

**Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Galletas de Limón
en el Municipio de Sahagún Córdoba en el Año 2020**

José David Hernández Díaz

José Manuel López Rodríguez

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Sahagún – Córdoba

2020

**Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Galletas de Limón
en el Municipio de Sahagún Córdoba en el Año 2020**

José David Hernández Díaz

José Manuel López Rodríguez

**Trabajo de Grado Presentado como Requisito para Optar el Título de
Administrador en Finanzas y Negocios internacionales**

Director: Leonardo Antonio Díaz Pertuz

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Sahagún – Córdoba

2020

Constancia de aprobación de tutores

NOTA DE ACEPTACIÓN

Director

Jurado

Jurado

Sahagún, 2020

Dedicatoria

Dedicado a Dios y a nuestros padres quienes nos han fortalecido incondicionalmente.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios y a todas las personas que nos apoyaron en nuestra labor académica, a la oportunidad que nos ofreció la Universidad de Córdoba y todos nuestros profesores del programa administración en finanzas y negocios internacionales que siempre le tendremos un profundo respeto.

Tabla de Contenidos

Introducción	1
Resumen Ejecutivo	4
1. Referente Teórico y Conceptual	5
1.1 Referente Teórico	5
1.2 Referente Conceptual	7
2. Módulo de Mercado	12
2.1 Producto o Servicios	12
2.1.1 Características Técnicas.	12
2.1.2 Usos del Producto.	12
2.1.3 Beneficios.	12
2.1.4 Productos Sustitutos.	13
2.1.5 Productos Complementarios.	13
2.2 Consumidor Final.	13
2.3 Segmentación de Mercado.	14
2.4. Característica Sociocultural	15
2.5 Delimitación del Área Geográfica	16
2.6 Análisis de la Demanda	18
2.6.1 Diseño Muestral	18
2.6.2 Validación del Instrumento	19
2.6.3 Cálculo de la Demanda Actual	19
2.6.4 Proyección de la Demanda Actual	22
2.7. Análisis de la Oferta	24

2.7.1 Cálculo de la Oferta Actual	24
2.7.2 Proyección Oferta Actual:	25
2.8 Determinación de la Demanda Existente	26
2.8.1 Tipo de Demanda	26
2.9 Análisis de Precio	26
2.10 Canales de Comercialización	26
2.11. Imagen del Producto	27
2.12 Estrategia de Publicidad	27
3. Modulo Técnico y Organizacional	29
3.1. Tamaño del Proyecto.	29
3.2 Localización	31
3.2.1 Estudio de Localización a Nivel Macro	31
3.2.2 Estudio de la Localización a Nivel Micro	33
3.4 Proceso de Producción y Comercialización de Galleta de Limón	35
3.4.1 Descripción de Flujo de Procesos	36
3.5 Naturaleza Jurídica	36
3.6 Misión y Visión	37
3.6.1 Misión	37
3.6.2 Visión	37
3.7. Organigrama	38
3.8 Manual de Funciones	39
4. Módulo de Impacto Social, Económico y Ambiental.	43
5. Modulo Financiero	46

5.1 Activos	46
5.2 Inversiones Diferidas	47
5.3 Costo de Producción	48
5.4 Gastos de Depreciación	50
5.5 Remuneración al Personal Administrativo	51
5.8 Servicios	52
5.9 Distribución de Costos	52
5.10 Calculo del Punto de Equilibrio	53
5.11 Calculo del Capital de Trabajo	55
5.12 Flujo Neto de Inversiones	57
5.13 Presupuesto de Ingreso	58
5.14 Presupuesto de Costo de Producción	58
5.15 Presupuesto de Gastos de Administración	59
5.16 Presupuesto Gastos de Ventas	60
5.17 Presupuesto de Costo Operacional	60
5.18 Flujo Neto Operacional	61
5.19 Flujo Neto del Negocio	61
5.20 Balance General	62
5.21 Estado de Resultado	64
5.22 Evaluación Financiera del Proyecto	65
5.22.1 Valor Presente Neto.	65
5.22.2 Relación Beneficio Costo RB/C	66
5.22.3 Tasa Interna de Retorno	66

6. Fuente de Financiación	68
Conclusiones	69
Recomendaciones	70
Bibliografía	71
Anexos	78

Lista de Tablas

Tabla 1 Variable Geográfica-----	14
Tabla 2 Variable Demográfica-----	14
Tabla 3 Variable Psicográfica -----	15
Tabla 4 Hábitos de Compra de Galletas de limón-----	20
Tabla 5 Cantidad Compra Galleta de limón -----	20
Tabla 6 Frecuencia de Compra Galletas de Limón -----	20
Tabla 7 Momento del día en que Consume Galletas de Limón -----	21
Tabla 8 Preferencia de Compra de Galletas de Limón -----	21
Tabla 9 Precio en el que se Adquiere la Galleta de Limón -----	21
Tabla 10 Modo de presentación del producto Galleta de Limón-----	22
Tabla 11 Demanda Anual de Galletas de Limón-----	22
Tabla 12 Proyección de la Demanda Actual-----	23
Tabla 13 Ventas de Galletas de Limón -----	24
Tabla 14 Cálculo de la Oferta Actual de Galletas de Limón -----	25
Tabla 15 Galletas de Limón-----	26
Tabla 16 Maquinaria -----	30
Tabla 17 Macro Localización-----	32
Tabla 18 Miro Localización-----	33
Tabla 19 Manual de Funciones del Gerente -----	39
Tabla 20 Manual de Funciones del Auxiliar contable -----	40
Tabla 21 Manual de Funciones del Asesor comercial -----	41
Tabla 22 Manual de Funciones del Jefe de Operación -----	42

Tabla 23 Activos Fijos-----	46
Tabla 24 Equipos de Oficina-----	46
Tabla 25 Maquinaria y Equipos para Producción-----	47
Tabla 26 Inversiones Diferidas -----	47
Tabla 27 Materia Prima Directa-----	48
Tabla 28 Materiales Indirectos -----	49
Tabla 29 Mano de Obra -----	49
Tabla 30 Gastos de Depreciación -----	50
Tabla 31 Remuneración al Personal Administrativo-----	51
Tabla 32 Otros Gastos Administrativos -----	51
Tabla 33 Gastos de Venta -----	51
Tabla 34 Servicios-----	52
Tabla 35 Distribución de Costos -----	52
Tabla 36 Programa de Inversión Fija del Proyecto -----	54
Tabla 37 Calculo del Capital de Trabajo -----	55
Tabla 38 Inversión en Capital de Trabajo-----	55
Tabla 39 Programa de Inversión -----	56
Tabla 40 Valor Residual del Activo -----	56
Tabla 41 Flujo Neto de Inversiones-----	57
Tabla 42 Presupuesto de Ingreso -----	58
Tabla 43 Presupuesto de Costo de Producción -----	58
Tabla 44 Presupuesto de Gastos de Administración -----	59
Tabla 45 Presupuesto Gastos de Ventas-----	60

Tabla 46 Presupuesto de Costo Operacional-----	60
Tabla 47 Flujo Neto Operacional -----	61
Tabla 48 Flujo Neto del Negocio-----	61
Tabla 49 Balance General-----	62
Tabla 50 Estado de Resultado -----	64
Tabla 51 Cálculo del VPN -----	65
Tabla 52 Cálculo de la T.I.R. -----	66
Tabla 53 Tabla de Frecuencias Pregunta 1-----	80
Tabla 54 Tabla de Frecuencias Pregunta 2-----	80
Tabla 55 Tabla Pregunta 3 -----	81
Tabla 56 Tabla Pregunta 4 -----	81
Tabla 57 Tabla Pregunta 5 -----	82
Tabla 58 Tabla Pregunta 6 -----	82
Tabla 59 Tabla Pregunta 7 -----	83

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Canal de Comercialización -----	27
Ilustración 2 Imagen del Producto-----	27
Ilustración 3 Distribución en Planta -----	34
Ilustración 4 Proceso de Producción y Comercialización de Galleta de Limón -----	35
Ilustración 5 Organigrama-----	38
Ilustración 6 Flujo Neto del Negocio-----	62
Ilustración 7 Constancia de Juicio de Expertos -----	84
Ilustración 8 Constancia de Juicio de Expertos #2 -----	85
Ilustración 9 Constancia de Juicio de Expertos #3 -----	86

Introducción

El municipio de Sahagún, oficialmente llamado San Juan de Sahagún y conocido a nivel nacional como la ciudad cultural de Córdoba, tiene una extensión territorial de 992 km y una población de 137.527 habitantes; el clima es cálido y su temperatura promedio es 27 °C (80.6 °F). Se encuentra localizado sobre la carretera troncal de occidente, a 69 kilómetros al nororiente de Montería. Sus terrenos son planos, conformando la región conocida como las sabanas de Córdoba. Sahagún se ha convertido en el quinto municipio más poblado de Córdoba. (Alcaldía de Sahagún, 2019).

Durante los últimos mandatos, el municipio de Sahagún, ha estado en constante crecimiento dado el significativo aporte económico que ha recibido de la administración municipal, departamental y nacional, representados en cerca de 30 mil millones de pesos y que se han reflejado en construcción, deporte y recreación, vivienda, edificaciones, salud y recuperación del espacio público (Villadiego, 2016). Todos estos aportes económicos que el gobierno ha realizado en el municipio tienen como objetivo primordial, crear iniciativas y fomentar el crecimiento de sus negocios, para dignificar el trabajo y el empleo.

Los cambios económicos de nuestro país han afectado al mercado laboral, es decir la sobre-educación es una situación de emparejamiento imperfecto en el mercado laboral que se presenta cuando un individuo acepta un empleo que requiere un nivel de educación inferior al que él posee. Este concepto fue planteado por (Freeman, 1975 citado en Mora, s.f). Al determinar las posibles causas de la informalidad laboral, en el municipio de Sahagún podemos ubicar geográficamente que nuestro municipio posee un 7.1% en los que respecta a todas las micro empresas que existen en nuestro departamento. Demostrando así que en el municipio de

Sahagún tiene una tasa de empleo informal bastante considerable, lo que conlleva a una problemática laboral en nuestro municipio.

Además de lo anterior, se debe mencionar que en la actualidad están apareciendo empresas informales que entran a competir con aquellas que están legalmente constituidas, las cuales se deduce posiblemente de la falta de empleo en el país, cifra que según el DANE (2019) se ubicó en un 11.7% en el mes de julio de 2019, aumentando un punto porcentual en relación al año anterior. Estas empresas informales también perjudican el crecimiento de los nuevos emprendimientos que se ven forzados a competir con empresas que no pagan impuestos.

Otro factor o problemática que ha afectado la economía este año ha sido el del Covid 19 (coronavirus), esta pandemia ha afectado la economía global, ya que muchas empresas tuvieron que cerrar sus puertas, debido al contagio y a las muertes masivas que produjo ésta enfermedad. Además de esto, el cierre no sólo de las grandes empresas, sino también, de las micros y pequeñas empresas conlleva a que quebraran, dejando a muchas personas sin empleo y sin el sustento diario por motivo del confinamiento que esta enfermedad produjo.

Siendo Sahagún un municipio del departamento de Córdoba con una densidad poblacional en la actualidad de 137.527 habitantes, convirtiéndose en un mercado potencial para la producción y comercialización de galletas de limón, Además de esto, es aceptable fomentar en estudiante y emprendedores la creación de empresa relacionadas con el sector debido a la oportunidad existente en el mercado.

Ante lo anteriormente planteado se formuló la pregunta de investigación ¿Es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de limón En el municipio de Sahagún Córdoba?

El objetivo general planteado fue determinar la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de limón dirigida a los habitantes del municipio de Sahagún Córdoba. La metodología utilizada fue la descriptiva utilizando un método deductivo aplicando la técnica de encuesta a la población objeto de estudio.

Resumen Ejecutivo

Empresa: "Josephs Lemon Cookies S.A.S"

Ubicación: CR 11B 1AS-32 Barrio El Triunfo – Sahagún-Córdoba

Oportunidad de Negocio: producir y comercializar Galletas De Limón

Competidores:

- Mis delicias: galletas de limón
- Pastelería Santa Elena
- Galletas Nutrivida
- Festival

Producto: Galletas De Limón

El precio por el producto de las galletas de limón oscila entre 800 a 2000. Dependiendo del contenido que el consumidor final esté dispuesto a comprar por paquetes.

Presupuesto de inversión: se requiere una inversión total de \$39.050.000

1. Referente Teórico y Conceptual

1.1 Referente Teórico

Creación de Empresa

Para llevar a cabo la creación de empresa es indispensable formular un proyecto de inversión. El proyecto es “un proceso único, que consiste en un conjunto de actividades coordinadas y controladas con fechas de inicio y finalización, llevadas a cabo para lograr un objetivo conforme con requisitos específicos y requerimientos específicos, incluyendo las limitaciones de tiempo, coste y recursos” (ISO, 2017).

Un proyecto es un esfuerzo de carácter temporal llevado a cabo con objeto de crear un producto o servicio único. (Project Management Institute, 2012 citado en Ruiz, 2019)

Entre tanto dice (Hernández, 2017), que un proyecto es un análisis cuidadoso de una idea que puede surgir de una persona o grupo de personas del sector público o privado y en cualquier sector de la economía, para crear una unidad productiva de bienes y servicios en beneficio tanto de interesados en la idea como de la población a la cual va dirigido el proyecto.

Los estudios que se deben llevar a cabo para la creación de empresa según (Contreras, 2015) son:

Estudio de Mercado. La realización del estudio de mercado para la realización de un producto, ya sea bien o servicio, tiene enorme importancia en la formulación del proyecto, ya que será la base a partir de la cual se podrá continuar los restantes estudios.

Los datos que suministran se constituyen en requisitos indispensables para los estudios de tipo técnico y financiero del proyecto. El estudio de mercado le permitirá establecer las cantidades del bien o el servicio, procedentes del proyecto, que la comunidad de una zona geográfica estará dispuestas a adquirir a determinado precio. Además, facilitará el conocimiento

de las necesidades y característica de los consumidores potenciales, de los canales de distribución, estrategia de promoción y publicidad, evolución de la demanda, condiciones de los proveedores entre otros.

Con el estudio de mercado se busca probar que existe un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplen ciertos requisitos para constituir una demanda que justifique la producción de un bien o la prestación de un servicio en un periodo de tiempo determinado. Los componentes del estudio de mercado son: producto, usuario o consumidores, delimitación del área geográfica análisis de la demanda, análisis de la oferta, determinación del tipo de demanda, precio, comercialización y mercado de insumos.

Estudio Técnico. A través del estudio técnico se diseña la función de producción óptima que mejor utiliza los recursos disponibles para obtener los productos deseados, sea este un bien o servicio. Este estudio indica cuando, donde, cuanto, como, y con que producir el producto y servicio que se va a ofrecer en la empresa. Los componentes de este estudio son: determinación del tamaño de planta, localización de la planta, distribución en planta, proceso productivo, maquinaria y equipos necesarios.

Estudio Administrativo. Uno de los aspectos que pueden constituirse en un momento dado en un factor determinante del éxito o fracaso de una empresa es la organización empresarial. En el estudio administrativo, se realiza los siguientes elementos: constitución jurídica de la empresa, misión, visión, estructura organizacional, manual de funciones, reglamento interno de trabajo e imagen corporativa.

Estudio Financiero. En el estudio financiero se determina el monto de los recursos financieros en el proyecto de creación de empresa, además se proyecta los resultados financieros en el periodo de evaluación. El estudio financiero comprende: inversiones fijas requeridas, costos

y gastos, punto de equilibrio, capital de trabajo, flujo neto de inversión, proyecciones financieras, flujo neto de operación y flujo neto del proyecto.

Evaluación del proyecto. Según (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2010), los pasos desarrollados en los estudios de mercado, técnico, administrativo, y financieros permiten complementar la conformación del proyectos, se procede entonces a efectuar su evaluación. Para que un proyecto cualquiera sea aceptado debe estar plenamente justificado desde el punto de vista privado y social debe ofrecer un retorno que sea lo suficientemente atractivo para la inversión privada; así mismo deben identificarse los beneficios sociales que genera el proyecto de manera directa o indirecta. La evaluación va a permitir decidir si se lleva a cabo o no el proyecto. Existen tres tipos de evaluación de proyecto: financiera, económica y social.

La evaluación financiera establece los aspectos a favor y en contra de los proyectos de inversión desde el punto de vista de los inversionistas del sector privado. La evaluación económica está basada en los beneficios y costos que afectan positiva y negativamente a la comunidad, su objetivo es medir el impacto del proyecto sobre el bienestar nacional.

La evaluación social complementa la evaluación económica y tiene que ver con el valor de las metas deseadas de la sociedad.

1.2 Referente Conceptual

Galletas: Según el diccionario (Educalingo, 2020), la galleta es un pastel horneado y seco, del tamaño de un bocado, que puede conservarse varios días. Está hecha a base de harina, mantequilla u otro tipo de grasa, azúcar y a menudo huevos. Además de los indicados como básicos, las galletas pueden incorporar otros ingredientes que hacen que la variedad sea muy grande. Pueden ser saladas o dulces, simples o rellenas, o con diferentes agregados de cosas (como frutos secos, chocolate, mermelada y otros).

Limón: Según el diccionario (Oxford Lexico, 2020), el limón es definido como el fruto del limonero, comestible, de forma ovalada, piel de color amarillo o verde y pulpa dividida en gajos, de sabor ácido y muy aromático.

Factibilidad: La factibilidad de un proyecto se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Alegsa, 2018)

Plan de negocio: Según (Arturo K, 2020) un plan de negocios (también conocido como proyecto de negocio o plan de empresa) es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada.

Demanda: Según (Gómez Rogriguez , y otros, 2016) demanda es la cantidad de bienes y servicios (o factores) que un comprador quiere adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferente precio, suponiendo que otras cosas, tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes le permanecen constante.

Estudio de Mercado: Según (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2010), un estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

Segmentación de mercado: Según (Armstrong & Kotler, 2016), a través de la segmentación del mercado, las empresas dividen los mercados grandes y heterogéneos en segmentos a los que pueden llegar de manera más eficiente y eficaz con productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas. Los criterios más utilizados para segmentar incluyen las diferencias geográficas, diferencias de personalidades, diferencias demográficas, diferencias en el uso de productos y diferencias psicográficas, conductuales.

Tendencias de mercado: Según (Impulsa, 2020), una tendencia de mercado es inclinación en la cual un mercado se traslada en un sentido particular en cierto periodo de tiempo.

Estudio financiero: Según (Díaz Arredondo, 2020), el estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque la función de producción, administración y ventas), así como otra serie de criterios que comparan flujos de beneficios y costos; esta evaluación permite determinar si conviene llevar a efecto un proyecto, o sea, si es o no rentable, y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o puede postergarse su inicio. Los datos que son registrados en los componentes del estudio financiero, son el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, y será utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto.

Marketing mix: Según (Anónimo, 2020) el marketing mix es un análisis de la estrategia interna desarrollada comúnmente por las empresas. Se analizan cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

Tendencia: Según (Llerandi, 2020), una tendencia en un sentido general, es un patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un período. En términos del

análisis técnico, la tendencia es simplemente la dirección o rumbo del mercado. Pero es preciso tener una definición más precisa para poder trabajar. Es importante entender que los mercados no se mueven en línea recta en ninguna dirección.

Resumen ejecutivo: Según (Grandes Pymes, 2020) el resumen ejecutivo, es un resumen de las demás partes del plan de negocios, que incluye una breve descripción del negocio, las razones que justifican su puesta en marcha, el equipo de trabajo, la inversión requerida y la rentabilidad del proyecto.

Definición del negocio: Según (Salazar Corté, 2019) la definición del negocio describe qué productos o servicios se van a ofrecer, incluyendo el nombre del negocio y la delimitación geográfica del proyecto. De la misma forma, se establecen los objetivos y la forma en cómo lograrlos.

Estudio técnico: Según (Rosales, 2005 citado en Universidad para la Cooperación Internacional., s.f), en el estudio técnico se describen los requerimientos físicos necesarios para el funcionamiento del negocio. 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.

Organización: Según (Olivares, 2019) la organización se describe la estructura jurídica y orgánica del negocio, las áreas o departamentos, los cargos y funciones, el requerimiento de personal, los gastos de personal y los sistemas de información.

Estudio de la inversión y financiamiento: En esta parte se señala la inversión que se va a requerir para poner en marcha el negocio y hacerlo funcionar durante el primer ciclo productivo, y el financiamiento externo que se va a buscar si fuera el caso. (K, Arturo, 2020)

Estudio Administrativo: Según (López Parra, Aceves López, Pellat, & Puerta, 2020) El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. El estudio administrativo tiene como finalidad definir las necesidades del perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, la estructura y estilo de dirección, los mecanismos de control, la política de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y los resultados contando con todos estos elementos.

Ubicación estratégica: Según (Yory, 2006), la ubicación estratégica es el proceso de colocar una empresa en un entorno donde va a aprovechar al máximo su ubicación.

Oferta: Según la (Universidad de San Martín de Porres, 2018) en su manual de introducción a la economía, el lado de la oferta de un mercado se refiere normalmente a los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. Cuando se analiza la oferta de un bien, se mantienen constantes todos los factores que pueden influir en su comportamiento, con excepción del precio del bien.

TIR: Según (Mete, 2014) la tasa interna de retorno se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0.

2. Módulo de Mercado

2.1 Producto o Servicios

El producto con el cual comenzará la empresa Josephs Lemon Cookies S.A.S son las “galletas de limón” este producto es elaborado a base de harina, ralladuras de limón, azúcar, huevo, mantequilla, leche, bicarbonato, y el toque tradicional de la región cordobesa que las hace diferente a las galletas de limón de otras empresas que son la nuez moscada y la canela que le dan un olor, sabor y textura diferentes. Este será empacado bolsa plástica para mayor comodidad de nuestro cliente.

2.1.1 Características Técnicas.

El producto a ofrecer en el plan de negocio es la producción y comercialización de galletas de limón, garantizando su calidad y entrega oportuna, ofreciendo efectividad en el producto que permita posicionar el nombre de la empresa en el mercado local a través del mejoramiento continuo.

2.1.2 Usos del Producto.

Los clientes podrán consumir este producto, ya que estas galletas son perfectas para tomar con leche, te o café, tanto para desayunar, merendar o como postre. Las galletas de limón gustarán tanto a los niños como a los adultos.

2.1.3 Beneficios.

Las galletas de limón tienen muchos beneficios, si analizamos los beneficios del limón, que es uno de los principales componentes para la preparación de las galletas de limón, por ejemplo, algunos de los beneficios del limón es que es un cítrico rico en minerales, sobre todo en potasio, también contiene calcio, magnesio y fósforo.

En cuanto a las vitaminas, la característica principal del limón es su elevado aporte de vitamina C, además de pequeñas cantidades de vitaminas A, B1, B2 y B3. Sin duda, es un producto diurético y antioxidante, que sin excedernos, será un gran aliado en nuestro estilo de alimentación.

2.1.4 Productos Sustitutos.

Entre los productos que pueden sustituir las galletas de limón tenemos:

- Galletas Ducales.
- Galletas Saltín.
- Galletas Festival.
- Galletas Tosh.

2.1.5 Productos Complementarios.

- Café con leche.
- Café (tinto).
- Leche.
- Bebidas gaseosas.

2.2 Consumidor Final.

Nuestro producto será ofrecido a todas las personas de 10 a 65 años y estrato 1, 2,3, del municipio de Sahagún – Córdoba.

2.3 Segmentación de Mercado.

Tabla 1 *Variable Geográfica*

PAIS	Colombia
CIUDAD	Sahagún
CLIMA	Cálido
POBLACIÓN	137.527
DENSIDAD	Urbano

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 2 *Variable Demográfica*

EDAD	10 a 65 años.
SEXO	Masculino y femenino.
EDUCACIÓN	Primaria, secundaria y Universitaria.
RELIGIÓN	No aplica.
RAZA	No aplica.
ESTADO CIVIL	Casados y solteros.
OCUPACIÓN	Asistente Comercial.

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 3 Variable Psicográfica

CLASE SOCIAL	Baja y media.
PERSONALIDAD	Sofisticado, seguro de sí mismo.
GRUPOS DE REFERENCIA	Grupo primario (la familia).
CULTURA	Social y relajado.
MOTIVACIÓN DE COMPRA	Alimentación/ Satisfacción de gustos.
ESTILO DE VIDA	Persona emprendedora, trabajadora, innovadora, dedicada a sus labores con interés y de pasar un buen rato bien sea sólo o con su familia y amigos.
CICLO DE VIDA FAMILIAR	Etapa nido lleno.
NIVEL SOCIOECONÓMICO	1, 2, y 3
TAMAÑO FAMILIAR	Monoparental y Biparental.
NACIONALIDAD	Colombiana.

Fuente: elaboración de los autores

2.4. Característica Sociocultural

Las características socio culturales en una actividad económica y empresarial, no es algo novedoso, basta para ello recordar la clásica obra de (Weber) "La ética protestante y el espíritu del capitalismo", en la cual dicen que, tras un estudio amplio y estadístico, se llegan a la

conclusión de que el desempeño y éxito de una empresa va ligado a aspectos puramente socioculturales de una comunidad.

Por otra parte, el término sociocultural es un aspecto importante dentro de la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de limón, ya que hace referencia a los fenómenos sociales y culturales donde nuestra empresa va a incursionar.

Estos rasgos socioculturales delimitan y representan la forma en que una sociedad se organiza, a través de las relaciones que establecen entre ellas surgiendo patrones de convivencia, reglas y tradiciones que identifican el municipio o la región en donde se encuentran.

Para la creación de nuestra empresa, es necesario saber las características socioculturales, ya que al momento de sacar nuestro producto debemos saber desde cómo comunicarse hasta las costumbres y tradiciones que tiene la comunidad, con el fin de que el consumidor se sienta en confianza con el producto que se va a ofrecer.

2.5 Delimitación del Área Geográfica

El municipio de Sahagún presenta para el año 2020, una población de 137.527 habitantes, Tiene una extensión territorial de 992 km², dividido en de la siguiente manera:

Extensión área urbana: 670km², extensión área rural: 322 km². Además, el clima es cálido y su temperatura promedio es 27°C (80.6 °F), la ciudad se encuentra a 69 km de Montería, La ciudad es llamada la Ciudad Cultural de Córdoba. Según la (Alcaldía de Sahagún).

El municipio de Sahagún limita al: Norte: con el municipio de Chinú al Este: con municipios de la Unión Sucre; Sur: Municipio de Pueblo Nuevo; oeste: municipio de Ciénega de Oro, y está ubicado en la parte nororiental del departamento de Córdoba, y su cabecera municipal se encuentra localizada a los 08° 56' 58" de latitud norte y 75° 26' 52" de longitud

oeste. Se encuentra a 69 Km de la capital del departamento; a una altura de 75 ° El municipio de Sahagún cuenta con una cabecera de 63 barrios; 34 corregimientos; 77 caseríos y 41 veredas.

El 53.6% de la población se concentra en el casco urbano, se dedican, principalmente, a actividades agropecuarias: dos centros de subasta de ganado vacuno y dos arroceras con tecnología de punta, son una muestra del crecimiento del sector; las actividades comerciales y de servicios también logran un papel destacado y su oferta se extiende a los municipio de la Unión, Caimito y San Marcos, en el departamento de Sucre y a San Andrés de Sotavento y Chinú en Córdoba.

El 46.4% de la población del municipio se concentran en área rural y se dedican a la cría de ganado vacuno, cría de aves de corral, cría de porcinos a la siembra de cultivo de maíz, yuca, ñame, ajonjolí, frijol, patilla, piña que son comercializados en el área urbana de Sahagún para el sostenimiento de sus familias.

Cabe resaltar que el municipio de Sahagún cuenta con (27) establecimientos educativos oficiales los cuales (6) se encuentran ubicados en la zona urbana y (21), en la zona rural aproximadamente son 10.815 estudiantes Así mismo existen ocho (8) establecimientos no oficiales todas ubicadas en la zona urbana las cuales cuentan con servicio de internet y WiFi. Igualmente se debe reactivar el acceso a internet. La relación alumno/docente es de 32 en la zona urbana y 29 en la zona rural. Así mismo, la relación alumno computador es de 14. Existen doce (12) kioscos Vive Digital., el 100% de estos establecimientos se encuentran vinculados al programa todos aprender , la Tasa de analfabetismo mayores a 15 años para el (2005) es de 19.3%, así mismo el municipio cuenta con la Escuela de Bellas Artes San Juan de Sahagún, la cual ha graduado Niños, jóvenes y adultos de escasos recursos de las zonas urbana y rural, en los diferentes cursos Libres que ofrece: Acordeón, Batería, Danza, Estimulación Artística, Guitarra,

Pintura, Teatro, Técnica Vocal, Instrumentos de Viento, a través del Proyecto C.R.E.A. Cultiva las Artes, en Convenio con el Ministerio de Cultura. También se ha implementado el programa del Plan Nacional de Música para la Convivencia en los programas de música, con la Banda de Paz del Municipio, música folclórica, todo esto con el objetivo de ofrecer la oportunidad. (Alcaldía de Sahagún, 2016)

A toda la población de desarrollar sus capacidades artísticas y culturales. Así mismo, en el marco del programa de desarrollo artístico y cultural se han venido apoyando eventos y actividades artísticas y culturales, el desarrollo de actividades culturales y folclóricas a través de gestores culturales y se ha entregado dotación de implementos y vestuarios, uno de estos eventos es el Festival Nacional de Cultura. Existe una biblioteca privada.

2.6 Análisis de la Demanda

2.6.1 Diseño Muestral

El tamaño de la muestra se toma utilizando la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

Z = Variable de confianza

N = Tamaño de la población. (Personas de 10 a 65 años).

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

E = Margen de error.

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{(1,95)^2 * 137.527 * 0,5 * 0,5}{(0,5)^2 * (137.527 - 1) + (1,95)^2 * 0,5 * 0,5}$$

n=380 encuestas

2.6.2 Validación del Instrumento

Para determinar la confiabilidad de la investigación de mercado, que permita determinar la factibilidad de la **Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Galletas de Limón en el Municipio de Sahagún**, se utilizó el método de validación denominado juicio de experto. Para lograrlo, se seleccionaron 3 expertos, con el fin de que nos aportaran sus conocimientos para la ejecución de una investigación efectiva y que cumpliera con los objetivos propuestos; posteriormente se llevó a cabo la revisión del contenido de la encuesta y se implementaron los cambios sugeridos por los expertos, para finalmente contar con un instrumento evaluado y ajustado a las necesidades de la investigación (ver anexo 2).

2.6.3 Cálculo de la Demanda Actual

Para el cálculo de la demanda actual de galletas de limón, se tomaron como referencia los resultados obtenidos de las preguntas: 1-2-3-4-5-6-7, del cuestionario aplicado a los habitantes del municipio de Sahagún.

n= 137.527 población de Sahagún. (Personas de 10 a 65 años).

n = 380 encuestas

i = 0.9% (Índice de crecimiento poblacional, para el municipio de Sahagún).

Tabla 4 *Hábitos de Compra de Galletas de limón*

Tabla de Frecuencia	Número de personas	%	Habitantes de Sahagún	Habitantes que consumen
Si	270	71%	137.527	97.644
No	110	29%		
TOTAL	380	100%		

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 5 *Cantidad Compra Galleta de limón*

Cantidad	Cantidad de personas	Porcentaje	Habitantes de la población	Habitantes que consumen
1 galleta	120	44	97.644	42.963
2 galletas	70	26	97.644	25.393
3 galletas	45	17	97.644	16.559
4 galletas	35	13	97.644	12.694
Total	270	100%	97.644	97.644

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 6 *Frecuencia de Compra Galletas de Limón*

Frecuencia	1 galleta	2 galletas	3 galletas	4 galletas	Total	Porcentaje	Habitantes de la población	Habitantes que consumen
Diario	40	20	10	15	85	31,4	97.644	30.660
Semanal	30	15	15	10	70	26		25.387
Mensual	50	35	20	10	115	42,6		41.596
TOTAL	120	70	45	35	270	100%		97.644

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 7 *Momento del día en que Consume Galletas de Limón*

Momento	Número de Personas	%
Mañana	180	66.6%
Tarde	60	22.2%
Noche	30	11.1%
Total	270	100%

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 8 *Preferencia de Compra de Galletas de Limón*

Lugar	Número de personas	Porcentajes (%)
Tienda	100	41.6%
Supermercado	80	33.3%
Panadería	90	25%
Total	270	100%

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 9 *Precio en el que se Adquiere la Galleta de Limón*

Precio	Números de persona	Porcentaje (%)
500	190	70.3%
2000	50	18.5%
5000	30	11.1%
Total	270	100%

Fuente: elaboración de los autores

Tabla 10 *Modo de presentación del producto Galleta de Limón*

Presentación	# personas	Porcentaje
Bolsa plástica 25 Gramos	190	70.3%
Caja 50gramos	50	18.5%
Bolsa plástica grande 300g	35	11.1%

Fuente: elaboración de los autores

2.6.4 *Proyección de la Demanda Actual*

Tabla 11 *Demanda Anual de Galletas de Limón*

Cantidad	# de personas	Porcentaje	Ecuación	Resultado
1 galleta	120	44%	97.644*44%	42.963
2 galletas	70	26%	97.644*26%	25.387
3 galletas	45	17%	97.644*17%	16.599
4 galletas	35	13%	97.644*13%	12.696
Total	270	100%		

Fuente: elaboración de los autores

En el cuadro anterior los resultados obtenidos se sacaron del número de personas que dijeron que, si consumían galletas de limón, dándonos como resultado (97.644) personas de 10 a 65 años, encuestadas en el municipio de Sahagún-Córdoba.

$$42963 * 0.314 = 13.490 * 1 = 13490 * 30 = 404700 * 12 = \mathbf{4.856.400}$$

$$25387 * 0.26 = 66.006 * 2 = 132.012 * 30 = 3960360 * 12 = \mathbf{47.524.320}$$

$$16599 * 0.17 = 2.821 * 3 = 8463 * 30 = 253890 * 12 = \mathbf{3.046.680}$$

$$12696 * 0.13 = 1.650 * 4 = 6600 * 30 = 198.000 * 12 = \mathbf{2.376.000}$$

$$\mathbf{Total Demanda Actual = 57.803.400}$$

Para la proyección de la demanda actual se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

Df = Demanda futura

Da = demanda Actual

1 = constante

I = índices de crecimiento poblacional para Sahagún es de 0.9%

N = año proyectado

A continuación, con el resultado (57.803.400), que es la demanda actual, comenzamos a calcular la demanda futura de los próximos 5 años de nuestro proyecto.

$$Df_1: 57.803.400 * (1 + 0.009)^1 = 58.323.630$$

$$Df_2: 57.803.400 * (1 + 0.009)^2 = 58.848.543$$

$$Df_3: 57.803.400 * (1 + 0.009)^3 = 59.378.180$$

$$Df_4: 57.803.400 * (1 + 0.009)^4 = 59.912.583$$

$$Df_5: 57.803.400 * (1 + 0.009)^5 = 60.451.797$$

Tabla 12 *Proyección de la Demanda Actual*

	Proyección Demanda Actual				
	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Proyección Demanda	58.323.630	58.848.543	59.378.180	59.912.583	60.451.797

Fuente: elaboración de los autores

2.7. Análisis de la Oferta

Para el análisis de la oferta se encuestaron estas 2 empresas llamadas "Mis Delicias" y

"Morenitas Caseras", que son empresas dedicadas a la producción y comercialización de galletas de limón en el municipio de Sahagún - Córdoba.

2.7.1 Cálculo de la Oferta Actual

Para la proyección de la oferta Actual se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

Of = Oferta futura

Oa = Oferta Actual

I = constante

I = índices de crecimiento del sector para Sahagún es de 0.75%

N = año proyectado

Tabla 13 Ventas de Galletas de Limón

Participación en el mercado	Competidores	Referencia	Venta mensual	Ventas anuales
40%	MIS DELICIAS	25 GRAMOS	800.000	9.600.000
		50 GRAMOS	340.000	4.080.000
		300 GRAMOS	300.000	3.600.000
40%	MORENITAS CASERAS	25 GRAMOS	900.000	10.800.000
		35 GRAMOS	320.000	3.840.000
		300 GRAMOS	650.000	7.800.000
Total oferta actual				39.720.000

Fuente: elaboración de los autores

*En la anterior tabla se muestra que la empresa "Mis Delicias" abarca el 40% del mercado actual en la producción y comercialización de galletas de limón y la empresa "Morenitas Caseras" abarca el otro 40%, entonces nuestra empresa productora y comercializadora de galletas de limón llamada "Josephs Lemon Cookies S.As", abarcará el 20% restante del mercado.(Fuente: elaboración de los autores).

2.7.2 Proyección Oferta Actual:

$OA(N+I)^n$

$$39.720.000 (1+0.0075)^1=40.017.900$$

$$39.720.000 (1+0.0075)^2=40.318.342$$

$$39.720.000 (1+0.0075)^3=40.620.419$$

$$39.720.000 (1+0.0075)^4=40.925.072$$

$$39.720.000 (1+0.0075)^5=41.232.010$$

Tabla 14 Cálculo de la Oferta Actual de Galletas de Limón

	Proyección oferta Actual				
	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
oferta futura	40.017.900	40.318.342	40.620.419	40.925.072	41.232.010

Fuente: elaboración de los autores

2.8 Determinación de la Demanda Existente

2.8.1 Tipo de Demanda

El tipo de demanda existente resulta de la diferencia de la demanda actual y la oferta actual, que para este proyecto es:

Demanda Actual	57.803.400
(-) Oferta Actual	39.720.000
Resultado demanda insatisfecha actual	18.083.400

2.9 Análisis de Precio

El análisis se realizó teniendo en cuenta el precio que cobra una empresa por la venta del producto Galletas de Limón

Tabla 15 *Galletas de Limón*

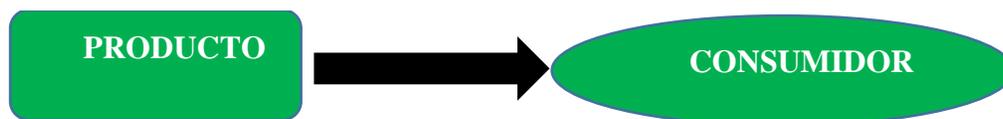
Mis delicias x25grs: 700	Morenitas caseras x 25grs 800
Mis delicias x 50 grs 1800	Morenitas caseras x 35 grs 1200
Mis delicias x 300grs:5000	Morenitas caseras x 300 grs 5200

Fuente: elaboración de los autores

2.10 Canales de Comercialización

El canal de comercialización que se utilizará en la empresa será un canal directo entre la empresa y los consumidores finales, los clientes pueden solicitar el producto por teléfono, WhatsApp, o por medio del sitio web de la empresa.

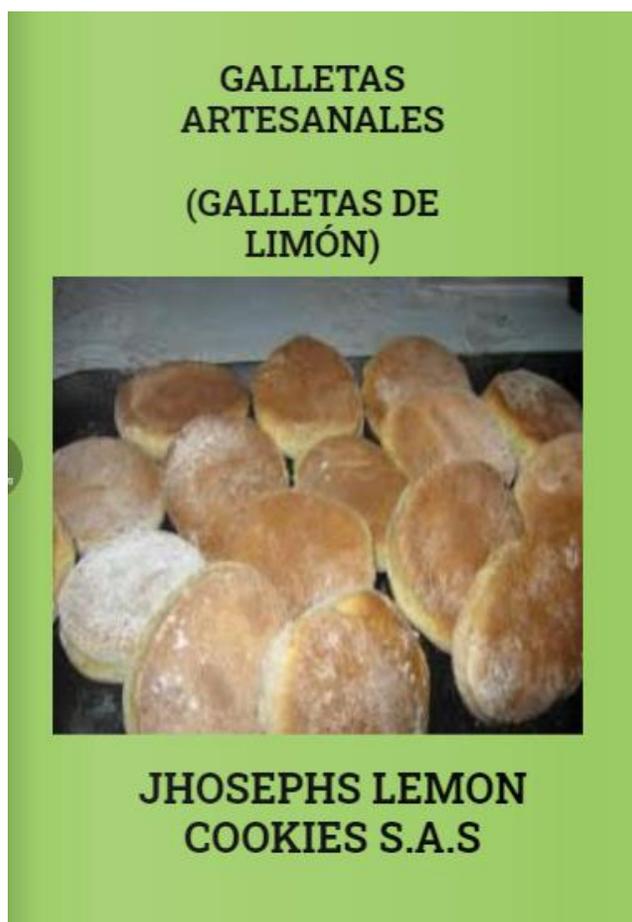
Ilustración 1 *Canal de Comercialización*



Fuente: elaboración de los autores

2.11. Imagen del Producto

Ilustración 2 *Imagen del Producto*



2.12 Estrategia de Publicidad

Para la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de limón, es necesario realizar estrategias de publicidad, tales como muestras gratuitas, publicar nuestro producto en las redes sociales, etc., ya que estas estrategias son importantes para dar a conocer nuestro producto,

estimulando las relaciones comerciales, con el objetivo de atraer al cliente e incrementar las ventas.

Algunas estrategias que utilizaremos en nuestra empresa para lograr comercializar nuestro producto son:

Muestras gratuitas: Ofrecer a las personas degustaciones pequeñas de galletas de limón con el fin de crear una experiencia entre el producto y su consumidor.

Redes sociales: Utilizar Facebook e Instagram para la difusión y promoción de nuestro producto con el fin de tener un mayor alcance y conocimiento de la misma, lo anterior de manera repetitiva para mantener el contenido actualizado y el alcance de las publicaciones registrado.

Cupones: por medio de esta estrategia lograremos que las personas se animen a comprar más el producto a demás lograremos que nuevas personas logren consumir nuestro producto.

Servicio al cliente: lograr una interacción óptima entre el vendedor y el cliente con el fin de que el cliente se sienta a gusto y en confianza.

3. Modulo Técnico y Organizacional

3.1. Tamaño del Proyecto.

El análisis de resultado del estudio de mercado indica que la demanda actual del mercado supera a la oferta actual, lo que significa que existe una demanda insatisfecha. Para establecer el tamaño del proyecto se analizaron variables con el fin de determinar su factibilidad, como por ejemplo capital de trabajo, mercado, tecnología a utilizar y el área de talento humano.

El tamaño del mercado del proyecto en el primer año es la producción y comercialización de 8000.000 de galletas de limón; trabajando de lunes a sábados en jornadas de 8:00 am a 12: 00 pm y de 2: 00 pm a 6:00 pm. La demanda a cubrir en el primer año corresponde al 40 % de la demanda insatisfecha en el mercado.

Dimensión del mercado.

La empresa cuenta con un mercado favorable para la producción y comercialización de galletas de limón, debido a que la demanda actual se encuentra insatisfecha, es decir, la oferta es inferior a la demanda, por tanto, existe una oportunidad en el mercado al satisfacer la demanda existente

Recursos financieros.

El dinero con que contará la empresa "Josephs Lemon Cookies S.A.S", para cubrir sus gastos operacionales, tales como pagar a los proveedores para que ellos brinden los insumos necesarios para la elaboración y comercialización de galletas de limón, generalmente se llegará a un acuerdo con los proveedores, para que pasen su cuenta de cobro cada 15 días por el valor de los insumos que la empresa necesite.

Tecnología a Utilizar.

Para llevar a cabo la actividad de nuestra empresa y el producto a ofrecer, se requiere de tecnología industrial, Para la producción de las galletas de Limón se cuenta con maquinarias que

permiten garantizar el proceso y a su vez ahorrar costos de mano de obra. Lo que se busca primordialmente es tener una planta organizada y automatizada, basándose en una mínima manipulación del producto para evitar la contaminación del mismo y ofrecer un producto de calidad.

Tabla 16 Maquinaria

MAQUINARIA	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Mezcladora	De 60 libras en harina de/ 220 V	2
Amasadora	Doble rodilla de 60 libras en masa/ 220 V	2
Horno	De 10 pisos a gas 125X190X215 cm	1
Mesas de trabajo	Acero inoxidable	2
Bandeja	Lisa de 45X65 cm. Para 40	10
Tanque de gas	Industrial de 45 Kg.	1
Refrigerador	Industrial pequeño	1
Balanza	Acero inoxidable	2
Selladora	De calor constante 170X180X95	2

Fuente: elaboración de los autores

Nuestra empresa Josephs Lemon Cookies S.A.S de galletas de limón en el municipio de Sahagún, contará con mano de obra disponible y con los conocimientos técnicos para trabajar en nuestra empresa de galletas de limón. Entre el personal requerido tenemos: Gerente, operadores o manipulador de alimentos, contador, asesor de venta. Con los cuales se puede trabajar por contrato laboral o de prestación de servicio según el cargo.

3.2 Localización

3.2.1 Estudio de Localización a Nivel Macro

Es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia.

Para la realización del estudio macrolocalización del proyecto se tuvieron en cuenta factores relevantes como económicos, culturales, políticos y sociales en los municipios de Sahagún, Ciénaga de Oro y Cerete.

El orden en que quedaron las alternativas fue

- Sahagún 82
- Ciénaga de Oro 70
- Cerete 75.5

La mejor alternativa la constituye el municipio de Sahagún, ya que es intermediario entre varios municipios teniendo en cuenta los siguientes factores relevantes para el éxito de la empresa; ubicación del consumidor, dinamismo económico, costo de mano de obra y hábitos de compra

Tabla 17 Macro Localización

Factores relevantes	Peso asignado (0-1)	Alternativa de Macro localización					
		Sahagún		Ciénaga de Oro		Cereté	
		Calificación (0-100)	ponderado	Calificación (0-100)	Ponderado	Calificación (0-100)	Ponderado
ECONOMICOS							
Ubicación del consumidor	0,20	90	18	60	12	70	14
Vías de comunicación	0,1	80	8	80	8	80	8
Medios de comunicación	0,1	80	8	70	7	80	8
Ubicación de proveedores	0,1	80	8	80	8	80	8
Dinamismo económico	0,1	80	8	60	6	70	7
Costo de mano de obra	0,05	80	4	80	4	70	3,5
Culturales							
Hábitos de compra	0,1	80	8	60	6	70	7
Político							
Regulaciones específicas	0,05	80	4	80	4	80	4
Sociales							
Intereses del municipio	0,1	80	8	70	7	80	8
Actitud de la comunidad	0,1	80	8	80	8	80	8
TOTAL	1,00		82		70		75,5

Fuente: elaboración de los autores

3.2.2 Estudio de la Localización a Nivel Micro

Para la realización el estudio de la micro localización del proyecto se tuvo en cuenta factores relevantes como disponibilidad locativa, costo de arriendo, costo de servicios públicos, afluencias de clientes, competencia y posibilidad de expansión.

El orden en que quedaron las alternativas fue:

- Centro del municipio 64.5
- Troncal de occidente 74.5
- Sur del municipio 64.5

La mejor alternativa la constituye la troncal de occidente del municipio de Sahagún, teniendo en cuenta los siguientes factores relevantes para el éxito: Disponibilidades locativas, costos de arrendamientos, competencias, afluencias de clientes y posibilidad de expansión.

Tabla 18 Miro Localización

Factores relevantes	Peso asignado (0-1)	Alternativa de Micro localización					
		Centro del Municipio		Troncal de Occidente		Sur del Municipio	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidades locativas	0.25	70	17.5	90	22.5	70	17.5
Costo de arriendo	0.15	70	10.5	90	13.5	70	10.5
Costo de servicios públicos	0.15	90	13.5	90	13.5	90	13.5

Afluencia de cliente	0.25	70	17.5	90	22.5	70	17.5
Posibilidad de expansión	0.20	80	16	80	16	80	16
TOTAL	1.00		64.5		74.5		64.5

Fuente: elaboración de los autores

3.3 Distribución en Planta

La obra física necesaria para la Producción y comercialización de galleta de limón en el municipio de Sahagún – Córdoba es la que se muestra a continuación:

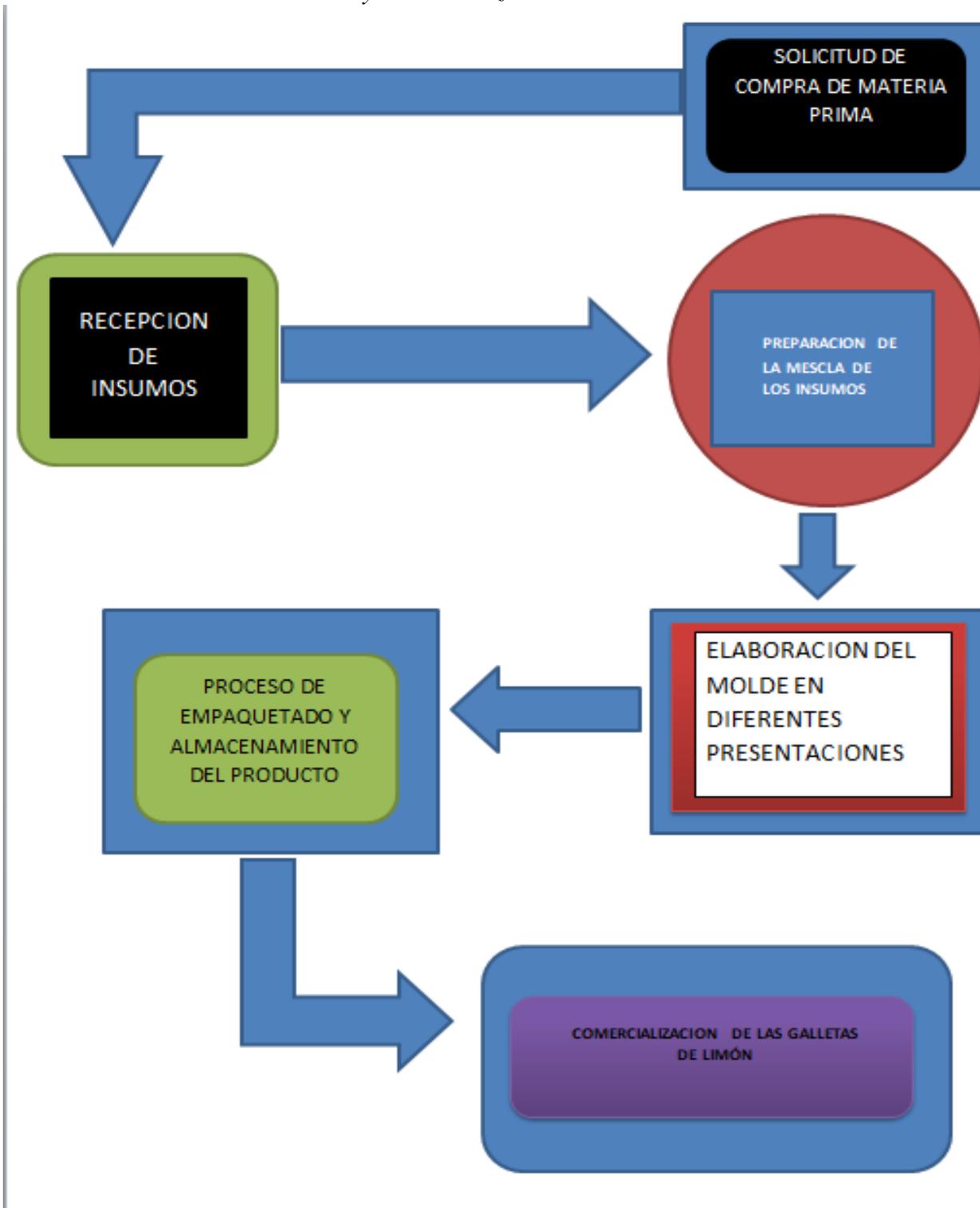
Ilustración 3 Distribución en Planta



Fuente: elaboración por los autores

3.4 Proceso de Producción y Comercialización de Galleta de Limón

Ilustración 4 *Proceso de Producción y Comercialización de Galleta de Limón*



Fuente: elaboración por los autores

3.4.1 Descripción de Flujo de Procesos

Solicitud de compra de materia prima: en este primer punto se hace la solicitud de la materia prima a los proveedores para que nos suministren los insumos necesarios para empezar la elaboración de la galleta de limón.

Recepción de insumos: en este punto se realiza la verificación y calidad de los insumos para su preparación, todos los insumos deben estar en óptimas condiciones.

Preparación y elaboración de molde en sus respectivas presentaciones: en este paso se realiza combinaciones de todos los insumos preparando y moldeando la masa en diferentes presentaciones.

Proceso de horneado: en este proceso, se lleva la galleta en sus diferentes presentaciones y moldeado para ser horneadas.

Proceso de empaquetado y almacenamiento: en este proceso se realiza el empaquetado del producto, en sus diferentes empaques plásticos, luego se hace el respectivo proceso de almacenamiento donde el producto este en lugar óptimo para que no se dañe.

Comercialización del producto: en este lugar se sitúa el área de venta de la empresa dando paso a su razón social.

3.5 Naturaleza Jurídica

Nuestra empresa Josephs Lemon Cookies **S.A.S** es una Sociedad por acciones Simplificada (S.A.S), ya que se puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. (Ley 1258 de 2008), La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre 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.

Ventajas de la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S)

- ✓ Se pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- ✓ La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero.
- ✓ La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios. (Congreso de Colombia, 2008)

3.6 Misión y Visión

3.6.1 Misión

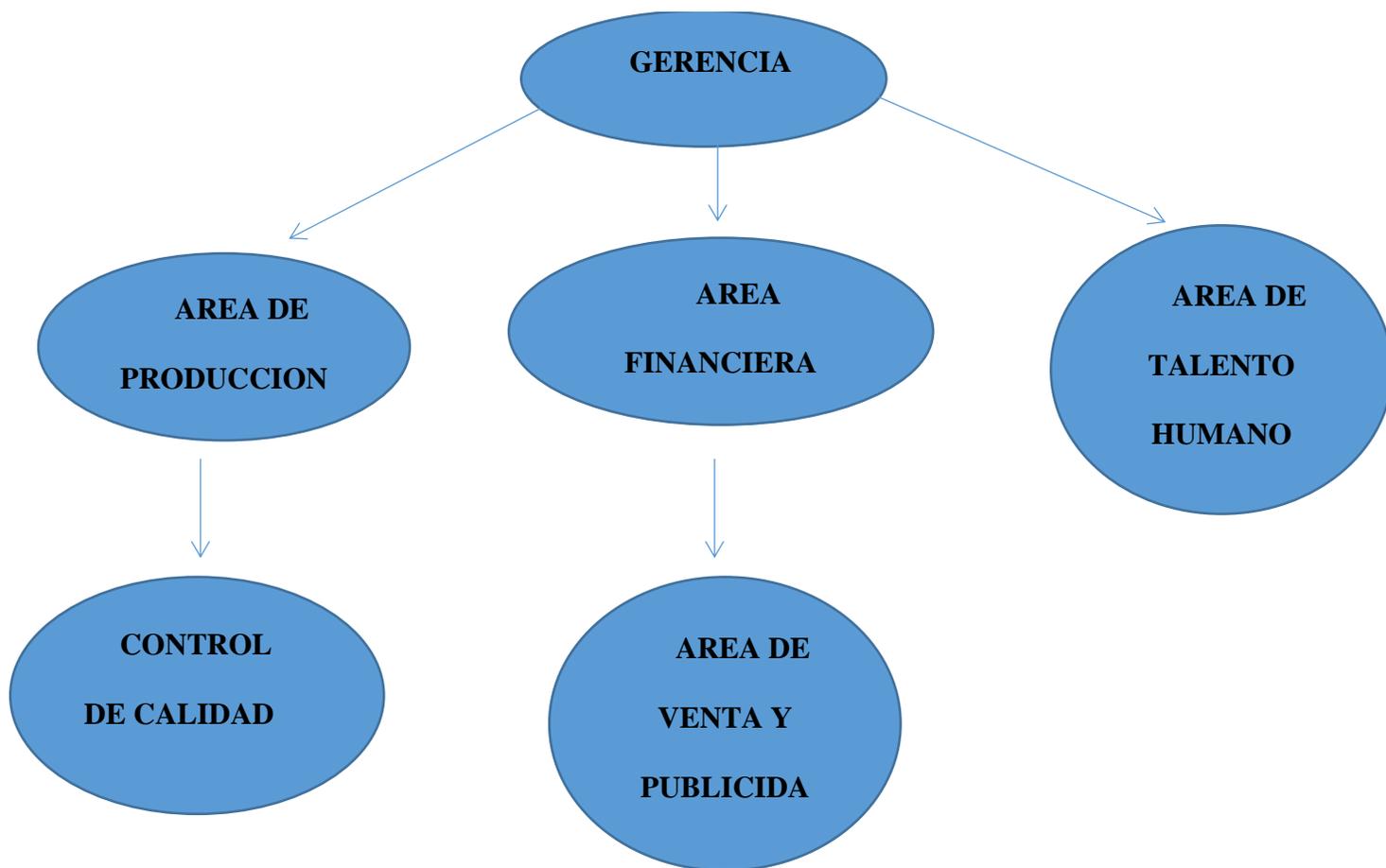
La empresa **Josephs Lemon Cookies S.A.S** dedicada a la producción y comercialización de galletas de limón hechas a través de procesos estandarizados y utilizando materia prima de calidad garantizando el deleite y la satisfacción de nuestros clientes inicialmente a nuestro municipio de Sahagún - Córdoba.

3.6.2 Visión

La empresa **Josephs Lemon Cookies S.A.S** pretende en el 2025 liderar el mercado municipal de Sahagún, y ser una compañía reconocida a nivel nacional líderes en transformación y comercialización de galletas de limón que satisfagan las necesidades del mercado que demandan alimentos naturales, donde nuestra empresa y equipo de trabajo será reconocido por la excelente calidad de nuestros productos ofrecidos y la buena atención a nuestros clientes.

3.7. Organigrama

Ilustración 5 Organigrama



Fuente: elaboración por los autores

3.8 Manual de Funciones

Tabla 19 *Manual de Funciones del Gerente*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Junta directiva
Requisitos Mínimos	
Requisito de formación	Profesional en administración
Requisitos de Experiencia:	2 o más años de experiencia laboral o relacionada
Objetivo Principal	
<p>Es un cargo de tipo ejecutivo al que corresponde planear, dirigir, controlar y evaluar todas las funciones comerciales, teniendo en cuenta los objetivos, políticas y estrategias trazadas con miras al lograr un nivel óptimo de fabricación y comercialización del producto de la empresa y del incremento de la participación en el mercado, logrando una operación económica rentable.</p>	
Funciones Esenciales Requerida	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer las herramientas administrativas y poseer las competencias requeridas para la toma oportuna y eficaz de decisiones. ✓ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. ✓ Actuar con actitud de liderazgo y persuasión en actividades con grupos humanos en la coordinación y ejecución de planes, proyectos de la empresa. 	

Fuente: Elaboración de los autores

Tabla 20 *Manual de Funciones del Auxiliar contable*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Auxiliar contable
Dependencia:	FINANZAS
Número de Cargos:	1
Reporta a:	GERENCIA
Requisitos Mínimos	
Requisito de formación	Cursando 6 semestre en adelante Profesional en Contaduría Pública o administración financiera
Requisitos de Experiencia:	1 año de experiencia laboral o relacionada
Objetivo Principal	
<p>Responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la empresa y analizar junto con el gerente, los estados de la situación financiera de la empresa determinando así el estado en que se encuentra.</p>	
Funciones Esenciales Requerida	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración y certificación de los estados financieros y tributario de la empresa ✓ Constitución y legalización de la empresa ✓ Asesoría laboral (selección, contratación y afiliación del personal) ✓ Elaboración y contabilización de nómina y provisiones. 	

Fuente: Elaboración de los autores

Tabla 21 *Manual de Funciones del Asesor comercial*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Asesor comercial
Dependencia:	Ventas
Número de Cargos:	1
Reporta a:	GERENCIA
Requisitos Mínimos	
Requisito de formación	Profesional en administración de empresa
Requisitos de Experiencia:	2 o más años de experiencia laboral o relacionada
Objetivo Principal	
<p>Conocer acertadamente los productos y servicios de la organización, asesorando a los clientes, de manera eficiente logrando Mantener satisfechos las necesidades del cliente y tener una búsqueda constante de nuevos clientes y mercados.</p>	
Funciones Esenciales Requerida	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesorar a los clientes ✓ Analizar que el producto a comercializar este en su máxima calidad, logrando que el cliente sea atraído ✓ Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes y mercados ✓ Orientar, ayudar y manejar el grupo de asesores del punto de venta. 	

Fuente: Elaboración de los autores

Tabla 22 *Manual de Funciones del Jefe de Operación*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Jefe de operación
Dependencia:	Ventas
Número de Cargos:	1
Reporta a:	GERENCIA
Requisitos Mínimos	
Requisito de formación	Profesional en ingeniería de alimentos
Requisitos de Experiencia:	2 o más años de experiencia laboral o relacionada
Objetivo Principal	
Supervisar y asesorar a los operarios a su cargo en el pleno desarrollo de sus funciones, logrando la realización de un producto de excelente calidad.	
Funciones Esenciales Requerida	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar a los operarios a su cargo ✓ Analizar que el producto a comercializar este en su máxima calidad. ✓ Supervisar el funcionamiento adecuado de las maquinas ✓ Determinar los insumos para realizar la producción 	

Fuente: elaboración por los autores

4. Módulo de Impacto Social, Económico y Ambiental.

Impacto social: Las galletas de limón reúnen varias características que lo convierten en un producto con gran impacto desde el punto de vista social. Por una parte, este producto tiene mucho tiempo en incursionar en el comercio nacional, de esta manera se conoce que Colombia está clasificado como un país en vía de desarrollo, por tal razón se puede ver como un mercado de gran magnitud, es decir, es una gran oportunidad para crear nuestra empresa productora y comercializadora de galletas de limón. Por tal motivo podemos ver que se pueden generar ingresos si llevamos a cabo la creación de nuestro proyecto empresarial.

La forma de mejorar la calidad de vida del municipio, es la creación de empleos directa e indirecta, que al mismo tiempo contribuye a bajar la tasa de desempleo, y la delincuencia debida que si las personas encuentran fuentes de ingresos legales no realizara actividades delictivas en el municipio ya que tendrán, ingresos para mantener a sus familias.

Impacto económico : Se proyecta que las galletas de limón en la ciudad de Sahagún - Córdoba obtenga un impacto económico importante como resultado del dinamismo de un sector industrial pujante y de la creciente importancia del sector de servicios, debido a que hoy en día se cuenta con una vocación exportadora del sector empresarial en la región a varios mercados de Latinoamérica, por otra parte las políticas públicas y las estrategias privadas que se han desarrollado de manera conjunta alrededor del fortalecimiento del talento humano, entre ellas las acciones concretas desarrolladas en el marco de la estrategia de promoción de inversión del municipio de Sahagún, han permitido impactar de manera positiva la problemática del desempleo.

Se verá reflejado en la creación de nuevos empleos, puesto que la empresa necesita de 6 personas para iniciar su actividad u objeto social, durante sus primeros años de funcionamiento,

esto será favorable para el municipio de Sahagún – Córdoba dado que habrá más hogares con ingresos. Por otro lado, el emprendimiento según (Marulanda Montoya, Correa Calle, & Mejía Mejía, 2009), es “una de las características que determinan el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económico de una región o país, siendo el ser humano el principal pilar”, y partiendo de ello, la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de limón llamada **Josephs Lemon Cookies**. En el municipio de Sahagún – Córdoba, es considerada un emprendimiento puesto que genera crecimiento, transformación y desarrollo en el sector industrial de Sahagún. Esto se ve reflejado en el fomento al emprendimiento de muchos jóvenes. Esto también impacta positivamente en la economía del municipio puesto que si se promueve la actividad antes mencionada se estará fomentando, los empleos relacionados con ella.

Impacto ambiental: En la actualidad, la responsabilidad social frente al entorno es una exigencia que no solo tienen las corporaciones y grandes empresas, sino abarca también las pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Se proyecta que esta empresa gestione la planificación, evaluación, prevención y control de los procesos que afectan a la calidad del medio ambiente, optimizando la utilización de los recursos disponibles y previniendo problemas de contaminación o minimizando su impacto, por medio de la ejecución de planes de manejo ambiental aplicados a la construcción de líneas de transmisión de energía o proyectos lineales.

En lo que concierne al impacto ambiental la empresa **Josephs Lemon Cookies**, para concientizar a los consumidores sobre la problemática que tiene el mundo por el uso excesivo de plástico; se implementaran estrategias como mensajes alusivos a reciclar el empaque plástico, y a no arrojarlo al piso, debido a que se contamina más el medio ambiente.

Por consiguiente, esta investigación se convierte en un referente para estudiantes y emprendedores, que desean indagar a cerca de un sector productivo y transformador de materia prima como lo es la creación de una empresa productora y comercializadora de galletas de limón, además, que les permitirá a futuros investigadores contar con un referente apropiado para sus investigaciones.

5. Modulo Financiero

5.1 Activos

Para dar inicio a las operaciones de la empresa es necesario adquirir activos para las diferentes áreas de la misma. Los activos son:

Tabla 23 *Activos Fijos*

DETALLES DE INVERSION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIOS	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
SILLAS	4	\$ 150.000	\$ 600.000
ARCHIVADORES	2	\$ 380.000	\$ 760.000
ESTANTERIAS	5	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000
TOTAL			\$ 10.860.000

Para los equipos de oficina tenemos:

Tabla 24 *Equipos de Oficina*

DETALLES DE INVERSION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORES	4	\$ 2.500.000	\$ 10.000.000
IMPRESORA	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000
TELEFONO	2	\$ 100.000	\$ 200.000
AIRE ACONDICIONADO	4	\$ 1.800.000	\$ 7.200.000
TOTAL			\$ 18.800.000

La maquinaria y equipos necesarios para realizar las actividades productivas se detallan a continuación:

Tabla 25 *Maquinaria y Equipos para Producción*

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MEZCLADORA	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
HORNO	2	\$ 3.500.000	\$ 7.000.000
MESA DE TRABAJO	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000
BANDEJA	5	\$ 700.000	\$ 3.500.000
BALANZA	3	\$ 280.000	\$ 840.000
SELLADORA	2	\$ 230.000	\$ 460.000
TOTAL			\$ 17.800.000

5.2 Inversiones Diferidas

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 26 *Inversiones Diferidas*

INVERSIONES DIFERIDAS	
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	\$ 300.000
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 500.000
LICENCIAS Y TRAMITES	\$ 700.000

MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA	\$	500.000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$	300.000
IMPREVISTO	\$	150.000
TOTAL, GASTO OPERATIVO	\$	2.450.000

Fuente: elaborado por autores

5.3 Costo de Producción

Para producir galletas de limón se necesitan las siguientes materias primas:

Tabla 27 *Materia Prima Directa*

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO X UNIDADES	VALOR MES	VALOR ANUAL
HARINA TRIGO	20 Lb	\$ 900	540.000	6.480.000
AZUCAR	25 Lb	\$ 1000	750.000	9.000.000
HUEVO	280 Unidades	\$ 500	4.200.000	50.400.000
MANTEQUILLA	10 Kg	\$ 2800	840.000	10.080.000
LECHE	40 Lts.	\$ 800	960.000	11.520.000
LIMON	10 Unidades	\$ 100	30.000	360.000
BICARBONATO	1 Lb	\$ 1500	45.000	540.000
NUEZ MOSCADA	0,5 Lb	\$ 1400	21.000	252.000
CANELA	0,5 Lb	\$ 2000	30.000	360.000
COSTO TOTAL			\$7.416.000	\$88.992.000

Fuente: elaboración por autores

Los costos están directamente relacionados con la producción y son considerados como los desembolsos de dinero que se recuperan una vez que el producto se haya vendido. Es importante conocer con exactitud el costo total que implica la fase productiva dentro del proyecto.

Tabla 28 *Materiales Indirectos*

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MES	VALOR ANUAL
EMPAQUES PLASTICOS	PAQUETE X 1000 UDS	400	200	2400000	28800000
CAJAS	PAQUETE X 1000 UDS	200	300	1800000	21600000
TOTAL				4200000	50400000

Fuente: elaboración por autores

Para la mano de obra directa para empezar el proyecto se necesitan 3 auxiliar de operaciones:

Tabla 29 *Mano de Obra*

CARGO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	PRESTACION SOCIAL 51,33%	COSTO ANUAL
3 AUXILIAR OPERATIVO	\$ 2.941.971	\$ 35.303.652	\$ 18.121.364	\$ 53.425.016
TOTAL				\$ 53.425.016

Fuente: elaboración por autores

5.5 Remuneración al Personal Administrativo

Tabla 31 Remuneración al Personal Administrativo

CARGO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	PRESTACION SOCIAL 51,33%	COSTO ANUAL
GERENTE	1.400.000	16.800.000	8.623.440,00	25.423.440
AUXILIAR CONTABLE	980.657	11.767.884	6.040.454	17.808.338
JEFE OPERARACIONES	1.200.000	14.400.000	7.391.520	21.791.520
ASESOR COMERCIAL	900.000	10.800.000	5.543.640	16.343.640
TOTAL	4.480.657	53.767.884	27.599.054	81.366.938

Fuente: elaboración por autores

5.6 Otros Gastos Administrativos

Tabla 32 Otros Gastos Administrativos

DETALLES	CANTIDAD MESES	COSTO ANUAL
ELEMENTOS DE ASEO	12	900.000
INDUSTRIA Y COMERCIO	12	2.300.000
UTILES Y PAPELERIA	12	600.000
TOTAL		3.800.000

Fuente: elaboración por autores

5.7 Gastos de Venta

Tabla 33 Gastos de Venta

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PUBLICIDAD	500.000	6.000.000
TOTAL		6.000.000

Fuente: elaboración por autores

5.8 Servicios

Tabla 34 *Servicios*

SERVICIOS	UNIDAD EN MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
ENERGIA	KW/ HORA	8.000	287	2.296.000
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	M3	15	160.000	2.400.000
TELEFONO E INTERNET	IMPLULSO	15	95.000	1.425.000
TOTAL				6.121.000

Fuente: elaboración por autores

5.9 Distribución de Costos

Tabla 35 *Distribución de Costos*

DETALLES	COSTO	COSTO FIJOS	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRODUCCION			
M DE O DIRECTA	\$ 53.425.016		53.425.016
M DE INDIRECTA	0	0	0
MAT DIRECTO	88.992.000		88.992.000
MAT INDIRECTO	50.400.000		50.400.000
SERVICIOS	6.121.000		6.121.000
DEPRECIACION	6.366.000	6.366.000	
SUBTOTAL	205.304.016	6.366.000	198.938.016
GASTOS ADM			
SUELDO Y PRESTACIONES	27.599.054	27.599.054	
Otros Gastos Adm	3.800.000	3.800.000	
SUBTOTAL	31.399.054	31.399.054	

GASTOS DE VENTA			
PUBLICIDAD	6.000.000	6.000.000	
SUBTOTAL	6.000.000	6.000.000	
TOTAL	242.703.070	43.765.054	198.938.016

Fuente: elaboración por autores

5.10 Calculo del Punto de Equilibrio

La fórmula para calcular el punto de equilibrio es la siguiente

$$PE = \frac{CFT}{Pvu - Cvu}$$

Dónde:

PE= Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

Pvu = precio de venta unitario

Cvu = costo variable unitario

El precio de venta unitario de calcula utilizando la siguiente formula

$$Pvu = Cu + \frac{Cu * M}{100 - M}$$

Se debe calcular el Cu que corresponde a

$$Cu = \frac{\text{Costo total}}{\text{cantidad a producir}}$$

Costo total = costo fijo + costo variable

Punto de equilibrio de galletas de limón 25 gramos

Punto de equilibrio 217.185 unidades

Precio de venta: \$ 500

Punto de equilibrio 139.192 unidades

Precio de venta: \$ 700

Punto de equilibrio de galletas de limón 50 gramos

Punto de equilibrio 81.195 unidades

Precio de venta: \$ 1200

Punto de equilibrio 54130 unidades

Precio de venta: \$ 1800

Punto de equilibrio de galletas de limón 300 gramos

Punto de equilibrio 24358 unidades

Precio de venta \$ 4000

Punto de equilibrio 19486 unidades

Precio de venta: \$5.000

Tabla 36 *Programa de Inversión Fija del Proyecto*

Programa de Inversión Fija del Proyecto	
Activos fijos tangibles	
Muebles y enseres	\$ 18.800.000
Maquinaria y equipo	\$ 17.800.000
Subtotal	\$ 36.600.000
Activos diferidos	
Gastos preoperativos	\$ 2.450.000
Subtotal	\$ 2.450.000
Total inversión fija	\$ 39.050.000

Fuente: elaboración por autores

5.11 Calculo del Capital de Trabajo

Tabla 37 *Calculo del Capital de Trabajo*

Calculo del Capital de Trabajo	
Costo de Producción	198.938.016
Gasto de Administración	31.399.054
Gastos de venta	6.000.000
Costo de producción anual	236.337.070

$$COPD = \frac{COSTO OPERACIONAL ANUAL}{360}$$

$$COPD = \frac{236.337.070}{360}$$

$$COPD = 656491$$

$$ICT = CO (COPD)$$

$$ICT = \text{Inversión de capital de trabajo}$$

$$CO = \text{Ciclo operativo}$$

$$COPD = \text{Costo operacional diaria}$$

$$ICT = 656491 \times 30 \text{ DIAS}$$

$$ICT = 19.694.730$$

Tabla 38 *Inversión en Capital de Trabajo*

Inversión en Capital de Trabajo					
DETALLE	0	1	2	3	4
CAPITAL DE TRABAJO	19.694.730	626.292	646.209	666.758	687.961

Fuente: elaboración por autores

*En la anterior tabla podemos evidenciar que la inversión total en el capital de trabajo de nuestro proyecto en el primer año será de \$19.694.730, en el segundo año será de \$626.292, en el tercer año será de \$646.209, en el cuarto año será de \$666.758 y el quinto año será de \$687.961, es decir, que en cada año se irá aumentando el capital a invertir.

Tabla 39 Programa de Inversión

Programa de Inversión					
DETALLE	0	1	2	3	4
INVERSION					
FIJA	39.050.000				
CAPITAL					
DE					
TRABAJO	19.694.730	626.292	646.209	666.758	687.961

Fuente: elaboración por autores

*En la anterior tabla podemos analizar que nuestro programa de inversión está dividido en inversión fija con un valor de \$49.910.000, lo cual corresponde a gastos per-operativos, maquinaria y enseres. Por otro lado, el capital de trabajo tiene un valor de \$19.694.730.

Tabla 40 Valor Residual del Activo

Valor Residual del Activo al Finalizar el Periodo de Evaluación					
DETALLE	Años				5
	1	2	3	4	
Activos de Producción					\$ 15.630.000
Subtotal de activos de producción					\$15.630.000
valor residual del capital de trabajo					\$22.321.950
Total valor residual					\$ 37.951.950

Fuente: elaboración por autores

*En el valor residual del activo podemos decir que este está compuesto por los activos de producción con un valor de \$ 15.630.000, que corresponde al valor residual de la depreciación, además el valor residual del capital de trabajo obtuvimos un valor de \$22.321.950, lo que al sumar estos dos valores nos da como resultado final un valor de \$37.951.950.

5.12 Flujo Neto de Inversiones

Tabla 41 *Flujo Neto de Inversiones*

Flujo Neto de Inversiones						
Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	\$ 49.910.000					
Capital de Trabajo	\$ 19.694.730	\$ 626.292	\$ 646.209	\$ 666.758	\$ 687.961	
Valor residual						\$ 37.951.950
INVERSIONES	\$ 69.604.730	\$ 626.292	\$ 646.209	\$ 666.758	\$ 687.961	\$ 37.951.950

Fuente: elaboración por autores

*En la anterior tabla podemos analizar que el flujo neto de inversiones de nuestro proyecto está compuesto por la inversión fija con un total de \$ 49.910.000 y un capital de trabajo que inicia con un total \$19.694.730 y que varía en los siguientes 4 años. Lo que quiere decir que cada año se deben realizar mayores inversiones para solventar el flujo de inversión de nuestra empresa.

5.13 Presupuesto de Ingreso

Tabla 42 *Presupuesto de Ingreso*

PRESUPUESTO DE INGRESOS 3,18%					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS DE VENTA	236.734.231	244.262.380	251.790.528	259.318.677	266.846.825
TOTAL INGRESOS	236.734.231	244.262.380	251.790.528	259.318.677	266.846.825

Fuente: elaboración por autores

5.14 Presupuesto de Costo de Producción

Tabla 43 *Presupuesto de Costo de Producción*

Presupuesto Costo de Producción 3,18					
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Materiales directos	\$88.992.000	\$91.821.946	\$94.651.891	\$97.481.837	\$ 100.311.782
Mano de obra directa	\$ 53.425.016	\$55.123.932	\$56.822.847	\$58.521.763	\$ 60.220.678
Depreciaciones	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000
Subtotal costo directo	\$148.783.016	\$153.311.877	\$157.840.738	\$162.369.599	\$ 166.898.460
Gastos generales de fabricación					
Materiales indirectos	\$50.400.000	\$52.002.720	\$53.605.440	\$55.208.160	\$ 56.810.880

Mano de obra indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios	\$ 6.121.000	\$ 6.315.648	\$ 6.510.296	\$ 6.704.943	\$ 6.899.591
Subtotal costo indirecto	\$ 56.521.000	\$58.318.368	\$60.115.736	\$61.913.103	\$ 63.710.471
Total	\$205.304.016	\$211.630.245	\$217.956.474	\$224.282.703	\$ 230.608.932

Fuente: elaboración por autores

5.15 Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla 44 *Presupuesto de Gastos de Administración*

Presupuesto de Gasto de Administración 3,18					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
SUELDO Y PRESTACIONES	\$ 27.599.054	\$ 28.476.704	\$ 29.354.354	\$ 30.232.004	\$ 31.109.654
OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 3.800.000	\$ 3.920.840	\$ 4.041.680	\$ 4.162.520	\$ 4.283.360
TOTAL	\$ 31.399.054	\$32.397.544	\$33.396.034	\$34.394.524	\$ 35.393.014

Fuente: elaboración por autores

*Analizando la anterior tabla, podemos decir que como gastos de administración tenemos el sueldo y las prestaciones sociales que se le deberán pagar a todos los empleados que laboren en nuestra empresa, lo cual abarcaría un valor monetario en el primer año de \$27.599.054, en el segundo año este valor aumentaría a \$28.476.704, en el tercer año este valor ascendería a \$29.354.354 y así sustancialmente como se muestra en la gráfica. Además, como otros gastos de administración tenemos un valor de \$20.208.400 sumando todos los 5 años que hemos proyectado.

5.16 Presupuesto Gastos de Ventas

Tabla 45 *Presupuesto Gastos de Ventas*

Presupuesto de Gastos de Ventas 3,18					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
PUBLICIDAD	\$ 6.000.000	\$ 6.190.800	\$ 6.381.600	\$ 6.572.400	\$ 6.763.200
TOTAL	\$ 6.000.000	\$ 6.190.800	\$ 6.381.600	\$ 6.572.400	\$ 6.763.200

Fuente: elaboración por autores

*En el presupuesto de gastos de ventas tenemos como gastos el factor de la publicidad, lo cual en el año inicial ese gasto sería de \$6.000.000, en el segundo año según nuestras proyecciones sería de \$6.190.800 y así sucesivamente como nos muestra la tabla.

5.17 Presupuesto de Costo Operacional

Tabla 46 *Presupuesto de Costo Operacional*

Presupuesto de Costo Operacional 3,18					
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costo de producción	\$ 148.783.016	\$ 211.630.245	\$ 217.956.474	\$ 224.282.703	\$ 230.608.932
Gastos de administración	\$ 31.399.054	\$ 32.397.544	\$ 33.396.034	\$ 34.394.524	\$ 35.393.014
Gastos de venta	\$ 6.000.000	\$ 6.190.800	\$ 6.381.600	\$ 6.572.400	\$ 6.763.200
Total costo operacional	\$ 186.182.070	\$ 250.218.589	\$ 257.734.108	\$ 265.249.626	\$ 272.765.145

Fuente: elaboración por autores

5.18 Flujo Neto Operacional

Tabla 47 *Flujo Neto Operacional*

Flujo Neto Operacional					
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 236.734.231	\$244.262.380	\$251.790.528	\$ 259.318.677	\$ 266.846.825
(-) Egresos operacionales	\$ 148.783.016	\$211.630.245	\$217.956.474	\$ 224.282.703	\$ 230.608.932
(=) Utilidad operacional	\$ 87.951.215	\$ 32.632.135	\$ 33.834.054	\$ 35.035.974	\$ 36.237.894
(-) Impuesto 33%		\$ 29.023.901	\$ 10.768.604	\$ 11.165.238	\$ 11.561.871
(-) Impuesto industria y comer		\$ 2.300.000	\$ 2.373.140	\$ 2.446.280	\$ 2.519.420
(=) Utilidad neta	\$ 87.951.215	\$ 1.308.234	\$ 20.692.310	\$ 21.424.456	\$ 22.156.602
(+) Depreciaciones	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000	\$ 6.366.000
(+) Impuesto industria y comercio	2.300.000	\$ 2.373.140	\$ 2.446.280	\$ 2.519.420	\$ 2.599.538
Flujo neto operacional	\$ 96.617.215	\$ 10.047.374	\$ 29.504.590	\$ 30.309.876	\$ 31.122.140

Fuente: elaboración por autores

5.19 Flujo Neto del Negocio

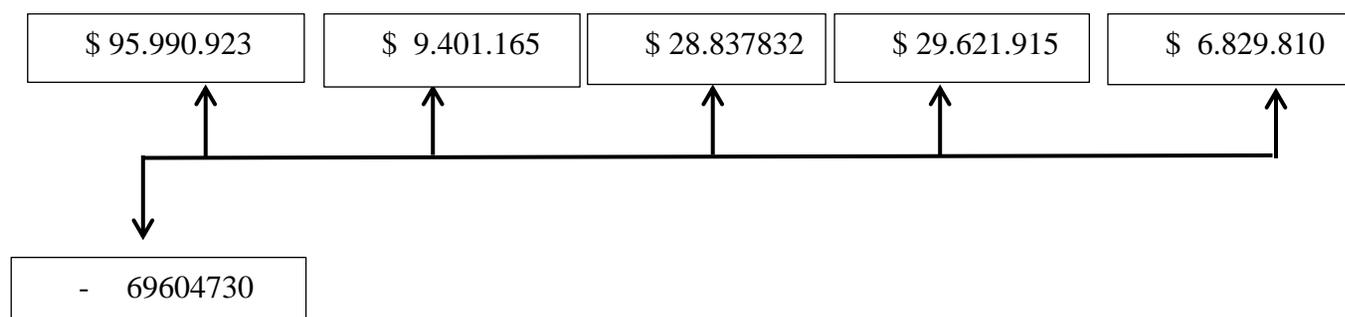
Tabla 48 *Flujo Neto del Negocio*

Flujo Neto del Negocio						
Detalle	Años					
	-	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversion	-\$ 69.604.730	-\$ 626.292	-\$ 646.209	-\$ 666.758	-\$ 687.961	-\$ 37.951.950
Flujo neto operacional		\$ 96.617.215	\$10.047.374	\$29.504.590	\$30.309.876	\$31.122.140
Flujo neto del proyecto	-\$69.604.730	\$ 95.990.923	\$ 9.401.165	\$ 28.837.832	\$ 29.621.915	-\$ 6.829.810

Fuente: elaboración por autores

*Como flujo neto de nuestro negocio, según nos muestra la tabla, podemos decir que el flujo neto abarca tres componentes, que son el flujo neto de inversión, el flujo neto operacional y el flujo neto del proyecto. Todos estos factores están proyectados para los primeros 5 años de vida económica o puesta en marcha de nuestro proyecto de producción y comercialización de galletas de limón.

Ilustración 6 Flujo Neto del Negocio



Fuente: elaboración por autores

5.20 Balance General

Tabla 49 Balance General

Balance General			
ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES			
EFFECTIVO	\$	96.617.215	
Total Activo corriente	\$	96.617.215	
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES	\$	18.800.000	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$	17.800.000	

Total Activo Fijos	\$ 36.600.000		
ACTIVOS DIFERIDOS			
gastos de preoperativos	\$ 2.450.000		
Total Activos diferidos	\$ 2.450.000		
TOTAL ACTIVO			\$ 135.667.215
PASIVOS			
Impuesto renta		\$ 29.023.901	
impuesto industria y comercio		\$ 36.265.054	
TOTAL PASIVO			\$ 65.288.955
PATRIMONIO			
Capital	\$ 39.050.000		
Reserva	5.065.652		
Utilidad	\$ 26.262.608		
TOTAL PATRIMONIO			\$ 70.378.260
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			\$ 135.667.215

Fuente: elaboración por autores

5.21 Estado de Resultado

Tabla 50 *Estado de Resultado*

Estado de Resultado	
VENTAS	\$ 236.734.231
(-)COSTO DE VENTAS	\$ 148.783.016
(=)UTILIDAD BRUTA	\$ 87.951.215
(-)GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 27.599.054
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 6.000.000
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 27.599.054
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 60.352.161
GASTOS FINANCIEROS	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 60.352.161
PROVISIONES PARA IMPUESTO	\$ 29.023.901
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 31.328.260
RESERVA 20%	5.065.652
UTILIDAD NETA A DISTRIBUIR	\$ 26.262.608

Fuente: elaboración por autores

5.22 Evaluación Financiera del Proyecto

Con esta evaluación se determina el rendimiento financiero de los recursos que se van a invertir y tiene como fin establecer si el proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero.

Los métodos más utilizados para realizar la evaluación financiera y que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo son: Tasa interna de retorno (TIR), el valor presente neto (VNP) y la relación beneficio costo (RB/C)

5.22.1 Valor Presente Neto.

El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: Maximizar la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las Empresas, (Váquiro, 2019)

La tasa de interés de oportunidad es un concepto que depende de cada individuo o inversionista, de acuerdo con la oportunidad de utilizar sus recursos monetarios y de generación de riquezas que estos les permitan lograr.

Utilizando el valor presente neto, con una tasa de oportunidad

Tabla 51 *Cálculo del VPN*

Cálculo del VPN	
PERIODO 0	-\$ 69.604.730
PERIODO 1	\$ 95.990.923
PERIODO 2	\$ 9.401.165
PERIODO 3	\$ 28.837.832
PERIODO 4	\$ 29.621.915
PERIODO 5	\$ 6.829.810
VPN	\$39.339.693

Fuente: elaboración por autores

El resultado anterior nos indica que si se lleva a cabo la creación de la empresa Josephs Lemon Cookies S.AS se obtendrá una riqueza adicional de **39.339.693** por encima de la que se obtendría al invertir en una alternativa de Inversión que genere un 27% de Rentabilidad. Por tal motivo se considera que el proyecto es factible financieramente.

5.22.2 Relación Beneficio Costo RB/C

La relación beneficio costo se obtiene mediante la división entre la sumatoria de los valores presente de los ingresos y la sumatoria de los valores presente de los egresos, utilizado para actualizar los valores de la tasa de interés de oportunidad del inversionista privado.

Utilizando una tasa de oportunidad del 27% y desarrollada en Microsoft Excel se obtiene que

$$RB/C = \frac{170.681.645}{69.604.730}$$

$$RB/C = 2,45$$

Este resultado indica por cada peso que se invierte en el proyecto se obtiene de ingreso \$2,45 por encima de lo que generaría una alternativa del 27%

5.22.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Utilizando Microsoft Excel para calcular la TIR, se tiene que:

Tabla 52 Cálculo de la T.I.R.

Cálculo de la T.I.R.	
PERIODO 0	-\$ 69.604.730
PERIODO 1	\$ 95.990.923
PERIODO 2	\$ 9.401.165
PERIODO 3	\$ 28.837.832
PERIODO 4	\$ 29.621.915
PERIODO 5	\$ 6.829.810
TIR	70%

Fuente: elaboración propia

Este resultado indica que la TIR es aproximadamente igual al 70% esto significa que el dinero invertido en el proyecto tiene una excelente rentabilidad de 70 %

Así mismo que la TIR (70%) es mayor que la tasa de oportunidad (27%) se puede decir que el proyecto es factible financieramente.

6. Fuente de Financiación

El plan de negocio será presentado a la unidad de emprendimiento de la Universidad de Córdoba, para gestionar recursos y así ponerlo en marcha.

Además, como fuente de financiación de nuestro proyecto, lo presentaremos a la convocatoria del fondo emprender del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), para solicitar recursos y así llevar a cabo su implementación.

Conclusiones

Con el desarrollo del presente estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de galletas de limón Josephs Lemon Cookies S.A.S, en el municipio de Sahagún-Córdoba, se pudo determinar una oportunidad de negocio, debido en primer lugar a que los resultados del módulo de mercado muestran la existencia de una demanda insatisfecha, al ser la demanda actual mayor que la oferta actual en este mercado. Además, se evidenció una aplicación de las encuestas una alta aceptación de los consumidores puesto que en dicha encuesta el 71% de la población afirman que consumen galletas de limón.

El módulo técnico organizacional, se estableció el tamaño óptimo del proyecto, teniendo en cuenta factores como la dimensión del mercado, la tecnología utilizada, el personal, la distribución en planta requerida y el proceso de producción y comercialización de galletas de limón.

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 \$39.050.000, el capital de trabajo requerido en un ciclo operativo del proyecto es de \$.19.694.730.

El resultado de la evaluación financiera fue de una TIR del 70%, la relación beneficio costo es de \$2.45 y el VPN de \$39.339.693 Utilizando una tasa de oportunidad del 27% lo cual demuestra la factibilidad de llevar a cabo la creación de la empresa de galletas de limón "Josephs Lemon Cookies S.A.S".

Recomendaciones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se recomienda llevar a cabo el proceso de la creación de la empresa productora y comercializadora de galletas de limón "Josehps Lemon Cookies S.A.S", en el municipio de Sahagún-Córdoba.

El municipio de Sahagún, es atractivo para los procesos de creación de empresa y en especial para la relacionada con el consumo de galletas de limón, debido a que es un municipio con una gran densidad poblacional de este departamento, lo que supone una gran dimensión de mercado y un potencial dinamismo en el sector industrial y comercial.

Por lo anteriormente dicho se recomienda a la Universidad de Córdoba, fomentar en sus estudiantes de los diferentes programas, la creación de empresas dirigidas al municipio de Sahagún, en especial a aquellas empresas relacionadas con el sector productor y transformador.

Bibliografía

- Alcaldía de Sahagún. (2019). *Presentación*. Obtenido de <http://www.sahagun-cordoba.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>
- Alcaldía de Sahagún. (Mayo de 2016). *PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO MUNICIPAL 2016 - 2019*. Obtenido de Alcaldía de Sahagún: <http://www.sahagun-cordoba.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/2016-2019%20plande%20desarrollo%20municipal%20mas%20oportunidad%20mas%20progreso.pdf>
- Alegsa, L. (16 de Mayo de 2018). *Factibilidad*. Obtenido de Alegsa.com.ar: <https://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Anónimo. (2020). *Marketing mix*. Obtenido de Debitoor: [https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix#:~:text=El%20marketing%20mix%20es%20un,desarrollada%20com%C3%BAnte%20por%20las%20empresas.&text=Esta%20estrategia%20es%20tambi%C3%A9n%20conocida,\)%20y%20promotion%20\(promoci%C3%B3n\).](https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix#:~:text=El%20marketing%20mix%20es%20un,desarrollada%20com%C3%BAnte%20por%20las%20empresas.&text=Esta%20estrategia%20es%20tambi%C3%A9n%20conocida,)%20y%20promotion%20(promoci%C3%B3n).)
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Fundamentos de Marketing*. México, D.F: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Arturo K. (2020). *¿Qué es un plan de negocios y cómo hacer uno? (incluye estructura y ejemplo)*. Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/#:~:text=plan%20de%20negocios%3F->

,Un%20plan%20de%20negocios%20(tambi%C3%A9n%20conocido%20como%20proyecto%20de%20negocio,alcanzar%20dichos%20objetivos%2C%20el%20proceso

Congreso de Colombia. (5 de Diciembre de 2008). Sociedad por Acciones Simplificadas. Ley 1258 de 2008. Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Contreras, M. E. (2015). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Revista Escuela De Administración De Negocios. Obtenido de

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/893>

Díaz Arredondo, S. (2020). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. Obtenido de

[https://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-](https://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mico%2Dfinanciera%2C%20pretende,criterios%20que%20comparan%20flujos%20de)

[inversion/evaluacion-economica-proyectos-](https://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mico%2Dfinanciera%2C%20pretende,criterios%20que%20comparan%20flujos%20de)

[inversion2.shtml#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mico%2Dfinanciera%2C%20pretende,criterios%20que%20comparan%20flujos%20de](https://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mico%2Dfinanciera%2C%20pretende,criterios%20que%20comparan%20flujos%20de)

[era%2C%20pretende,criterios%20que%20comparan%20flujos%20de](https://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mico%2Dfinanciera%2C%20pretende,criterios%20que%20comparan%20flujos%20de)

Educalingo. (2020). *Galleta*. Obtenido de Educalingo: <https://educalingo.com/es/dic-es/galleta>

Freeman, 1975 citado en Mora. (s.f). Sobre-educación en el Mercado Laboral Colombiano.

Gómez Rogriguez , L. A., Rodriguez, J., Rodríguez , O., Tineo , O., Torrealba , V., & Romero ,

N. (9 de Diciembre de 2016). *Economía oferta y demanda*. Obtenido de SlidesShare:

[https://es.slideshare.net/rodrielgh/economia-oferta-y-demanda-](https://es.slideshare.net/rodrielgh/economia-oferta-y-demanda-69999183#:~:text=Demanda%3A%20Es%20la%20cantidad%20de,3)

[69999183#:~:text=Demanda%3A%20Es%20la%20cantidad%20de,3.](https://es.slideshare.net/rodrielgh/economia-oferta-y-demanda-69999183#:~:text=Demanda%3A%20Es%20la%20cantidad%20de,3)

Grandes Pymes. (2020). *¿Qué es un plan de negocios y cuál es su utilidad?* . Obtenido de

Grandes Pymes: [https://www.grandespymes.com.ar/2017/06/15/que-es-un-plan-de-](https://www.grandespymes.com.ar/2017/06/15/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/)

[negocios-y-cual-es-su-utilidad/](https://www.grandespymes.com.ar/2017/06/15/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/)

- Hernández, K. V.-R. (2017). *Aproximación teórica a la concepción de proyectos: Diferencias entre la connotación de proyectos sociales y proyectos privados*. Áburra Sur: Monografía.
- Impulsa. (2020). *Qué es una tendencia de mercado y cómo detectarlas*. Obtenido de Impulsa: <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/que-es-una-tendencia-de-mercado-y-como-detectarlas/>
- Institute, P. M. (1996). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos*. Estados Unidos de América: Project Management Institute; Fifth edition Edición (1 Marzo 2014) .
- ISO. (2017). *ISO* . Obtenido de ISO 10006 Sistemas de gestión de la calidad — Directrices para la gestión de la calidad en los proyectos: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:10006:ed-2:v1:es>
- K, Arturo. (2020). *¿Qué es un plan de negocios y cómo hacer uno? (incluye estructura y ejemplo)*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>
- Llerandi, T. (2020). *Tendencias Humanas*. Obtenido de Formación Pedagógica Montessoriana: <https://montessoridecancun.com/pedagogia/index.php/lecturas-montessori/115-tendencias-humanas#:~:text=En%20un%20sentido%20general%2C%20la,individuos%20que%20presentan%20esos%20comportamientos.>
- López Parra, M. E., Aceves López, J. N., Pellat, A., & Puerta, C. (2020). *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional*. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Marulanda Montoya, J. A., Correa Calle, G., & Mejía Mejía, L. F. (2009). *Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano*. Revista EAN. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/0051662448aad4e97ebf6>

Mete, M. (2014). *VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y*. Obtenido de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006

Nicolás, J. R. (25/04/2019). *Qué es (y qué no es) un proyecto*. españa: blog.

Olivares, D. (2019). *¿Qué es un plan de negocio?* Obtenido de Muypymes:

<https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>

Oxford Lexico. (2020). *Limón*. Obtenido de Oxford Lexico:

<https://www.lexico.com/es/definicion/limon>

Project Management Institute, 2012 citado en Ruiz. (25 de Abril de 2019). *Jesús Ruiz Nicolás*.

Obtenido de Qué es (y qué no es) un proyecto: <http://jesusrn.com/que-es-y-que-no-es-un-proyecto/#:~:text=Un%20proyecto%20es%20un%20esfuerzo,un%20producto%20o%20servicio%20%C3%BAnico.&text=Su%20objetivo%20es%20proporcionar%20un,puntos%20que%20m%C3%A1s%20confusi%C3%B3n%20crean.>

Rosales, 2005 citado en Universidad para la Cooperación Internacional,. (s.f). *El Estudio*

Técnico. Obtenido de UCIPFG.com: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Rosales, 2005 citado en Universidad para la Cooperación Internacional. (s.f). *Estudio Técnico*.

Obtenido de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Salazar Corté, C. A. (25 de 10 de 2019). *¿Qué es un plan de negocios?* Obtenido de csclick.net:

<https://www.csclick.net/que-es-un-plan-de-negocios>

Secretaria del Senado. (15 de Noviembre de 2020). Código Sustantivo del Trabajo. Bogotá, Colombia. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html

Universidad de San Martín de Porres. (2018). *Manual de Introducción a la Economía*. Obtenido de [https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2018-](https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2018-II/MANUALES/INTRODUCCION%20A%20LA%20ECONOMIA.pdf)

[II/MANUALES/INTRODUCCION%20A%20LA%20ECONOMIA.pdf](https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2018-II/MANUALES/INTRODUCCION%20A%20LA%20ECONOMIA.pdf)

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F: McGRAW-

HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de

https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F: McGRAW-

HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de

https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina

Váquiro, J. D. (2019). *Valor Presente Neto*. Obtenido de Pymesfuturo.com:

<https://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#:~:text=Jos%C3%A9%20Didier%20V%C3%A1quiro%20C.,b%C3%A1sico%20financiero%3A%20MAXIMIZAR%20la%20inversi%C3%B3n.>

Villadiego, B. (Mayo de 2016). *Alcaldía de Sahagún*. Obtenido de Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019: [http://www.sahagun-](http://www.sahagun-cordoba.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/2016-2019%20plande%20desarrollo%20municipal%20mas%20oportunidad%20mas%20progreso.pdf)

[cordoba.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/2016-](http://www.sahagun-cordoba.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/2016-2019%20plande%20desarrollo%20municipal%20mas%20oportunidad%20mas%20progreso.pdf)

[2019%20plande%20desarrollo%20municipal%20mas%20oportunidad%20mas%20progreso.pdf](http://www.sahagun-cordoba.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/2016-2019%20plande%20desarrollo%20municipal%20mas%20oportunidad%20mas%20progreso.pdf)

Weber, M. (s.f.). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Obtenido de

<http://medicinayarte.com/img/weber-max-la-etica-protestante-y-el-espiritu-del-capitalismo.pdf>

Yory, C. M. (2006). *Ciudad y Consumo*. Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de

https://books.google.com.co/books?id=LA4m3RPpSIAC&pg=PA145&dq=que+es+Ubicaci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjcuP_mpJntAhV8EFkFHQGoDtoQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=que%20es%20Ubicaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica&f=true

Forero, J. y Padilla, L. (2012). *Plan de Negocios para la Creación de Empresa*

“Valvulas S.A.S.”. Obtenido de:

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3424/PadillaLuis2012.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Blog de Consultoría Financiera Kerfant. (s.f). *Plan de empresa: definición y ejemplos*. Obtenido

de: <https://blog.cofike.com/plan-de-empresa-ejemplo/>

Sanchez, L. 2010. *Proyecto de creación de una empresa*. Obtenido de:

<https://www.emprendepyme.net/proyecto-de-creacion-de-una-empresa.html>

Roberto Hernández Sampieri (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de:

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-lainvestigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Ministerio de Comercio. *Perfiles Económicos y Sociales por Departamento*. Obtenido de:

<https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos>

Fischer, L. (2002). *Introducción a la Investigación de Mercados*. Bogotá: McGraw-Hill.

Disponible en: <https://www.buscalibre.com.co/libro-introduccion-a-la-investigacion-de-mercados/9786071513946/p/48200183>

Martínez, C. (1996). *Estadística Comercial*. Bogotá: Norma.

Méndez, R. (2004). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Quebecor Word.

Disponible en: <https://www.worldcat.org/title/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-enfoque-para-emprendedores/oclc/318265042>

Hurtado de barrera, Jacqueline (2012). *El Proyecto de Investigación: Comprensión Holística de la Metodología y la Investigación*. Disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/44465356_El_proyecto_de_investigacion_metodologia_de_la_investigacion_holistica_Jacqueline_Hurtado_de_Barrera

Arias Fidias G. (1999). *El Proyecto de Investigación, Guía para su elaboración*.

Guerrero, A. Graña, F. Alegre, P. *Metodología para el estudio de la creación de empresas*.

Obtenido de: <http://nulan.mdp.edu.ar/694/1/00196-b.pdf>

Castro, R. Reyes, A.Sainz, A. Torres, A. Trejo, C. (2014). *Unidad 2: Inicio del Proyecto*.

Obtenido de: <https://docs.google.com/presentation/d/1-W3DM-PUdMXgMAL42NUpNaOeX9pFKL-hyWuTEfCuthk/htmlpresent?hl=es>

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Somos estudiantes del programa Administración en finanzas y negocios internacionales de la Universidad de Córdoba. Estamos en una investigación de mercado, dando a conocer nuestro producto (galletas de limón) con el objetivo de conocer sus opiniones.

Nombres y apellidos _____

Dirección _____

Teléfono _____

Ciudad _____

Correo electrónico _____

Marque con una **X** su opción preferible.

1. ¿Consume usted galletas de limón?

Si _____ NO _____

2. ¿Con que frecuencia consume galletas de limón?

Diario _____ Semanal _____ Mensual _____

3. ¿Qué cantidad consumiría usted de nuestro producto?

1 galleta _____

2 galletas _____

3 galletas _____

4 galletas _____

4. ¿Cuánto pagaría usted por un paquete de nuestro producto?

De \$500-\$1.000 _____

De \$1.000-\$2.000 _____

De \$2.000-\$5.000 ____

5. ¿En qué momento del día consume usted galletas de limón?

Mañana ____ Tarde ____ Noche ____

6. ¿Dónde prefiere usted comprar las galletas de limón?

Tienda ____ Supermercado ____ Panadería ____ todas las anteriores ____

7. ¿En qué presentación las prefieres?

Bolsas plásticas de 25 gr ____

Caja 50gr ____

Bolsa plástica de 30gr ____

¡Muchas gracias por su tiempo! Su colaboración nos será muy útil

Resultados de la encuesta

1 ¿Consume usted galletas de limón?

Tabla 53 *Tabla de Frecuencias Pregunta 1*

Tabla de frecuencia	# personas	Porcentajes	Habitantes de Sahagún	Habitantes que consumen
SI	270	71%	137.527	97.644
NO	110	29%		
TOTAL	380	100%		

Fuentes de elaboración de los autores

El 71% de la población del municipio de Sahagún, consume galletas de limón, lo que quiere decir que 270 personas dijeron que si, mientras tanto el 29% de la población encuestada no consume galletas de limón.

2 ¿Con que frecuencia consume galletas de limón?

Tabla 54 *Tabla de Frecuencias Pregunta 2*

frecuencia	1 galleta	2 galleta	3 galleta	4 galleta	total	porcentaje	Habitantes de la población	Habitantes que consumen
Diario	40	20	10	15	85	31,4%	97,644	30.660
Semanal	30	15	15	10	70	26%		25.387
Mensual	50	35	20	10	115	42,6%		41,596
Total	120	70	45	35	270	100%		97.644

Fuente: elaboración de los autores

En esta gráfica podemos analizar que las personas que consumen galletas de limón, vemos que el 31,4% de las personas encuestadas consumen las galletas de limón diariamente, el 26% las consumen semanalmente y el 42,6% frecuentan consumirlas mensualmente

3 ¿Qué cantidad de galletas de limón consume?

Tabla 55 *Tabla Pregunta 3*

Cantidad	Cantidad de personas	Porcentajes	Habitantes de la población	Habitantes que consumen
1 galleta	120	44%	97.644	42.963
2 galletas	70	26%	97.644	25.393
3 galletas	45	17%	97.644	16.559
4 galletas	35	13%	97.644	12.694
total	270	100%	97.644	97.644

Fuente: elaboración de los autores.

La tabla nos indica que el 44% de las personas compran 1 galleta de limón todos los días, el 26% compran 2 galletas de limón al día, el 17% compran una galleta al día y el 13% de las personas compran 4 galletas de limón diariamente.

4 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una galleta de limón?

Tabla 56 *Tabla Pregunta 4*

Precio	Número de personas	Porcentajes
500	190	70.3%
2000	50	18,5%
5000	30	11,1%
TOTAL	270	100%

Fuente: elaboración de los autores.

Del 100% de las personas que compran y consumen galletas de limón, podemos notar que el 70% de estas compran paquetes de galletas de limón a un precio de \$500, el 18,5% de las personas encuestadas compran galletas de limón a un precio por paquete de \$2.000, mientras que el 11,1% compran el paquete de galletas de limón a un precio por paquete de \$5.000 pesos.

5 ¿En qué momento del día consume usted galletas de limón?

Tabla 57

Tabla 57 *Tabla Pregunta 5*

	Numero de persona	%
Mañana	180	66,6%
Tarde	60	22,2%
Noche	30	11.1%
Total	270	100%

Fuente: elaboración de los autores.

El 67% de las personas que consumen galletas de limón las prefieren consumir en la mañana, el 22% prefieren consumirlas en la tarde y el 11% prefieren consumirlas en la noche.

6 ¿Dónde prefiere usted comprar las galletas de limón?

Tabla 58

Tabla 58 *Tabla Pregunta 6*

Lugar	Numero de persona	Porcentaje
Tienda	100	41,6%
Supermercado	80	33,3%
Panadería	90	25%
Total	270	100%

Fuente: elaboración de los autores.

Analizando los resultados de las encuestas con base en el lugar en donde las personas que compran y consumen galletas de limón, nos arroja los siguientes datos que son: el 41,6% de las personas prefieren comprarlas en tiendas, mientras que el 33,3% prefieren comprarlas en supermercados y el 25% prefieren comprarlas en panaderías.

7 ¿En qué presentación las prefieres?

Tabla 59 *Tabla Pregunta 7*

Presentación	# de personas	porcentajes
Bolsa plástica de 25gr	190	70,3%
Caja de 50 gramos	50	18,5%
Bolsa plástica grande 30 gr	35	11,1%

Fuente: elaboración de los autores.

En esta tabla podemos analizar que, de las personas encuestadas, el 70,3% compran galletas de limón en bolsas plásticas, el 18,5% las prefieren comprar en cajas, mientras que el 11,1% de las prefieren comprar en bolsa familiar.

Anexo 2. Constancias de Juicio de Expertos

Ilustración 7 Constancia de Juicio de Expertos

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL EXPERTO: FREDDY ANAYA YANCES

ESPECIALIDAD: ESPECIALISTA EN FINANZAS

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN

DNI: 73.093.812

Por medio de la presente carta hago constar que realicé la revisión del test o encuesta sobre
"producción y comercialización de galletas de limón"

Elaborado por los estudiantes de Creación de Empresa José David Hernández Díaz y José
Manuel López Rodríguez.

Quienes están haciendo un proyecto de creación de una Empresa titulado: Creación de una
Empresa Productora Y Comercializadora De Galletas De Limón en el Municipio De Sahagún
Córdoba En El Año 2020.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test o encuesta es válido para
 su aplicación.

Sahagún-Córdoba

Fecha: 30 de Octubre del 2020.



Nombre: FREDDY ANAYA YANCES

Dni: 73.093.812

Ilustración 8 Constancia de Juicio de Expertos #2**CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS**NOMBRE DEL EXPERTO: ABRAHAM MIGUEL LUNA PALOMINO.ESPECIALIDAD: ADMINISTRADOR EN SALUD.DNI: 15.044.792.

Por medio de la presente carta hago constar que realicé la revisión del test o encuesta sobre

"Producción y comercialización de galletas de limón."Elaborado por los estudiantes de Creación de Empresa José David Hernández Díaz
y José Manuel López Rodríguez.Quiénes están haciendo un proyecto de creación de una Empresa titulado: Creación de una
Empresa Productora Y Comercializadora De Galletas De Limón en el Municipio De Sahagún
Córdoba En El Año 2020.Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test o encuesta es válido para
su aplicación.

Sahagún-Córdoba

Fecha: 01 de Noviembre del 2020.Abraham Miguel Luna-P.Nombre: Abraham Miguel Luna Palomino.Dni: 15-044-792

Ilustración 9 Constancia de Juicio de Expertos #3

CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL EXPERTO: Victor Alfonso Moreno Pineda
 ESPECIALIDAD: Licenciado en Lengua Castellana - Docente

 DNI: 1064463114

Por medio de la presente carta hago constar que realicé la revisión del test o encuesta sobre
"Producción y Comercialización de galletas de limón."

Elaborado por los estudiantes de Creación de Empresa José David Hernández Díaz
y José Manuel López Rodríguez.

Quienes están haciendo un proyecto de creación de una Empresa titulado: Creación de una
Empresa Productora Y Comercializadora De Galletas De Limón en el Municipio De Sahagún
Córdoba En El Año 2020.

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test o encuesta es válido para
 su aplicación.

Sahagún-Córdoba

Fecha: 31 de Octubre del 2020.

Victor A. Moreno Pineda
 Nombre: Victor Alfonso Moreno Pineda
 Dni: 1064463114

Anexo 3. Reglamento Interno del Trabajo

El reglamento interno del trabajo de “Josephs Lemon Cookies S.A.S”, está dentro de las regulaciones consagradas según en el Código Sustantivo del Trabajo (Secretaria del Senado, 2020)

CAPÍTULO I

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

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

ARTÍCULO 2º—Quien aspire a desempeñar a un cargo en la empresa debe inscribirse por la página web de la empresa para su registro como aspirante y adjuntar los siguientes documentos:

- a) Hoja de vida de sus certificados de estudios y experiencias laboral
- b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local
- c) Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada.

d) Certificado de personas honorables sobre su conducta.

PARÁGRAFO.—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

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 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, núm. 1º).

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

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

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

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

ARTÍCULO 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.

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

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

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

Ejemplos

Personal administrativo

Lunes a viernes

Mañana: 8:00 a.m. a 12:00 m. Tarde: 2:00 p.m. a 5:00 p.m. Sábado: 8:00am 2:00Pm

Personal operativo: por turnos rotativos

Primer turno: 6:00 a.m. a 2:00 p.m. Segundo turno: 2:00 p.m. a 10:00 p.m. Tercer turno: 10:00 p.m. a 6:00 a.m.

Si la empresa labora el día domingo Por cada domingo o festivo trabajado se reconocerá un día compensatorio remunerado a la semana siguiente

CAPÍTULO V**Las horas extras y trabajo nocturno**

ARTÍCULO 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.).

ARTÍCULO 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).

ARTÍCULO 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).

ARTÍCULO 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).

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

ARTÍCULO 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.

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

PARÁGRAFO: 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

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

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

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

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

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

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

PARÁGRAFO 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.

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

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

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

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

Aviso sobre trabajo dominical. Cuando se tratare de trabajos habituales o permanentes en domingo, el empleador debe fijar en lugar público del establecimiento, con anticipación de 12 horas lo menos, la relación del personal de trabajadores que por razones del servicio no pueden disponer el descanso dominical. En esta relación se incluirán también el día y las horas de descanso compensatorio (CST, art. 185).

ARTÍCULO 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).

ARTÍCULO 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:

ARTÍCULO 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°).

ARTÍCULO 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).

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

ARTÍCULO 20. Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, pero el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social puede autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de ellas en

casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria; cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de estas en dinero procederá por un año cumplido de servicios y proporcionalmente por fracción de año. En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador (CST, art. 189).

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

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

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

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

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

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

Permisos:

ARTÍCULO 24. La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

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

CAPÍTULO VII

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

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

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

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

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

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

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

ARTÍCULO 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, núm. 1°).

Períodos de pago:

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

ARTÍCULO 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 mayor de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.

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

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 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.

PARÁGRAFO. 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).

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 36. Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales para lo cual deberán en cada caso determinar la gravedad y la frecuencia de los

accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales de conformidad con el reglamento que se expida.

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

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

CAPÍTULO IX

Prescripciones de orden

ARTÍCULO 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

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

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

CAPÍTULO XI

Labores prohibidas para mujeres y menores

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

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

1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.
2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.
3. Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyen agentes nocivos, tales como contaminantes, desequilibrios térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación.
4. Trabajos donde el menor de edad está expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.
5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radiactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radiofrecuencia.
6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
7. Trabajos submarinos.

8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.
9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.
10. Trabajos en pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
11. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos.
12. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
13. Trabajos en altos hornos, horno de fundición de metales, fábrica de acero, talleres de laminación, trabajos de forja, y en prensa pesada de metales.
14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
15. Trabajos relacionados con cambios de correas de transmisión, aceite, engrasado y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad.
16. Trabajos en cizalladoras, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troqueladoras, otras máquinas particularmente peligrosas.
17. Trabajos de vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima, trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidriado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
19. Trabajos en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.

20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.

21. Trabajo en la industria metalúrgica de hierro y demás metales, en las operaciones y/o procesos donde se desprenden vapores o polvos tóxicos y en plantas de cemento.

22. Actividades agrícolas o agroindustriales que impliquen alto riesgo para la salud.

23. Las demás que señalen en forma específica los reglamentos del Ministerio de la Protección Social.

CAPÍTULO XII

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ARTÍCULO 42. Son obligaciones especiales del empleador:

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

2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.

3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.

4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.

5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.

6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este reglamento.

7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos 5 días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.

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

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

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

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

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

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

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

ARTÍCULO 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.

8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra (CST, art. 58).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ARTÍCULO 45. Se prohíbe a los trabajadores:

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

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

3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.

5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.

6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.

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

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

CAPÍTULO XIII

Escala de faltas y sanciones disciplinarias

ARTÍCULO 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).

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

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

b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.

c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.

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

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

ARTÍCULO 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

ARTÍCULO 49. Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculcado 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).

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

CAPÍTULO XIV

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

ARTÍCULO 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).

ARTÍCULO 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.

PARÁGRAFO. En la empresa “JOSEHPS LEMON COOKIES S.A.S”. no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

CAPÍTULO XV

Publicaciones

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

CAPÍTULO XVI

Vigencia

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

CAPÍTULO XVII

Disposiciones finales

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

CAPÍTULO XVIII

Cláusulas ineficaces

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

CAPÍTULO XIX

Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimiento interno de solución

ARTÍCULO 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.

ARTÍCULO 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

c) Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las personas, señalando las recomendaciones correspondientes.

4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

ARTÍCULO 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 2º del artículo 9º de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes.

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

3. Este comité se reunirá por lo menos (2) veces y 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. Si como resultado de la actuación del comité, este considerare prudente adoptar medidas disciplinarias, dará traslado de las recomendaciones y sugerencias a los funcionarios o

trabajadores competentes de la empresa, para que adelanten los procedimientos que correspondan de acuerdo con lo establecido para estos casos en la ley y en el presente reglamento.

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

Fecha:

Dirección:

Ciudad: Montería

Departamento: Córdoba

Representante legal: José David Hernández Díaz; José Manuel López Rodríguez