sostenible de empresas que trabajan con productos naturales, y cuyos objetivos engloben el cuidado del medio ambiente. Si bien es cierto que la elaboración de arreglos florales generan muchos residuos, se buscará inculcar a trabajadores y consumidores a través de campañas que motiven a la reutilización de materias primas y derivados del producto para la elaboración de abonos para jardinerías.

7. ESTUDIO FINANCIERO.

7.1 INVERSIONES

Tabla 16

Inversiones en Obras Físicas

INVERSIONES EN OBRAS FÍSICAS				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Adecuaciones del lugar	1	3.000.000	3.000.000	11
TOTAL			3.000.000	

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 17

Inversión en Maquinaria y Equipo.

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Ventilador de techo	1	80.000	80.000	9
Aire acondicionado	1	1.200.000	1.200.000	8
Refrigerador para flores	2	1.300.000	2.600.000	13
Fotocopiadora	1	450.000	450.000	5
Tijeras de poda	5	20.000	100.000	2
Gafas de protección	5	18.000	90.000	2
Guantes de jardinería	5	25.000	125.000	1
Teléfono fijo	1	179.900	179.900	5
Calculadora	1	10.000	10.000	2
TOTAL			4.834.900	

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 18*Inversión en Muebles y Enseres*

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Escritorio	4	350.000	1.400.000	12
Silla de oficina giratoria (ejecutiva)	4	245.000	980.000	9
LapTop ACER Pentium inside	1	2.090.000	2.090.000	5
Estantes	4	200.000	800.000	10
Mostrador de flores	1	180.000	180.000	12
Sillas Rimax	4	30.000	120.000	9
Cubículos en Madeflex	4	400.000	1.600.000	10
Archivador	2	350.000	700.000	10
Dispensador de agua	1	455.000	455.000	5
Canecas	5	12.000	144.000	3
TOTAL			8.469.000	

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 19*Inversión en Activos Intangibles.*

INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	
DETALLE DE INVERSIÓN	COSTO TOTAL
Estudio de pre factibilidad	300.000
Estudio de factibilidad	500.000
Licencias y tramites	2.100.000

Montaje y puesta en marcha	600.000
Gastos de organización	250.000
Imprevistos	600.000
Total Inversión en Activos Intangibles	4.350.000

Elaboración: Fuente Propia.

7.2 COSTOS OPERACIONALES.

Tabla 20

Costo de Mano de Obra.

COSTO DE MANO DE OBRA				
CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	COSTO TOTAL
Mano de Obra Directa				
Decorador (4)	3.922.628	47.071.536	24.161.819	71.233.355
SUBTOTAL				71.233.355
Mano de Obra Indirecta				
Auxiliar en oficinas varios (1)	300.000	3.600.000	-	3.600.000
Asesor de ventas (1)	400.000	4.800.000	-	4.800.000
SUBTOTAL			-	8.400.000
TOTAL				79.633.355

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 21*Costos de Producción y Operación.*

COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN				
MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIALES DIRECTOS				
Rosas	Unidad	2,300	10,000	\$ 23,000,000
Margaritas	Unidad	3,000	6,000	\$ 18,000,000
Lirios	Unidad	1,000	8,000	\$ 8,000,000
Tulipanes	Unidad	950	7,500	\$ 7,125,000
Girasoles	Unidad	1,100	6,000	\$ 6,600,000
Petunias	Unidad	760	9,000	\$ 6,840,000
Hortensias	Unidad	1,200	5,000	\$ 6,000,000
Orquídeas	Unidad	900	7,000	\$ 6,300,000
Paniculatas	Unidad	900	4,000	\$ 3,600,000
Claveles	Unidad	1,000	5,000	\$ 5,000,000
Subtotal Materiales directos				\$ 90,465,000
MATERIALES INDIRECTOS				
soportes para decoración en madera	Unidades	2,000	10,000	20,000,000
recipientes para decoración en cerámicas	Unidades	1,080	12,000	12,960,000
Soportes para decoración en Hierro	Metros	890	13,000	11,570,000
Recipientes para decoración en Aluminio	Unidades	700	15,000	10,500,000
Oasis	Metro cubico	10,000	1,500	15,000,000

Icopor	Lamina x 5cm	5,500	700	3,850,000
Mallas	Metro	2,000	8,000	16,000,000
Papel celofán	Metro	1,650	500	825,000
Porta tarjetas	Unidad	3,550	1,000	3,550,000
Cinta papel	Rollo x5 metros	1,350	2,500	3,375,000
Subtotal Costos Mat. Indirect.				97,630,000
TOTAL				188,095,000

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 22

Gasto de Servicios Públicos.

SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Alcantarillado y acueducto	M3	12	250,000	3,000,000
Energía eléctrica	KW/hora	12	850,000	10,200,000
Red telefónica e internet	Plan	12	150,000	1,800,000
TOTAL				15,000,000

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 23

Gastos por Depreciación.

GASTOS POR DEPRECIACIÓN								
Activos de producción	Vida Útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor Residual
Adecuaciones del lugar	11	3.000.000	272.727	272.727	272.727	272.727	272.727	1.636.365

Ventilador de techo	9	80.000	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	44.448
Aire acondicionado	8	1.200.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	600.000
Refrigerador para flores	13	1.300.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	900.000
Fotocopiadora	5	450.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	-
Tijeras de poda	2	20.000	10.000	10.000	-	-	-	-
Gafas de protección	2	18.000	9.000	9.000	-	-	-	-
Guantes de jardinería	1	25.000	25.000	-	-	-	-	-
Teléfono	5	179.900	35.980	35.980	35.980	35.980	35.980	-
Calculadora	2	10.000	5.000	5.000	-	-	-	-
Escritorio	12	350.000	29.166	29.166	29.166	29.166	29.166	233.336
Silla de oficina giratoria (ejecutiva)	9	245.000	29.222	29.222	29.222	29.222	29.222	128.112
LapTop ACER Pentium inside	5	2.090.000	418.000	418.000	418.000	418.000	418.000	-
Estantes	10	200.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	120.000
Mostrador de flores	12	180.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	120.000
Sillas Rimax	9	30.000	3.333	3.333	3.333	3.333	3.333	16.000
Cubículos en Madeflex	10	400.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	240.000
Archivador	10	350.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	210.000
Dispensador de agua	5	455.000	91.000	91.000	91.000	91.000	91.000	91.000
Canecas	3	12.000	4.000	4.000	4.000	-	-	-
TOTAL		10.594.900	1.391.316	1.366.316	1.342.316	1.338.316	1.338.316	4.339.261

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 24**Remuneración al Personal Administrativo.**

CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Gerente General	1,180,657	14,167,884	7,272,375	21,440,259
Gerente de Area (4)	4,122,628	49,471,536	25,393,739	74,865,275
Contador	600,000	3,200,000	-	3,200,000
Secretaria	980,657	11,767,884	6,040,455	17,808,339
Total				117,313,873

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 25**Otros Gastos Administrativos.**

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Elementos de aseo y cafetería	100.000	1.200.000
Arrendamiento de edificio	800.000	9.600.000
Industria y comercio	900.000	10.800.000
Útiles y papelería	200.000	2.400.000
TOTAL		14.280.000

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 26*Gastos de Venta.*

GASTOS DE VENTA		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad	200.000	2.400.000
Distribución	100.000	1.200.000
TOTAL		3.600.000

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 27*Amortización de Gastos Diferidos.*

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS							
Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos Preoperativos.	5	4.350.000	870.000	870.000	870.000	870.000	870.000
VALOR A AMORTIZAR			870.000	870.000	870.000	870.000	870.000

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 28*Distribución de Costos.*

DETALLE	COSTO		
		Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Pro-ducción.			
M de O. Directa	71,233,355		71,233,355
M de O. Indirecta	8,400,000	8,400,000	
Mat. Directos.	90,465,000	-	90,465,000
Mat. Indirectos.	97,630,000		97,630,000
Servicios	15,000,000	-	15,000,000
Depreciación	1,391,316	1,391,316	-
SUBTOTAL	284,119,671	9,791,316	274,328,355
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	117,313,873	117,313,873	-
Otros Gast. Adm.	14,280,000	14,280,000	-
Amortización.	870,000	870,000	-
SUBTOTAL	132.463.873	132,463,873	-
GASTOS DE VENTA			
Publicidad	2,400,000	11,400,000	-
Distribución	1,200,000	12,000,000	-
SUBTOTAL	3,600,000	23,400,000	-
TOTAL	420,183,544	165,655,189	274,328,355

Elaboración: Fuente Propia.

7.3 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para hallar el punto de equilibrio, en el cual la empresa puede operar cubriendo los costos de producción. En primera instancia se debe hallar el Costo unitario, por medio de la siguiente formula:

$$Cu = CT / Q$$

$$CU = 420.183.544 / 14.560 = 28.859$$

Al conocer el costo unitario, se halla el Pvu (Precio de venta unitario), por medio de la siguiente formula:

$$CU + (CU * M / 100 - M)$$

Dónde:

CU = Costo Unitario

M= Margen de Utilidad

$$Pvu = 28.859 + (28.859 * 30 / 100 - 30) = 36.074$$

Luego se halla el Cvu; cuya fórmula es:

$$Cvu = CVT / Q$$

$$Cvu = 274.328.355 / 14.560 = 18.841$$

Ahora si se puede hallar el Punto de Equilibrio usando la siguiente formula:

$$PE = CFT / Pvu - Cvu$$

$$PE = 165.655.189 / 36.074 - 18.841 = 9.613$$

La empresa alcanza el punto de equilibrio al producir 9.613 unidades.

7.4 PROYECCIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN

Tabla 29

Programa de Inversión fija del Proyecto.

PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles						
Obras físicas	3.000.000					
Maquinarias y equipos	4.834.900					
Muebles y enseres	8.469.000					
Subtotal	16.303.900					
Activos Diferidos						
Gastos Pre-operativos	4.350.000					
Subtotal	4.350.000					
Total Inversión Fija	20.653.900					

Elaboración: Fuente Propia.

7.4.1 CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO.

Costo de Operación Anual

Costos de producción = 282.728.355

Gastos Administrativos = 131.593.873

Gastos de venta= 3.600.000

Total = 417.922.228

Costo de Operación diaria

COD = $417.922.228 / 360 = 1.160.895$

ICT = CO (COPD)

ICT = Inversión de capital de trabajo.

CO = Ciclo operativo.

COPD = Costo de operación diaria.

ICT = $1.160.895 * 30 = 34.826.850$

Tabla 30

Inversión Capital de Trabajo.

DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	(34,826,850)	(1,344,316)	(1,396,207)	(1,450,101)	(1,506,074)

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 31**Programa de Inversión.**

PROGRAMA DE INVERSIÓN						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	20.653.900					
Capital de trabajo	(34,826,850)	(1,344,316)	(1,396,207)	(1,450,101)	(1,506,074)	40.523.548

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 32**Valor Residual de Activos al finalizar el periodo de Evaluación.**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Activos de producción					4,339,261
Subtotal activos de producción					4,339,261
Vr. Residual Capital de Trabajo					40,523,548
TOTAL VR. RESIDUAL					44,862,809

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 33**Flujo Neto de Inversiones.**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	20,653,900					

Capital de trabajo	34,826,850	- 1,344,316	- 1,396,207	- 1,450,101	- 1,506,074	
Valor residual						44,862,809
Inversiones	55,480,750	- 1,344,316	- 1,396,207	- 1,450,101	- 1,506,074	44,862,809

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 34

Presupuesto de Ingresos

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	525,237,440	545,511,605	566,568,353	588,437,892	611,151,594
TOTAL INGRESO	525,237,440	545,511,605	566,568,353	588,437,892	611,151,594

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 35

Presupuesto de Costo de Producción.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Materiales directos	90,465,000	93,956,949	97,583,687	101,350,418	105,262,544
Mano de obra directa	71,233,355	73,982,963	76,838,705	79,804,679	82,885,139
Depreciación	1,391,316	1,366,316	1,342,316	1,338,316	1,338,316
Subtotal costo directo	163,089,671	169,306,228	175,764,708	182,493,412	189,485,999

Gastos generales de fab.					
Materiales indirectos	97,630,000	101,398,518	105,312,501	109,377,563	113,599,537
Mano de obra indirecta	8,400,000	8,724,240	9,060,996	9,410,750	9,774,005
Servicios	15,000,000	15,579,000	16,180,349	16,804,911	17,453,580
SUBTOTAL	121,030,000	125,701,758	130,553,846	135,593,224	140,827,123
TOTAL	284,119,671	295,007,986	306,318,554	318,086,637	330,313,122

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 36

Presupuesto de Gastos de Administración.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	117,313,873	121,842,188	126,545,297	131,429,945	136,503,141
Otros gastos de administración	14,280,000	14,831,208	15,403,693	15,998,275	16,615,809
Amortización	870,000	870,000	870,000	870,000	870,000
TOTAL	132,463,873	137,543,396	142,818,990	148,298,221	153,988,950

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 37

Presupuesto de Gasto de Ventas.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Publicidad	2.400.000	2.491.200	2.585.866	2.684.130	2.786.130
Distribución	1.200.000	1.245.600	1.292.933	1.342.064	1.393.062

TOTAL	3.600.000	3.736.800	3.878.799	4.026.194	4.179.192
--------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 38

Presupuesto de Costos Operacionales

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	284,119,671	295,007,986	306,318,554	318,086,637	330,313,122
Gastos de administración	132,463,873	137,543,396	142,818,990	148,298,221	153,988,950
Gastos de ventas	3.600.000	3.736.800	3.878.798	4.026.192	4.179.187
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	416,583,544	432,551,382	449,137,544	466,384,858	484,302,072

Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 39

Flujo Neto de Operación.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	525,237,440	545,511,605	566,568,353	588,437,892	611,151,594
Egresos operacionales	416,583,544	432,551,382	449,137,544	466,384,858	484,302,072
Utilidad operacional	108,653,896	112,960,223	117,430,809	122,053,034	126,849,522
Impuestos (22.2%)	24,121,165	25,077,170	26,069,640	27,095,774	28,160,594
UTILIDAD NETA	84,532,731	87,883,053	91,361,169	94,957,260	98,688,928
Más depreciación	1,391,316	1,366,316	1,342,316	1,338,316	1,338,316
Más amortización	870,000	870,000	870,000	870,000	870,000

Flujo neto de operaciones	86,794,047	90,119,369	93,573,485	97,165,576	100,897,244
----------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------

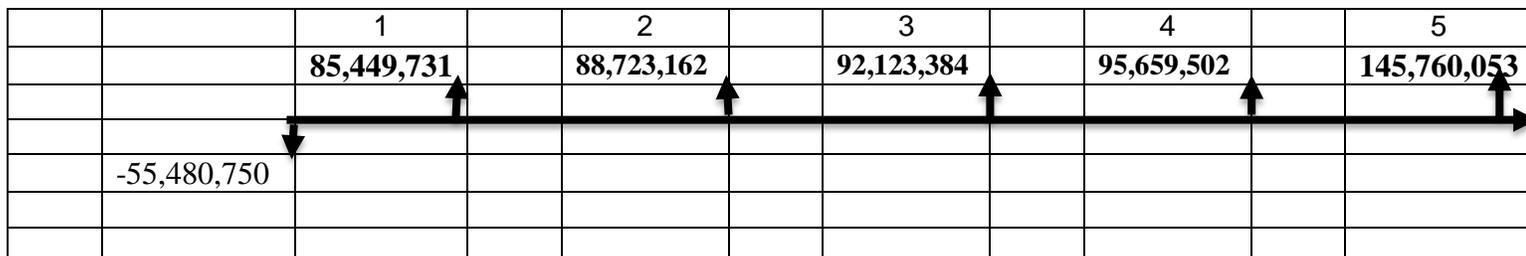
Elaboración: Fuente Propia.

Tabla 40

Flujo Neto del Proyecto.

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión.	(55,480,750)	(1,344,316)	(1,396,207)	(1,450,101)	(1,506,074)	44,862,809
Flujo Neto de Operación.		86,794,047	90,119,369	93,573,485	97,165,576	100,897,244
Total Neto del Proyecto	(55,480,750)	85,449,731	88,723,162	92,123,384	95,659,502	145,760,053

Elaboración: Fuente Propia.



Balance general	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja	\$34,826,850
Total Activos Corrientes	\$34,826,850
ACTIVOS FIJOS	
	\$
Adecuaciones de Lugar	3,000,000
	\$
Muebles y Enseres	8,469,000
	\$
Maquinaria y equipos	4,834,900
	\$
Total Activos Fijos	\$16,303,900
ACTIVOS DIFERIDOS	
	\$
Gastos Preoperativos	4,350,000
	\$
Total Activos Diferidos	\$4,350,000
	\$
TOTAL ACTIVOS	55,480,750
PASIVOS	
	-
PATRIMONIO	
Capital	\$55,480,750
TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$55,480,750

Estado de Resultado	
Ventas	\$525,237,440
Costo de Ventas	\$284,119,671
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$241,117,769
Gastos de Administracion	\$132,463,873
Gastos de Ventas	\$3,600,000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$136,063,873
UTILIDAD OPERACIONAL	\$105,053,896
Gastos Financieros	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$105,053,896
Provision para impuestos	\$4,450,307
UTILIDAD LIQUIDA	\$100,603,589
Reservas (10%)	\$10,060,359
UTILIDAD NETA A DISTRIBUIR	\$90,543,230

7.5 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

La evaluación financiera determina el rendimiento financiero de los recursos que se invertirán, y su objetivo es determinar si el proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero.

Los indicadores más relevantes que muestran la rentabilidad del negocio teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo utilizados para este trabajo, son:

7.5.1 VALOR PRESENTE NETO:

<i>Tasa de oportunidad</i>	27%
	-55,480,750
	85,449,731
	88,723,162
	92,123,384
	95,659,502
	145,760,053
	192,674,759

Utilizando una tasa de oportunidad al 27%, los resultados anteriores corresponden a la operación del VPN para traer los flujos netos a valor presente y determinar por medio de la diferencia con los egresos la riqueza que se puede obtener. Sin embargo al aplicar los valores obtenidos en el flujo neto del proyecto se pueden considerar las siguientes conclusiones:

Si se lleva a cabo el proyecto, durante los 5 años, se tendrá una ganancia de 192.674.759. Por tal motivo se considera que el proyecto es factible financieramente

7.5.2 RELACION BENEFICIO COSTO:

Por medio de la sumatoria de los flujos netos del proyecto se realizó la siguiente operación en Microsoft Excel, arrojando los siguientes resultados, utilizando una tasa de oportunidad del 27%

S. DE INGRESOS	507.175.832
S. DE EGRESOS	55.480.750
R B/C =	9.15

Los resultados anteriores indican que por cada peso que se invierta en el proyecto, se obtienen 8.15 pesos en retribución, lo cual se considera muy atractivo para el negocio

7.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO:

Este es uno de los métodos más efectivos para determinar la capacidad que tiene el proyecto para generar utilidades. A continuación se presenta el resultado obtenido, desarrollado en Microsoft Excel para calcular la TIR.

CALCULO DE LA TIR

	-
	55,480,750
	85,449,731
	88,723,162
	92,123,384
	95,659,502
	145,760,053
<i>TIR =</i>	157.34%

Este resultado indica que los dineros invertidos en el proyecto son muy rentables tienen una TIR de 157.34% de rentabilidad viable, generando una muy buena oportunidad de inversión

Así mismo como la TIR (157.34%) es mayor que la tasa de oportunidad se puede decir que el proyecto es factible financieramente.

8. FUENTES DE FINANCIACIÓN.

El plan de Negocios será presentado a la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Córdoba, para hacer gestión de los recursos y así ponerlo en marcha. Además será presentado a las convocatorias del Fondo Emprender SENA. Dónde se realizará una solicitud de recursos y así poner en marcha la implementación de los recursos.

9. CONCLUSIONES

El proyecto presenta la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de flores, en el municipio de Santa Cruz de Lorica, Córdoba, presentando un estudio de mercado en el cual se identificó una oportunidad de negocio de venta de este tipo de producto, ya que, no existe empresa que realice dicha actividad en el municipio.

En el módulo organizacional se definió la naturaleza jurídica, el direccionamiento Estratégico, la estructura organizacional, los manuales de funciones y la imagen corporativa de la empresa. La inversión fija requerida es de \$20.653.900, el capital de trabajo requerido en un ciclo operativo del proyecto es de \$34,826,850

El resultado de la evaluación financiera fue de una TIR del 157.34%, la Relación

Beneficio/Costo de \$9.15 y el Valor Presente Neto de \$192.674.759, utilizando una tasa de oportunidad del 27%, lo cual determina que el proyecto es factible para llevar a cabo la creación de la empresa.

10. RECOMENDACIONES

Después de analizar los resultados del estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de flores en el municipio de Santa Cruz de Lorica, se recomienda invertir en el presente proyecto debido a que financieramente es viable, en términos de rentabilidad al arrojar indicadores a tendencia negativa en los 5 años de operación, proyectados.

Este proyecto como alternativa de inversión para la tasa de oportunidad definida, permite visualizar ganancias a largo plazo, según el estudio financiero, de modo que es viable el proyecto.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alcaldía de Santa Cruz de Llorica . (2018). *Alcaldía de Santa Cruz de Llorica*. Recuperado el 28 de 03 de 2020, de <http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

Arias, F. G. (2012). Obtenido de http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html

Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

DANE. (14 de 03 de 2019). *DANE INFORMACION PARA TODOS*. Obtenido de DANE INFORMACION PARA TODOS: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Deming, W. E. (s.f.). *CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVAD: La salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos, S. A.

Diccionario de Marketing. (s.f.). Madrid: Ed. Cultural.

economipedia. (s.f.). Recuperado el 06 de 05 de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

eumed.net. (2007). *eumed.net*. Recuperado el 25 de 03 de 2020, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>

Galindo y Rios . (s.f.). “*Productividad*” en *Serie de Estudios Económicos Vol. 1*. México DF
2015: México ¿cómo vamos?

gestiopolis. (12 de 04 de 2002). *gestiopolis*. Recuperado el 25 de 03 de 2020, de
<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/>

Kotler, Bloom, Hayes. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Ediciones Paidós Ibérica
S.A.

LEY 1258 de 2008. (s.f.). *secretariassenado*. Recuperado el 07 de 05 de 2020, de
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

marketingandweb. (s.f.). Recuperado el 06 de 05 de 2020, de
<https://www.marketingandweb.es/marketing/como-hacer-un-resumen-ejecutivo-para-un-plan-de-empresa/>

muypymes. (s.f.). Recuperado el 05 de 06 de 2020, de
<https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>

NASSIR SAPAG, R. S. (s.f.). *PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. McGRAW-
HILL INTERAMERICANA DE MEXICO S.A.

Oster, S. (s.f.). *Milenio 2020*. Recuperado el 06 de 05 de 2020, de
<https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>

pymesfuturo. (s.f.). Recuperado el 06 de 05 de 2020, de
<https://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>

Ramirez, D. N. (2000). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA (5° edición)*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Randall. (2003). Principios de Marketing. En R. Geoffrey. Thomson Editores Sapin.

Reynolds. (1997). Recuperado el 05 de 05 de 2020

Rosales. (2005).

Santa Cruz de Lorica. (2019). Obtenido de Santa Cruz de Lorica: <http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

Staff Qore. (03 de 08 de 2017). Recuperado el 05 de 05 de 2020, de <https://www.qore.com/noticias/57676/Cientificos-revelan-como-se-veia-la-primera-flor-de-la-historia>

verdissimo young forever. (s.f.). Recuperado el 05 de 06 de 2020, de <https://www.verdissimo.com/es/noticias/arreglos-florales>

Verheul. (2001).

webyempresas. (2 de 5 de 2018). *webyempresas*. Recuperado el 25 de 03 de 2020, de <https://www.webyempresas.com/estrategia-publicitaria/>

webyempresas. (s.f.). *webyempresas.com*. Recuperado el 06 de 05 de 2020, de <https://www.webyempresas.com/mercado-potencial-que-es-caracteristicas-e-importancia/>

wiki-finanzas. (s.f.). Recuperado el 06 de 05 de 2020, de <http://wiki-finanzas.com/index.php?seccion=Contenido&id=2012C0390>

Zona *Economica.com.* (s.f.). Recuperado el 6 de 5 de 2020, de
<https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

12. ANEXOS

12.1 MODELO DE ENCUESTA

ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN DE SANTA CRUZ DE LORICA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DE ARREGLOS FLORALES.

KIMA FLORISTERIA

Nombre y Apellidos: _____

1. SEXO

Mujeres

Hombres

2. Rango de edad

15-25 Años

26-35 Años

36-45 Años

46-55 Años

56 Años o más

3. ¿Le gustan las flores?

SI

NO

4. ¿Qué tipo de flores prefiere?

Naturales

Artificiales

5. ¿Con qué frecuencia compra flores?

Semanal

Quincenal

Mensual

Trimestral

6. ¿Para qué eventos compra flores?

Cumpleaños

Aniversarios

Sepelios

Decoraciones

Otros

7. ¿Encuentra lugares en loriga dónde pueda adquirir flores o arreglos de su preferencia?

SI

NO

MUY POCO

TOTAL

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo o ramo floral?

15.000-30.000 pesos

30.000-50.000 pesos

50.000-100.000 pesos

100.000 pesos o más

12.2 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Tabla 41

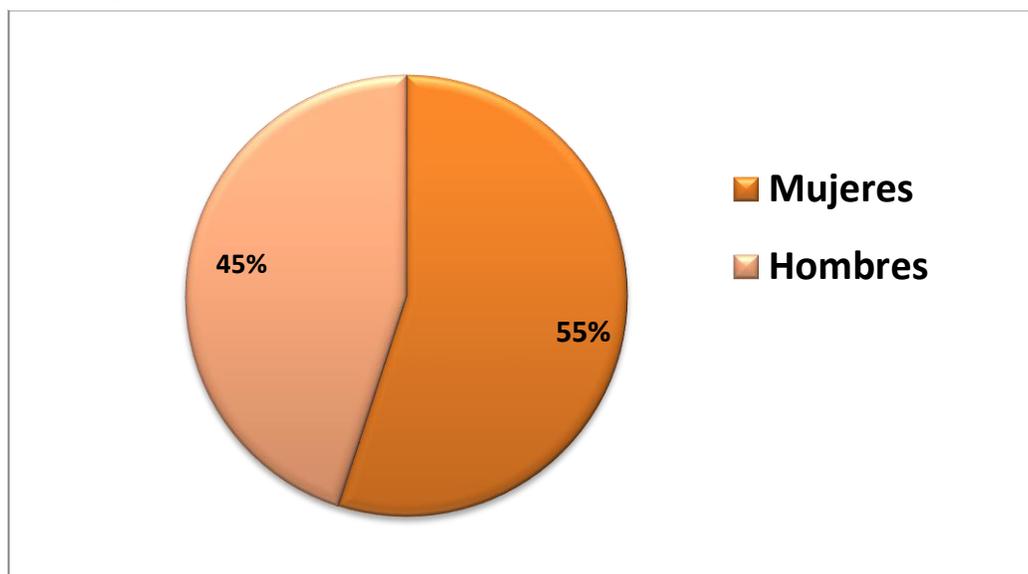
SEXO

SEXO	ENCUESTADOS	%
Mujeres	211	55%
Hombres	173	45%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Fuente Propia.

Grafico 5

SEXO



Elaboración: Fuente Propia.

De acuerdo a la encuesta realizada a las 384 personas, el 45% de los encuestados representa a los hombres y el 55% representa a las mujeres, lo cual, evidencia que en su gran mayoría es a estas, a quienes las flores atrae en gran manera. Sin embargo, aun el porcentaje de hombres a

quienes gustan las flores, es considerable, por lo que se determina un potencial y amplio mercado para el producto.

Tabla 42

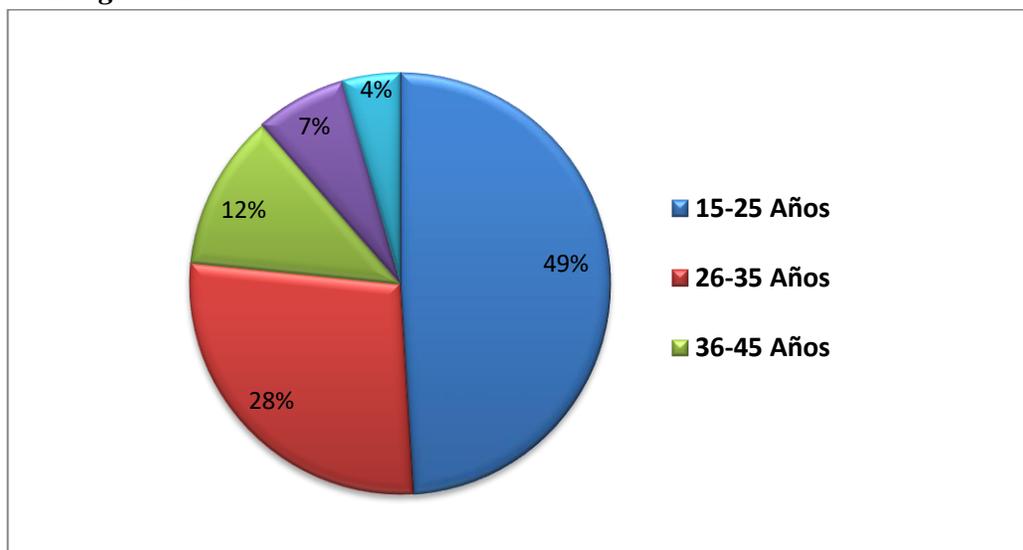
Rango de Edad

Rango de edad	ENCUESTADOS	%
15-25 Años	188	49%
26-35 Años	106	28%
36-45 Años	46	12%
46-55 Años	27	7%
56 Años o mas	17	4%
TOTAL	384	100%

Elaboración: Fuente Propia.

Grafico 6

Rango de Edad



Elaboración: Fuente Propia.

De acuerdo a la encuesta realizada a las 384 personas, el 49% de los encuestados se encuentra en un rango de edad entre los 15 y los 25 años, el 28% entre los 26 y 35 años, el 12 % entre los 36 y 45, el 7% entre los 46 y 55 años y el 4% entre 56 años de edad o más. De manera general la gran mayoría de los encuestados son jóvenes y representan un factor importante en la economía debido a su capacidad productiva, e igual que el segmento de 26 a 35 años, que representa un 28%, estos al pertenecer a la población activa laboral, cuentan con la capacidad adquisitiva necesaria para adquirir los productos, estos dos segmentos de edades suman un 77%, suficiente para considerar apropiado este aspecto el desarrollo de este proyecto.

Tabla 43

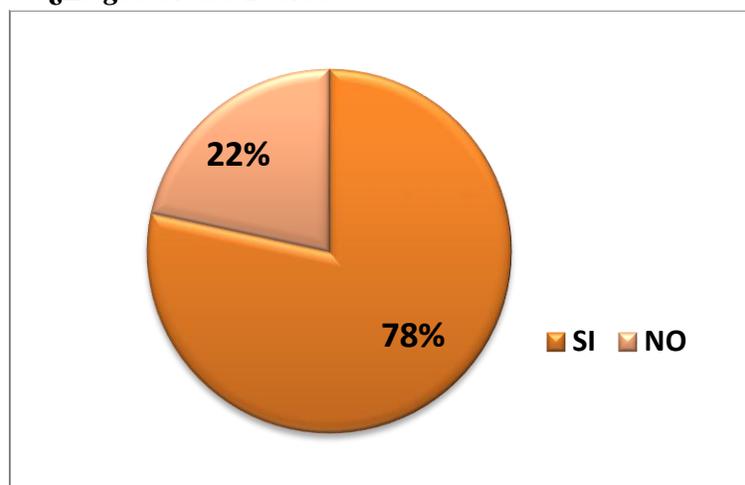
¿Le gustan las Flores?

¿Le gustan las flores?	ENCUESTADOS	%
SI	301	78%
NO	83	22%
TOTAL	384	100%

Elaboración:
Fuente Propia.

Grafico 7

¿Le gustan las Flores?



Elaboración: Fuente Propia.

De acuerdo con esta información es evidente que al 78% de los encuestados si les gusta la flores y al 22 % de la población no les gusta las flores, por lo cual las siguientes respuestas fueron respondidas por 301 personas a las cuales si les gusta las flores. En resumen se puede concluir que la aceptación por este tipo de productos naturales, enmarcados en un ámbito de preferencia o gusto por el cliente, antes que una necesidad como tal, es considerablemente alta.

Tabla 44

¿Qué tipo de flores prefiere?

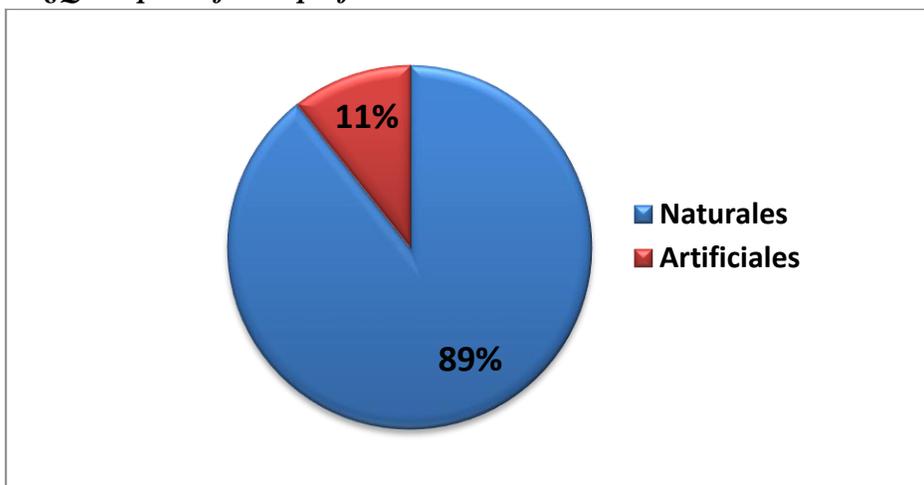
¿Qué tipo de flores prefiere?	ENCUESTADOS	%
Naturales	269	89,4%
Artificiales	32	10,6%

TOTAL	301	100%
--------------	-----	------

Elaboración: Fuente Propia.

Grafico 8

¿Qué tipo de flores prefiere?



Elaboración: Fuente Propia.

301 respuestas, de los cuales el 89% prefieren flores naturales y el 11% prefieren flores artificiales, esto denota una amplia orientación hacia el producto que la empresa desarrolla, debido a su acercamiento con el factor “flores naturales”, pues los adornos florales serán con flores de esta naturaleza, lo que es muy favorable en este mercado.

Tabla 45

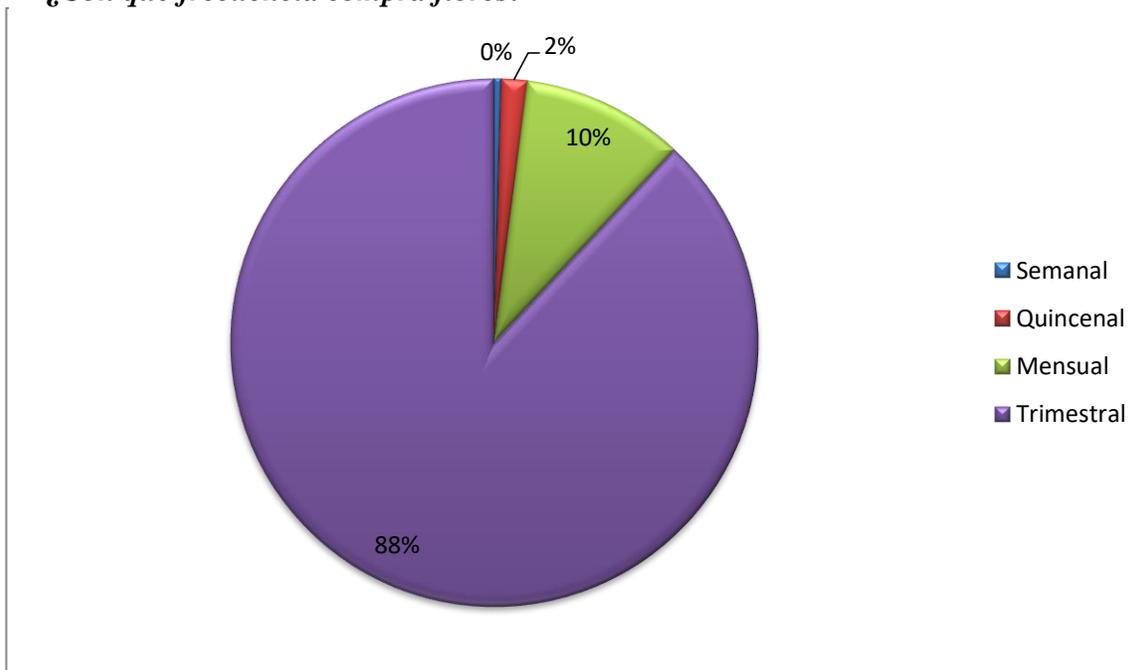
¿Con qué frecuencia compra flores?

¿Con qué frecuencia compra flores?	Cantidad de arreglos florales	%
Semanal	1	0.4
Quincenal	5	1.6
Mensual	30	9.97
Trimestral	265	88.03
TOTAL	301	100%

Elaboración: Fuente Propia.

Gráfico 9

¿Con qué frecuencia compra flores?



Elaboración: Fuente Propia.

Teniendo en cuenta la información anterior se puede deducir que el 88 % de las personas que le gustan las flores las compran trimestralmente, el 10% compran muchas flores mensualmente, el 2% compran pocas flores y el 0% por lo general nunca compran de estas. Esto nos indica el potencial stock que se debería tener en bodega, considerando que más del 50% de la población compra trimestral o regularmente este tipo de productos, aspecto que es bastante relevante para el ejercicio diario de la empresa, ya que, al conocer esta información, se podrían combinar estrategias de promoción y publicidad para destacar unas ventas recurrentes elevadas, en el ejercicio de la actividad económica de la empresa.

Tabla 46

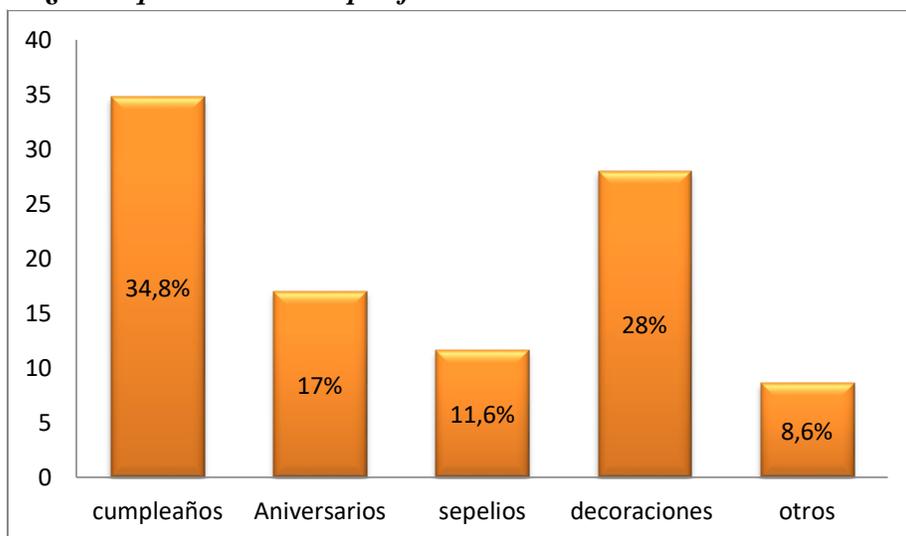
¿Para qué eventos compra flores?

¿Para qué eventos compra flores?	ENCUESTADOS	%
Cumpleaños	105	34,8%
Aniversarios	51	17%
Sepelios	35	11,6%
Decoraciones	84	28%
Otros	26	8,6%
TOTAL	301	100%

Elaboración: Fuente Propia.

Grafico 10

¿Para qué eventos compra flores?



Elaboración: Fuente Propia.

De acuerdo al gráfico anterior se puede evidenciar que el 34,8 % de las personas encuestadas compran flores para cumpleaños, el 17% compran para aniversarios, el 11,6% compran para sepelios, el 28% compran flores para decoraciones y el 8,6% las compra para algún otro tipo de eventos. Considerando esta información y que todos los días, las personas cumplen años, el porcentaje de personas que comprarían este tipo de productos, para fechas especiales, es relativamente alto, y potencialmente es una demanda que se puede satisfacer de manera efectiva.

Tabla 47

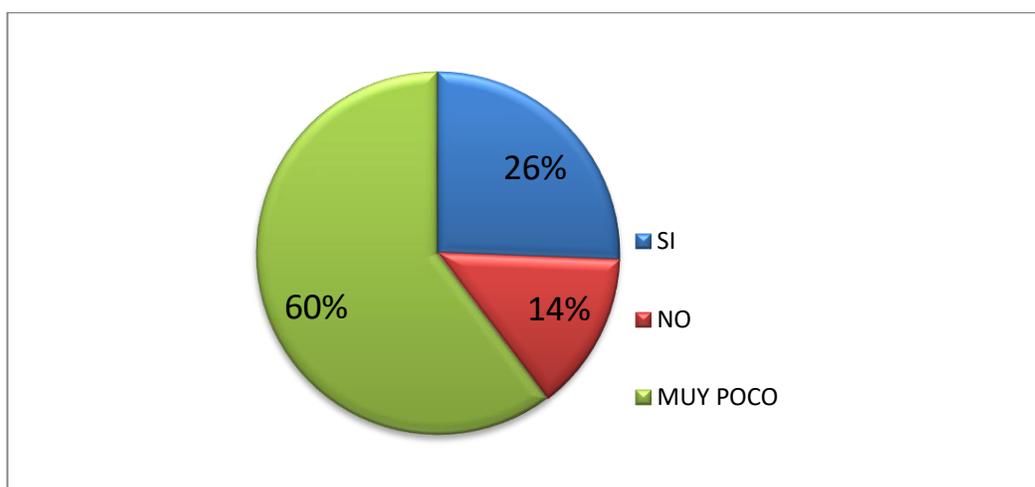
¿Encuentra lugares en lorica dónde pueda adquirir flores o arreglos de su preferencia?

¿Encuentra lugares en lorica dónde pueda adquirir flores o arreglos de su preferencia?	ENCUESTADOS	%
SI	78	25,6%
NO	43	14,1%
MUY POCO	184	60,3%
TOTAL	301	100%

Elaboración: Fuente Propia.

Grafico 11

¿Encuentra lugares en lorica dónde pueda adquirir flores o arreglos de su preferencia?



Elaboración: Fuente Propia.

Teniendo en cuenta el grafico anterior el 60% de la población que le gustan las flores muy poco encuentran lugares en el municipio donde puedan adquirir este tipo de productos, lo que representa una ventaja, para empezar un negocio como este, ya que si comparamos este gráfico con el de las personas a las cuales les gustan las flores, en este municipio, podemos determinar que la oferta no está siendo suficiente para este tipo de producto, por otra parte, tenemos el 26% de la población que si encuentran un lugar para comprar, aunque sean funerarias, o florerías clandestinas, ósea de trabajadores informales y el 14% no encuentran, lo cual muestra que existe una demanda insatisfecha.

Tabla 48

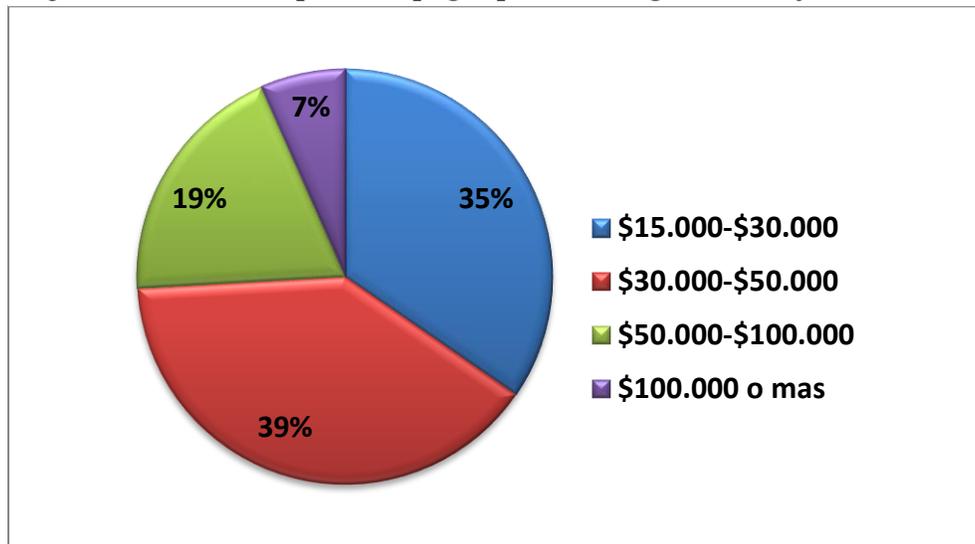
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo o ramo floral?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo o ramo floral?	ENCUESTADOS	%
15.000-30.000 pesos	106	34,6%
30.000-50.000 pesos	121	39,5%
50.000-100.000 pesos	59	19,3%
100.000 pesos o mas	15	6,6%
TOTAL	301	100%

Elaboración: Fuente Propia.

Grafico 12

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo o ramo floral?



Elaboración: Fuente Propia.

Se obtiene de la información anterior que el 39% de la población encuestada está dispuesta a pagar entre \$ 30.000 y \$ 50.000, el 35% de la población está dispuesto a pagar entre \$15.000 y \$30.000, si combinamos esta información el 74% de la población encuestada, pagaría de \$15.000 a \$50.000 pesos, lo cual es un espectro bastante útil a tener en cuenta, el 19% de la población está dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$100.000, al igual que el 7%, está dispuesto a pagar \$100.000 o más por un arreglo o ramos floral. Este ya es un público más minoritario y exclusivo, suponiendo una limitación en la cantidad de demandantes debido al precio, de modo que el precio más aceptable y que no afecta en los costos de producción de la empresa sería de \$50.000, ya que no se sale del rango o porcentaje más elevado de compra, pero tampoco es un precio demasiado bajo.

12.3 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.

REGLAMENTO INTERNO

CAPÍTULO I

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

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

ART. 2º — Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa 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.

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. 7°).

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

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

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

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

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

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).

CAPÍTULO V

Las horas extras y trabajo nocturno

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

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

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

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

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

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

PAR. 2º — Descanso en día sábado. Pueden repartirse las cuarenta y ocho (48) horas semanales de trabajo ampliando la jornada ordinaria hasta por dos horas, por acuerdo entre las partes, pero con el fin exclusivo de permitir a los trabajadores el descanso durante todo el sábado. Esta ampliación no constituye trabajo suplementario o de horas extras.

CAPÍTULO VI

Días de descanso legalmente obligatorios

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

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

2. 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. 1°, dic. 22/83).

PAR. 1° — 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. 5°).

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

PAR. 3° — 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.

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..

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, núm. 1°).

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

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

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.

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. (L. 50/90, art. 18).

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

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

Períodos de pago:

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

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

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

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.

CAPÍTULO IX

Prescripciones de orden

ART. 38. — Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.

e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.

f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.

g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.

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

i) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

CAPÍTULO X

Orden jerárquico

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

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

CAPÍTULO XI

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.

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

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

10. 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.

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

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

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 riesgos 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. (CST, art. 58).

ART. 44. — Se prohíbe a la empresa:

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

a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.

b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley los autorice.

c) El Banco Popular, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 24 de 1952, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza, y

d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos del artículo 250 del Código Sustantivo de Trabajo.

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

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

4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores el ejercicio de su derecho de asociación.

5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.

6. Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.

7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7º del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.

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

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

11. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad (CST, art. 59).

ART. 45. — Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.

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

3. 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.

4. 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.

5. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.

6. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado (CST, art. 60).

CAPÍTULO XII

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.

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).

CAPÍTULO XIII

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

ART. 51. — Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de: Ejemplo: gerente, subgerente, quien los 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 empresa Comercializadora... no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

CAPÍTULO XIV

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 XV

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 XVI

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 XVII

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 conviviente, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

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 conviviente;

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

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 conviviente en las situaciones presentadas, manteniendo el principio de la confidencialidad en los casos que así lo ameritaren.

e) Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más

efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.

f) Atender las conminaciones preventivas que formularen los inspectores de trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2° del artículo 9° de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes.

g) Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.

3. Este comité se reunirá por lo menos una vez por mes, 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 conviviente, si fuere necesario; formulará las recomendaciones que estime indispensables y, en casos especiales, promoverá entre los involucrados compromisos de convivencia.

5. 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.

Fecha: 08-05-2020

Dirección: Cra 25 #26-49 B/ Los Andes

Ciudad: Lorica

Departamento: Córdoba

Representante legal: Liz Yaneth López Padilla