

REESTRUCTURACIÓN A LA EMPRESA ARTEOCASION, PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE MATERAS EN CERÁMICA EL MUNICIPIO DE
FUSAGASUGÁ.

SERAFIN BELTRAN GUTIERREZ

ASESOR: OCTAVIO MARENTES GONZALEZ
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2022

REESTRUCTURACIÓN A LA EMPRESA ARTEOCASION, PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE MATERAS EN CERÁMICA EL MUNICIPIO DE
FUSAGASUGÁ.

SERAFIN BELTRAN GUTIERREZ

TRABAJO DE GRADO, MONOGRAFÍA, PARA OPTAR POR EL TITULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

ASESOR: OCTAVIO MARENTES GONZALEZ
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2022

NOTA DE ACEPTACIÓN:

FECHA DE ACEPTACIÓN

FIRMA JURADO

FIRMA JURADO

FUSAGASUGA, JUNIO 2022

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por bríndame la oportunidad de poder finalizar mis estudios profesionales, gracias por darme la fuerza y el coraje para hacer este sueño realidad. A mi Madre quien me apoyo y me enseñó a no dejarme vencer por los obstáculos y por ser la principal mentora durante todo el transcurso de mi carrera.

También quiero agradecer a la universidad de Cundinamarca por brindarme todos los recursos, herramientas y a todos los docentes que me brindaron su apoyo para obtener el título de administrador de empresas.

Por último, quiero agradecer a todos mis compañeros y a mi familia, por apoyarme durante todo este proceso de formación. En especial, quiero mencionar mi abuelita, quien me apoyo a seguir adelante, por sus palabras de apoyo. También al padre Altamira quien me guía hacer cada día un hombre mejor para Dios.

Muchas gracias a todos.

TABLA DE CONTENIDO

1.INTRODUCCIÓN.....	10
1.1 ABSTRACT	11
2. TITULO.....	12
3. PROBLEMA.....	13
4. OBJETIVOS.....	14
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	14
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
5. JUSTIFICACION.....	15
6. MARCO DE REFERENCIA.....	17
7 MARCO LEGAL.....	23
8. MARCO GEOGRAFICO.....	24
8.1 VARIABLE GEOGRÁFICA.....	24
8.2 VARIABLE DEMOGRÁFICA	25
9. DISEÑO METODOLÓGICO	26
9.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
9.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
9.3 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN	26
10. RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
11. DESARROLLO DE LA REESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL	28
11.1 FICHA TÉCNICA MIPYME.....	30
11.2 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN (ORGANIGRAMA).....	31
11.3 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL	31
11.4 MODELO TRADICIONAL DOFA.....	31
11.4.1 FACTOR EXTERNO.....	32
11.4.2 FACTOR INTERNO	32
11.1 MATRIZ EFE	33
11.1.1 ANÁLISIS.....	33
11.2 MATRIZ EFI.....	34
11.2.1 ANÁLISIS.....	34
11.3 PRIORIZACIÓN DE FACTORES CRÍTICOS O DE MAYOR IMPACTO	
35	

11.3.1	FORMATO CAUSAS CRÍTICAS.....	35
11.4	DISEÑO DEL PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICA	35
11.5	PLAN DE ACCIÓN	36
12.	ALISTAMIENTO.....	37
13.	RESTRUCTURACIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS 38	
13.1.1	PROCESOS OPERATIVOS	38
	PLANTA O LUGAR DE TRABAJO.....	38
	MAQUINARIA O EQUIPO ESPECIALIZADO.....	38
13.2	HORNO DE CERÁMICAS A GAS	38
13.3	HORNO DE CERÁMICAS ELÉCTRICO	39
13.4	MEZCLADOR INDUSTRIAL.....	40
13.5	TAMIZADOR DE LÍQUIDOS	41
13.7	PROCESO PRODUCTIVO.....	42
13.8	DIAGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO.....	43
13.9	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	45
14.	PROCESOS ADMINISTRATIVOS	46
14.1	MISIÓN.....	46
14.2	VISIÓN.	46
14.3	PROPÓSITOS.....	46
14.4	VALORES CORPORATIVOS.....	46
14.5	POLÍTICAS ARTEOCASIÓN.....	47
15.	PLANTA DE CARGOS, MANUAL DE RESPONSABILIDADES	49
16.	MANUAL DE FUNCIONES ARTEOCASION CERÁMICAS.....	51
17.	PROGRAMA DE SALUD OCUPACIONAL – REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD	66
17.1	NORMAS DE SALUD OCUPACIONAL, SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE	66
18.	MANUALES, NORMAS DISCIPLINARIAS Y FORMATOS DE NOVEDADES DE PERSONAL.....	67
18.1	NORMA DE ALCOHOL Y DROGAS	67
18.2	NORMAS GENERALES.....	67
18.3	REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.....	68
19.	AJUSTES AL PROCESO CONTABLE DE LA EMPRESA	69

20.	PLAN DE MARKETING.....	71
21.	IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS	73
21.1	PLAN PARA LA CREACIÓN TIENDA VIRTUAL	74
22.	APLICACIONES TECNOLÓGICAS ACTUALES DE LA MARCA	77
23.	VISITAS REALIZADAS A ARTEOCASION	83
24.	PRESUPUESTO	87
25.	MONITOREO Y EVALUACIÓN.....	88
26.	CONCLUSIONES	89
27.	RECOMENDACIONES	90
28	BIBLIOGRAFÍA	91
29.	ANEXOS.....	93
29.1	Encuestas MiPymes	93
29.2	MATRIZ FODA ARTEOCASION	103
30.	REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO	105

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Marco Legal	23
Tabla 2 Ficha Técnica.....	30
Tabla 3 Matriz EFE	33
Tabla 4 Matriz EFI.....	34
Tabla 5 Formato Causas Críticas	35
Tabla 6 Plan De Acción	36
Tabla 7 Presupuesto.....	87
Tabla 8 Encuesta MiPymes	93
Tabla 9 Análisis de la Situación Actual	103

TABLA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1</i> Ubicación geográfica de Arteocasión	24
Ilustración 2 Matera en cerámica	29
Ilustración 3 Logo Arteocasión	30
Ilustración 4 Organigrama Arteocasión	31
<i>Ilustración 5</i> horno de gas.....	38
Ilustración 6 horno de cerámicas arteocasión.....	39
Ilustración 7 mezclador industrial.....	40
Ilustración 8 tamizador de líquidos.....	41
Ilustración 9 Diagrama de procesos.....	44
Ilustración 10 Planta Arteocasión.....	45
Ilustración 11c Impresora 3d de cerámica	73
Ilustración 12 software de impresora 3d	74
Ilustración 13 Manifestación de proyecto	77
Ilustración 14 wix	78
Ilustración 15 site123	79
Ilustración 16 Jimdo	79
Ilustración 17 Portada tienda Virtual	81
Ilustración 18 Nuestra de tienda virtual.....	81
Ilustración 19 función de jimdo.....	82
Ilustración 20 pestaña de inventario	82
Ilustración 21 pestaña de ubicación.....	83
Ilustración 22 archivo Arteocasión 1	84
Ilustración 23 archivo Arteocasion 2	85
Ilustración 25 Nuestra de logo de Arteocasion	86
Ilustración 24 logo Arteocasion	86

1. INTRODUCCIÓN

En aras de apoyar a las pequeñas empresas del municipio, se busca brindar las herramientas necesarias para su buen funcionamiento, las cuales se proponen en el presente trabajo monográfico a la empresa Arteocasión cerámicas, ubicada en el municipio de Fusagasugá (Cundinamarca - Colombia). La implementación de las herramientas mencionadas, pretenden fortalecerla administrativamente de tal manera que coadyuve a generar un mayor reconocimiento de sí misma, al desarrollo económico del municipio y a la generación de nuevos empleos.

Para lograr que la empresa sea más consolidada, se realizará una reestructuración en la mayoría de las áreas que la componen: desde lo operativo, se propone adquirir nueva maquinaria, implementar nuevas tecnologías para los procesos productivos a fin de alcanzar mayores niveles de eficiencia general. En cuanto a lo administrativo: actualizar la plataforma estratégica: misión, visión, políticas, principios y valores corporativos, además de la estrategia de negocios; sobre lo financiero: realizar ajustes en los procesos contables de la empresa.

1.1 ABSTRACT

In order to support small businesses in the municipality, it seeks to provide the necessary tools for their proper functioning, which are proposed in this monographic work to the company arteocasión ceramics, located in the municipality of Fusagasugá (Cundinamarca - Colombia). The implementation of the tools mentioned, intend to strengthen it administratively in such a way that it helps to generate greater recognition of itself, the economic development of the municipality and the generation of new jobs.

In order to make the company more consolidated, a restructuring will be carried out in most of the areas that comprise it: from the operational point of view, it is proposed to acquire new machinery, implement new technologies for production processes in order to achieve higher levels of general efficiency. Regarding administrative matters: update the strategic platform: mission, vision, policies, principles and corporate values, in addition to the business strategy; on the financial: make adjustments in the accounting processes of the company.

2. TITULO

REESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL A LA EMPRESA ARTEOCASION, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MATERAS EN CERÁMICA DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ.

Área: Gestión de las organizaciones y sociedad.

Línea: Emprendimiento.

Programa: Administración de Empresas.

Tema de Investigación: Reestructuración Empresarial a la Empresa Arteocasión.

3. PROBLEMA

Las pequeñas empresas ubicadas en el municipio de Fusagasugá están poco estructuradas administrativamente las cuales están a la desventaja y tienden a desaparecer; por lo anterior se busca brindar las herramientas necesarias para su buen funcionamiento a fin de que generen un punto de partida para lograr una contribución importante en la economía del municipio.

Arteocasión es fabricante de productos cerámicos con una vasta experiencia de más treinta años y una sólida vocación artesanal. Sus colecciones de materas en cerámicas están diseñadas y proyectadas para atender las exigentes necesidades en cuanto al diseño de interiores y exteriores se refiere. Esta organización fue conocida inicialmente en la década de los noventa como “arte para toda ocasión”; inició un primer ciclo empresarial como una academia de pintura sobre cerámica la cual elaboraba sus propias piezas en cerámica, el cual culminó en el año dos mil. Su segunda etapa empieza en el año dos mil cinco ya con el nombre actual: “Arteocasión”.

Desde entonces, la fábrica ha ido continuamente adaptándose a los cambios y tendencias del mercado, enfocándose actualmente a la fabricación de materas en cerámica pintadas al horno, principalmente para el sector de los viveros ubicados en el mismo municipio; procurando ofrecer a sus clientes un producto de máxima calidad y un esmerado servicio.

Para fortalecer sus procesos administrativos, “Arteocasion cerámicas”, abre las puertas permitiendo realizar un diagnóstico preliminar mediante la aplicación una encuesta; herramienta que es ampliamente utilizada como medio de recolección de información en investigación, pues permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz¹. Con la información recolectada y brindada por su propietaria la señora Aleyda Fabiola Gutiérrez Rodríguez, se realizó un análisis FODA el cual consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, esta herramienta puede considerarse sencilla pues permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de la organización². Como resultado del análisis realizado, se evidencia una falta de claridad en el aspecto administrativo; por ello se considera necesario realizar una reestructuración en la mayoría de las áreas como la operativa, administrativa y financiera, en las cuales puntualmente se propone rediseñar procesos como reubicar las instalaciones y la maquinaria, implementar nuevas tecnologías en los procesos de negocio para alcanzar mayores niveles de eficiencia, modernizar la plataforma estratégica: Misión, visión, políticas, principios y valores corporativos, y ajustes en los procesos contables de la empresa.

¹ García Ferrando M. La encuesta. En: García M, Ibáñez J, Alvira F. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70.

² Thompson et. al. (1998), Dirección y Administración Estratégicas, Conceptos, casos y lecturas. Edición especial en español. México. Mac Graw Hill Inter Americana y editores

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar reestructuración empresarial para la empresa ARTEOCASION CERAMICAS productora y comercializadora de materas en cerámica en el municipio de Fusagasugá.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico organizacional
- Modernizar la plataforma estratégica
- Reestructuración de los procesos administrativos y operativos

5. JUSTIFICACION

Para el desarrollo de la presente propuesta, es necesario considerar la importancia que tiene la participación de las MiPymes a nivel municipal, la cual está determinada en el 98,2% del total de las empresas del municipio de Fusagasugá, donde la pequeña empresa aporta el 1,2%, la mediana el 0,3% y la gran empresa 0,1%.³

Las micro y pequeñas empresas de Fusagasugá han ido teniendo a través del tiempo un ascenso significativo. Consecuentemente, muchas de estas empresas no cuentan con un sistema organizacional adecuado que les permita conocer la información administrativa, estratégica, productiva y financiera de su empresa, por ende, se busca realizar un diagnóstico organizacional que permita identificar el estado actual de la que se propone en este estudio, con el objetivo de desarrollar programas y proyectos que la fortalezcan y que a su vez pueda propender por el crecimiento de otras MiPymes.

Teniendo en cuenta que la empresa Arteocasion no cuenta con una estructura administrativa identitaria, carece de procesos definidos y se administra de manera empírica, se hace necesario crear un plan de reestructuración organizacional que le permita la estabilización en términos de fortalecer la toma de decisiones, estabilización de procesos y proyección financiera, de tal manera que le permita cierta consolidación y así poder posicionarse como líder en el mercado de cerámicas en el municipio de Fusagasugá.

Debido a su crecimiento en producción, la empresa ha evidenciado la necesidad de implementar una reestructuración organizacional cuya aplicación ayude a mejorar no solo sus procesos productivos, administrativos y financieros, sino también los controles existentes.

Aplicar una reestructuración constituye un proceso esencial en el desarrollo de las empresas. Por reestructuración debe entenderse cambio, en algunos casos, un cambio importante. Estos cambios, ya sean abordados en un plazo largo o de una forma urgente, son propios de empresas en fase de expansión; de hecho, las reestructuraciones son la esencia de crecimiento y de la regeneración de las empresas por medio de la aplicación de la administración. Entender este término "administración" se ha vuelto más dificultoso por las diversas definiciones existentes hoy en día, las cuales, varían según la escuela administrativa y el autor. Según Idalberto Chiavenato, la administración es "el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales".⁴

De otra parte, para Robbins y Coulter la administración es la "coordinación de las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas".⁵ Asimismo, Hitt, Black y Porter definen la administración como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional".⁶

³ Desarrollo Empresarial Para Fusagasugá

⁴ Chiavenato Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Séptima Edición, Editorial McGraw-Hill Interamericana, México, 2004

⁵ Robbins Stephen y Coulter Mary, Administración, Octava Edición, Editorial Pearson Educación, México, 2005

⁶ Hitt Michael, Black Stewart y Porter Lyman, Administración, Novena Edición, Editorial Pearson Educación, México, 2006

La reestructuración una vez se lleve a cabo va a generar, posiblemente, reconocimiento en el mercado y las directrices para establecer una empresa más consolidada operativa y financieramente, como resultado de promover y apropiar la implantación de teorías y métodos administrativos que la ayuden al aporte en la economía del municipio de Fusagasugá.

6. MARCO DE REFERENCIA

MARCO CONCEPTUAL

La intención que tiene realizar este marco conceptual es presentar a los lectores todas las teorías que fueron consultadas para el desarrollo del presente proyecto; disponer de esta información permite que haya una contextualización de la información científica que fue la guía para proponer el plan de reestructuración.

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

La distribución de planta abarca la disposición física de las instalaciones industriales. Esta disposición, ya sea instalada o en proyecto, incluye los espacios necesarios para el movimiento de los materiales, el almacenaje, la mano de obra directa todas las demás actividades y servicios de apoyo, así como todo el equipo y personal operativo.⁷

FACTORES DE DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

“La decisión de distribución en planta comprende determinar la ubicación de los departamentos, de las estaciones de trabajo, de las máquinas y de los puntos de almacenamiento de una instalación. Su objetivo general es disponer de estos elementos de manera que se aseguren un flujo continuo de trabajo o un patrón específico de tráfico”.⁸

“La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales y comerciales. Esta ordenación ya practicada o en proyecto, incluye, tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores indirectos y todas las actividades”.⁹

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS PROCESOS DE NEGOCIO

Plan de TICs es una serie de etapas y acciones que facilitan la ejecución y seguimiento del progreso de la incorporación o desarrollo de las TICs en la organización de ésta y por tanto, la consecución de las oportunidades de negocio previstas.¹⁰

En consecuencia con lo anterior, uno de los propósitos es proponer estrategias para la implementación de TICs, que aporten a la realización efectiva de los procesos de Arteocasión cerámicas.

⁷ Muther Richard. “Distribución en planta”. Edit. Hispano Europea. Barcelona. 4ta edición. 1981

⁸ CHAESE Y ALQUILANO, Administración de producción y operaciones. Pág. 374

⁹ MUTHER Richard, *Distribución en planta* .Pág. 278

¹⁰ Manene, L. M. (2011). METODOLOGÍA M.P.I. del PLAN de INCORPORACIÓN de TICs en las PYMES. Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/10/17/metodologia-m-p-i-del-plan-de-incorporacion-de-tics-en-las-pymes/>

MODELO TRADICIONAL DOFA

La conocida matriz debilidades-oportunidades-fortalezas-amenazas o DOFA identifica tanto factores externos (amenazas y oportunidades) como internos (fortalezas y debilidades). Se define como una herramienta de Diagnóstico de la organización, para detectar tanto el impacto presente y futuro del entorno, como los problemas propios de la organización.¹¹

LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA

La plataforma estratégica la conforma la estructura conceptual de una empresa; según Jervis el objetivo principal es el de establecer o revisar los lineamientos o postulados fundamentales de la organización, lo que constituye la plataforma estratégica de la misma. En ellos se plasman los aspectos fundamentales de la estrategia de la compañía, La misión y los valores son permanentes (sólo cambian al cabo de 10-20 años), la visión y las políticas son semipermanentes (pueden cambiar al cabo de 5-10 años), los demás componentes son temporales mediano-corto plazo (pueden cambiar en el mediano y corto plazo)¹²

DEFINICIÓN DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA

Es una tendencia administrativa para las pequeñas, medianas y grandes empresas, porque define y direcciona los lineamientos organizacionales, como lo es la misión, visión, objetivos, valores corporativos y políticas institucionales.

A través de esta plataforma, también se pueden identificar las fortalezas y debilidades internas y externas de la organización frente a otros mercados, definir el tipo de público, fijar unas metas, el tiempo y la forma en que se van a lograr.

“Los objetivos empresariales se establecen en función de la misión y de la visión organizacionales”¹³. La creación de una plataforma estratégica para una empresa, por medio de la misión y la visión facilita a los diferentes públicos y a los colaboradores de ésta saber qué es y a qué se dedica la empresa, de igual forma, a conocer sobre los productos o servicios que tienen para ofrecer.

MISIÓN.

La misión constituye una manera de expresar el sistema de valores en términos de creencias o áreas básicas de acción de la organización. La misión se determina por los aspectos siguientes¹⁴

- Cuál es la razón de ser de la organización
- Cuál es el papel de la organización frente a la sociedad.
- Cuál es la naturaleza del negocio de la organización

¹¹ Diagnóstico organizacional / Elizabeth Vidal Arizabaleta. Pag 45-2°. Ed. --Bogotá: Ecoe Ediciones, 2004

¹² JERVIS, D. Manual de planeación corporativa (Para empresas de aseguramiento en salud).

¹³ Chiavenato, I., Sapiro, A.(2017). *Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.ucundinamarca.basesdedatosezproxy.com/?il=5345>

¹⁴ CHIAVENATO, IDALBERTO; SAPIRO, ARÁO. Planeamiento estratégico. Op. cit., cap. 3

- Cuáles son los tipos de actividades en los que la organización debe concentrar sus esfuerzos futuros¹⁵

VISIÓN

La visión organizacional o visión del negocio, se refiere a lo que la organización desea ser en el futuro. La visión es muy inspiradora y explica por qué las personas dedican a diario la mayor parte de su tiempo al éxito de su organización. Cuanto más vinculada esté la visión del negocio a los intereses de sus socios, tanto más la organización podrá cumplir con sus propósitos¹⁶.

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

La organización constituye un conjunto de elementos cuya finalidad es cumplir un objetivo de acuerdo con un plan. En esta definición hay tres puntos básicos: 1) hay un propósito u objetivo para el que se proyecta el sistema; 2) hay un proyecto o conjunto establecido de elementos y 3) las entradas de información, energía y materiales se emplean para que el sistema funcione. Toda organización necesita una finalidad, una noción de los porqués de su existencia y de lo que pretende realizar. Necesita definir su misión, sus objetivos y el tipo de clima organizacional que desea crear para los socios de los que depende en la consecución de sus fines.¹⁷

VALORES CORPORATIVOS

Es el grupo de principios que componen la cultura organizacional y el comportamiento que rige sus colaboradores o consumidores, Antonio Francés los define como: los valores plantean el marco ético-social dentro del cual la empresa lleva a cabo sus acciones. Los valores forman parte de la cultura organizacional y establecen los límites en los cuales debe enmarcarse la conducta de los individuos pertenecientes a ella, tanto en el plano organizacional como en el plano personal¹⁸.

En consonancia, Prieto Herrera, considera que los valores hacen parte de la filosofía organizacional como marco de referencia para suministrar un consenso normativo que permita la armonía entre los integrantes de la organización, como un sistema de pensamiento y significado para definir el comportamiento deseado, ayudando a la mejor selección del personal; son la sumatoria de las creencias personales que una empresa tiene sobre su forma de hacer las cosas y son el soporte de la cultura empresarial y de su carta estratégica.¹⁹

¹⁵ Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las Organizaciones*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.ucundinamarca.basesdedatosezproxy.com/?il=5207>

¹⁶ *Administración de recursos humanos: el capital humano de las Organizaciones*. México, D.F.: McGraw-Hill,(2017). Pag 19

¹⁷ *Administración de recursos humanos: el capital humano de las Organizaciones*. México, D.F.: McGraw-Hill; 2017.pag 19
impresa

¹⁸ Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. Pearson Educación.

¹⁹ Prieto Herrera, J. E. (2011:81). *La Gestión estratégica organizacional*. ecoe Ediciones.

LAS POLÍTICAS

Son guías para orientar la estrategia; son lineamientos generales para observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian al logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias (acciones). Las políticas estratégicas o generales se formulan al nivel de alta gerencia y su función es establecer y emitir lineamientos que guíen a la empresa como una unidad integrada²⁰

AJUSTES EN LOS PROCESOS CONTABLES DE LA EMPRESA

La importancia de llevar un sistema de contabilidad para las empresas en la actualidad se ha convertido en una constante evolución tecnológica, lo cual hace que cualquier miembro de ésta pueda obtener la información financiera de forma efectiva y rápida. Igualmente, Acosta & Navarrete afirman que, en un gran porcentaje de las empresas lo que diferencia del éxito; de acuerdo con los autores es la responsabilidad en torno a las actividades financieras. De este modo, el software contable se ha convertido en una herramienta de información necesaria dentro de las pequeñas, medianas y grandes empresas. En este sentido: El uso de herramientas tecnológicas que proporcionan soporte al proceso de toma de decisiones les permite obtener ventajas competitivas como consecuencia de la agilización del proceso que repercutirá de manera notable en el rendimiento general de la organización. Paralelamente, en el actual mercado se comercializan distintos softwares contables que pueden ser adquiridos por las microempresas, las empresas pequeñas y las empresas grandes. Asimismo, es necesario realizar una capacitación a todos los empresarios para que manejen un sistema contable que resulta ser beneficioso dentro de las distintas entidades.²¹

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

“Proceso que consiste en enunciar las tareas o responsabilidades que conforman y distinguen un puesto del resto. Es el contenido del puesto o en otras palabras describe qué hace, cómo lo hace y por qué lo hace”.²²

ANÁLISIS DE PUESTOS

“Proceso en el cual se estudia y se determina todos los requisitos, responsabilidades y condiciones que el puesto exige para su adecuado desempeño²³.”

²⁰ KOONTZ, Harold. O'DONNELL, Cyril. Curso de Administración Moderna. Un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas. McGRAW-HILL, México, 1979. Citado por HERNANDEZ CELIS, Domingo & ESCALANTE OBREGON, Ignacio Daniel, como tesis de grado Políticas y estrategias para la administración efectiva de las industrias textiles. P.7

²¹ Acosta, & Navarrete. (2013). Importancia del uso del software contable en pequeñas, medianas y grandes empresas del cantón Portoviejo. Dialnet

²² Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las Organizaciones*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.ucundinamarca.basesdedatosezproxy.com/?il=5207>

²³ Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las Organizaciones*. McGraw-Hill.

MARKETING

Es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro para la organización. Esta disciplina, también llamada mercadotecnia, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores; analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.²⁴

LAS 4 PS DEL MARKETING

Las 4 P's del marketing son una fórmula sencilla para identificar y trabajar en los elementos esenciales de una estrategia de marketing; según Kotler, establece la siguiente conceptualización:

PRODUCTO

Es donde se gesta toda estrategia de marketing, pues es la clave para satisfacer los deseos y necesidades del público objetivo. Aquello que la empresa puede ofrecer para que los clientes vean cumplidas sus expectativas. Hoy en día es mejor definir el producto o servicio desde las necesidades y motivaciones del consumidor y los beneficios que le reporta, y no solo desde las características o atributos del mismo.

PLAZA

Los lugares estratégicos de comercialización pueden ir desde una tienda online (comercio electrónico) hasta una cadena de distribución offline con tiendas físicas en varios lugares y países. El objetivo de la estrategia de distribución es facilitar que los clientes y clientes potenciales accedan fácilmente al producto o servicio y aportar una buena experiencia de marca en el proceso de compra.

PRECIO

Todas las organizaciones con fines de lucro establecen precios para sus productos o servicios. Se puede llamar al precio: renta (por un apartamento), colegiatura (por educación), pasaje (por un viaje) o intereses (por dinero prestado), pero el significado no cambia.²⁵

PROMOCIÓN

Son todas aquellas acciones de marketing y comunicación que realiza una empresa para divulgar las características y/o beneficios de un producto o servicio con el propósito de incrementar ventas.²⁶

²⁴ <https://www.cyberclick.es/marketing>

²⁵ Dirección de Marketing Conceptos Esenciales», Primera Edición, de Kotler Philip, Pearson Educación, 2002, Pág. 215

²⁶ <https://www.cyberclick.es/marketing#las-4ps-del-marketing>

MERCHANDISING

La American Marketing Association (AMA), define el merchandising como el conjunto de técnicas basadas principalmente en la presentación, la rotación y la rentabilidad. Estas estrategias se llevan a cabo in situ con el fin de aumentar la rentabilidad, ubicando el producto en el lugar, durante el tiempo, en la forma, al precio y en la cantidad más conveniente. Es así que el merchandising se basa en definir una estrategia adecuada que incida en la decisión de compra del cliente y de ésta manera incrementar las ventas.²⁷

SEO

Es una estrategia de marketing enfocada en mejorar el posicionamiento del sitio web de una organización en los motores de búsqueda. Normalmente, los objetivos se definen a medio y largo plazo. El resultado es que la organización obtiene una fuente de visibilidad y tráfico en la web permanente, a bajo costo.²⁸

SEM

Es una estrategia complementaria a la SEO, que se basa en ubicar anuncios pagos en los motores de búsqueda, la cual posibilita no solo obtener resultados mucho más rápidos, sino adaptar las campañas a las nuevas necesidades del cliente.²⁹

²⁷ <https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/que-es-merchandising/#:~:text=La%20American%20Marketing,aumentando%20las%20ventas.>

²⁸ <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

²⁹ [https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos#:~:text=9\)-,SEM,-EI%C2%A0SEM%C2%A0es](https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos#:~:text=9)-,SEM,-EI%C2%A0SEM%C2%A0es)

7. MARCO LEGAL.

Con el propósito de cumplir todos los aspectos legales que se requieren en la reestructuración, es fundamental cumplir con la siguiente articulación:

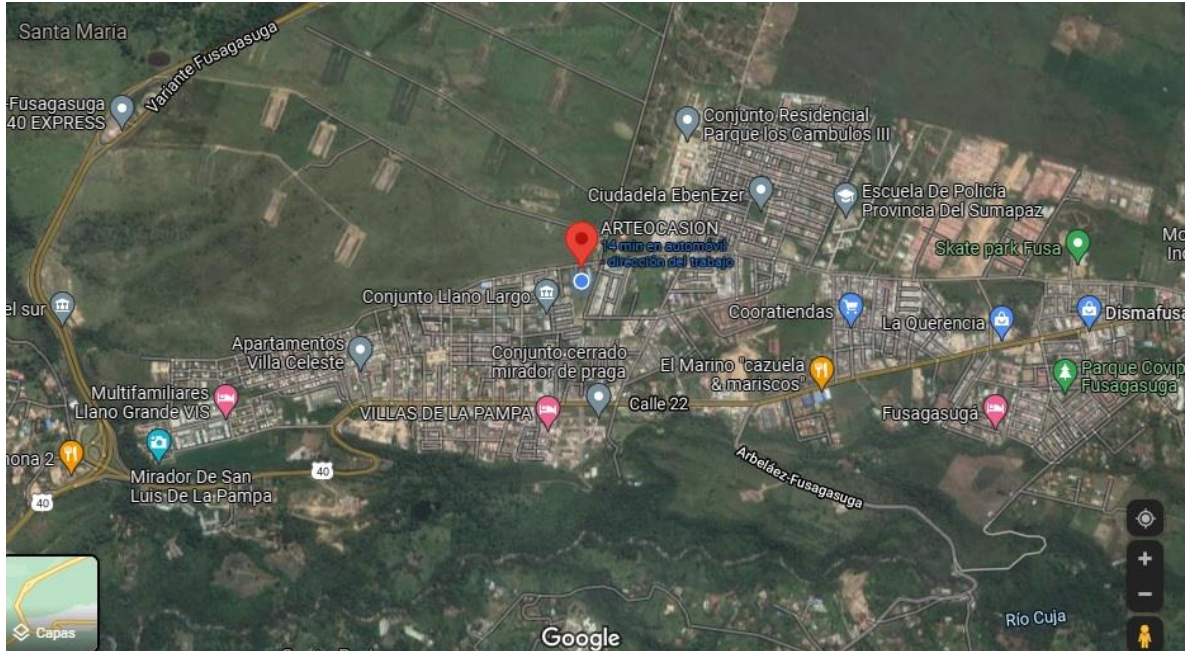
Tabla 1 Marco Legal

LEY	DESCRIPCIÓN
Decreto 410 de 1971	Código de comercio colombiano donde se encuentra todas las normas de derecho mercantil con el objetivo de regular las reacciones comerciales.
Ley 590 De 2000	Ley MiPymes Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
Ley No 527	Comercio Electrónico: Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
Ley 26/2007	Ley 26/2007 de 23 de octubre, de Responsabilidad Ambiental . Esta ley, prevé un sistema de responsabilidad de los operadores industriales encaminado a la reparación de los recursos naturales y los servicios que prestan éstos en caso de producirse un daño de carácter significativo.
Ley 1014 De 2006	De fomento a la cultura del emprendimiento
Ley 2069 De 2020	Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia: La presente ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento, el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

Fuente: Elaboración Propia

8. MARCO GEOGRAFICO.

Ilustración 1 Ubicación geográfica de Arteocasión



Fuente: Ubicación geográfica de Fusagasugá, disponible en: <https://goo.gl/maps/cGe1TcHz6t4o9Vb4A>

La empresa está ubicada en el departamento de Cundinamarca, municipio de Fusagasugá en el barrio la Venta calle 19 No 67-39, lugar en la cual se realizan actividades de producción y comercialización. Comprende un espacio de 700m². Se ubica el proyecto en este lugar debido a que cumple con las condiciones ambientales, de infraestructura, disposición municipal, facilidad de acceso y cercanía al casco urbano o al centro de la ciudad mencionadas en el POT del municipio.

En Fusagasugá durante el transcurso del año la temperatura generalmente varía de 13 °C a 25 °C y rara vez baja a menos de 10 °C o sube a más de 27 °C.

8.1 VARIABLE GEOGRÁFICA

Se realizará en:

- País: Colombia
- Región: Sumapaz
- Departamento: Cundinamarca
- Municipio: Fusagasugá
- Habitantes: 147.631

8.2 VARIABLE DEMOGRÁFICA

Condiciones poblacionales para la comercialización y fabricación de las materas en cerámica.

Público objetivo para comercialización

- Edad: 18 años en adelante
- Género: producto dirigido a todo género
- Tamaño de la familia. 1 miembro en adelante.

9. DISEÑO METODOLÓGICO

Basados en los sustentos teóricos aportados anteriormente y para el desarrollo del ejercicio monográfico, para la empresa Arteocasión se presenta el diseño metodológico el cual contiene información acerca de la población, muestra, métodos, técnicas recolección de datos y análisis, con la finalidad de realizar un tratamiento estadístico de la información recolectada.

9.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación propositiva- cualitativa, enfocada en la elaboración y desarrollo de una propuesta de reestructuración organizacional a la empresa Arteocasión cerámicas.

La investigación propositiva cualitativa

En sí este tipo de investigación es un proceso dialectico que utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de diagnosticar y resolver problemas fundamentales, caracterizándose por generar conocimientos. Promueve, además, desarrollo, fortalecimiento y mantenimiento³⁰.

9.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema que se ha planteado. En atención al diseño, “la investigación se clasifica en: documental, de campo o experimental”³¹. En este sentido, este estudio será documental y de campo ya que el punto de partida es siempre bibliográfico, y se solidifica el contexto del trabajo con actividades en la empresa a estudiar: Arteocasión.³²

9.3 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

Se caracterizó la población para poder establecer el segmento al cual debe ir dirigido el producto de la empresa. La alcaldía municipal brindó la información de la distribución de viviendas por estrato socioeconómico, datos que fueron recolectados en el censo realizado por el DANE ³³, obteniendo los datos poblacionales del municipio de Fusagasugá, información que se utilizó para establecer un segmento de mercado basados en el poder adquisitivo que se representa mediante la estratificación del sector.

³⁰ Mesías, Oswaldo. La investigación cualitativa. Universidad Central de Venezuela. 2019.

³¹ Arias, Fidias. El proyecto de Investigación. 5ta. Edición. Caracas Editorial Episteme, 2006

³² Montero, Maritza y Hochman, Elena. Investigación documental. Técnicas y Procedimientos. Editorial Panapo. Venezuela.

³³ COLOMBIA. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

10. RECOLECCIÓN DE DATOS.

Para Zikmund & babin ³⁴ “Una encuesta es un instrumento a través del cual se proponen una serie de preguntas mediante el cual el investigador puede recopilar datos y detectar la opinión de su mercado objetivo. Este procedimiento se practica por medio de entrevistas y cuestionarios”.

Luego de esta recolección de información, posteriormente se realiza el análisis de la misma, lo cual a su vez genera los resultados. Obtenidos éstos, se ponen en contexto los efectos que podrían llegar a tener en la reestructuración, para posteriormente hacer inferencias y conclusiones.

Sobre la ejecución de este proceso, y poder estimar y proponer la reestructuración, se realizó la recolección de la información a través de las fuentes primarias, que para éste caso particular se acudió a la señora Aleyda Fabiola Gutiérrez Rodríguez, propietaria de la empresa Arteocasion, quien permitió ingresar a las instalaciones de la empresa para aplicar el instrumento presencial y personalmente; adicionalmente se logró realizar la observación de la empresa como tal, su estructura física, las instalaciones, así como tener acceso a todo lo que se necesitara para poder obtener y analizar la información, con el ánimo de comenzar a clasificarla y proponer y crear las estrategias para el mejoramiento en el funcionamiento de la empresa.

³⁴ ZIKMUND & BABIN Investigación de mercados. Ed Novena. Cengage learning 2009

11. DESARROLLO DE LA REESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL

Con la información recolectada inicialmente mediante la encuesta MiPymes y un análisis FODA en la organización objeto de estudio, se establece la base para realizar la reestructuración, y básicamente se refiere a un proceso de renovación que asumen las empresas para desarrollar un nuevo modelo de negocio que se ajuste a las demandas actuales y poder de alguna manera resolver los problemas -ya sean económicos o legales- para así tener un mejor funcionamiento.³⁵

FINALIDAD

- Realizar un diagnóstico organizacional
- Modernizar la plataforma estratégica
- Reestructuración de los procesos administrativos, financieros y operativos.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

ARTEOCASION CERAMICAS

QUIENES SOMOS

Somos un fabricante de productos cerámicos con una vasta experiencia y una sólida vocación artesanal. Nuestras colecciones de materas en cerámicas están diseñadas y conceptuadas para atender las exigentes necesidades en los campos del diseño de interiores y exteriores. Investigación, innovación y respeto por el medio ambiente son los valores que se identifican con nuestra forma de ser.

DE DÓNDE VENIMOS

La historia se remonta treinta años atrás. Conocida en su momento como “arte para toda ocasión”. Inició un primer ciclo empresarial como una academia de pintura sobre cerámica la cual elaboraba sus propias piezas en cerámica que comenzó en el año 1991 y finalizó en el año 2000. La segunda etapa empieza en 2005, ya con el nombre actual: Arteocasión.

Desde entonces, la fábrica ha ido continuamente adaptándose a los cambios del mercado local enfocándose en la actualidad a la fabricación de materas en cerámica especializada en materas en cerámicas pintadas al horno al sector de los viveros del municipio de Fusagasugá para ofrecer a éstos, un producto de máxima calidad y un esmerado servicio.

³⁵ <https://www.inverbac.com/en-que-consiste-un-proceso-de-reestructuracion-empresarial-ventajas-de-la-reestructuracion-empresarial-etapas-de-una-reestructuracion/>

TRADICIÓN CERÁMICA

Nuestra pasión ha sido y será siempre la cerámica, lo cual se respira en nuestras instalaciones y por supuesto, también se refleja en las colecciones de materas en cerámicas y en la calidad de sus diseños y acabados.

Ilustración 2 Matera en cerámica



Ilustración 3 matera en cerámica gato



Ilustración 4 matera en cerámica



Fuente: Arteocasion cerámicas

A DÓNDE VAMOS

Nuestra apuesta por la innovación tecnológica a lo largo de nuestra historia ha dado lugar a líneas de producto que nos diferencian y posicionan entre las empresas de mayor proyección del sector cerámico.

Nuestro equipo de diseño dedica todo su esfuerzo a la constante búsqueda y adaptación de nuevas tendencias para llegar a un mercado cada vez más exigente y cambiante, con nuevas propuestas diferentes y exclusivas que potencian nuestro valor de marca.

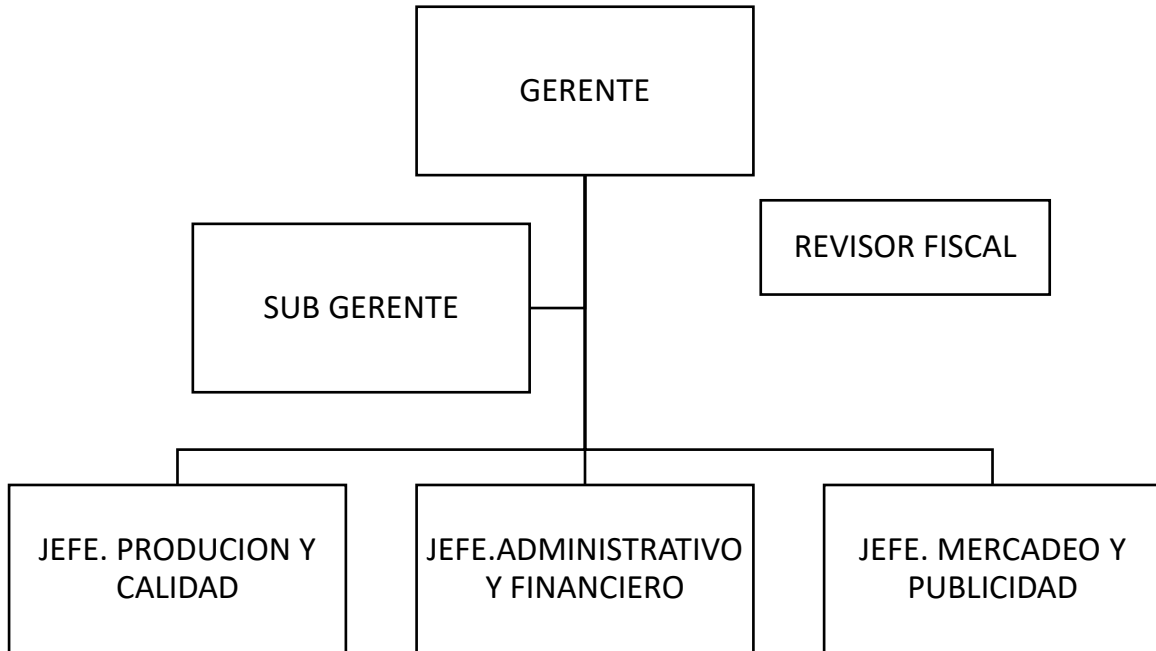
Tabla 2 Ficha Técnica

11.1 FICHA TÉCNICA MIPYME	
N° ENCUESTA:01	FECHA:13 octubre 2021
NOMBRE MIPYME: ARTEOCASION CERAMICAS	DIRECCIÓN: Calle 19 No 67-39 Teléfono: 3103421645 Correo electrónico: arteocasion@hotmail.com
PROPIETARIO: Aleyda Gutiérrez R	TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO:5 AÑOS
ACTIVIDAD ECONÓMICA: Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializado	CLASIFICACIÓN CIU 4759
DESCRIPCIÓN: Arteocasión cerámicas es una fábrica de materas en cerámica brindando sus comercialización y distribución a los viveros y clientes de la región de Sumapaz	
FOTOGRAFÍA	
<p><i>Ilustración 3 Logo Arteocasión</i></p>  <p><i>Fuente: Arteocasion cerámicas</i></p>	

11.2 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN (ORGANIGRAMA)

Este tipo de organigrama se caracteriza por tener un número reducido de niveles jerárquicos, teniendo una estructura con niveles de dirección general, acoplándose así a los cargos y niveles conformes al tamaño la empresa, por lo cual se decide desarrollar este tipo de organigrama.³⁶

Ilustración 4 Organigrama Arteocasión



Fuente: Elaboración propia

11.3 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad.

11.4 MODELO TRADICIONAL DOFA

La conocida matriz debilidades-oportunidades-fortalezas-amenazas o DOFA permite identificar tanto factores externos (amenazas y oportunidades) como internos (fortalezas y debilidades). Se define como una herramienta de diagnóstico de la organización que

³⁶BERNAL, C. SIERRA, H. Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI, primera edición, Mexico, 2008.

permite detectar no solo el impacto presente y futuro del entorno, sino los problemas propios de la organización.

El procedimiento comúnmente usado para construir una matriz DOFA, es el siguiente:

11.4.1 FACTOR EXTERNO

- Los miembros de la organización hacen una lista de las amenazas y oportunidades provenientes del entorno, Aquí se analizan las fuerzas políticas, económicas, sociales, tecnológicas, culturales, medioambientales, etc.
- De acuerdo con el sector económico al que pertenece la organización se asigna un peso relativo a cada fuerza, para calificar la organización con respecto a dicho factor.
- El resultado de esta evaluación se vierte en una matriz de evaluación de factores externos o matriz EFE, también llamada por otros autores análisis PEST (Factores Políticos, Económicos, Sociales Tecnológicos)

11.4.2 FACTOR INTERNO

- Los participantes generalmente efectúan un examen de las fortalezas y debilidades de la organización por áreas funcionales.
- Habitualmente de acuerdo con el sector económico al que pertenece la organización se asigna un peso relativo a cada factor interno, para calificarla con respecto a dicho factor.
- El resultado de esta evaluación se vierte en una matriz de Evaluación de Factores Internos o Matriz EFI³⁷

Realizando la matriz DOFA anexo en el presente trabajo se evalúa a continuación:

1. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS
2. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS

³⁷ Diagnóstico organizacional / Elizabeth Vidal Arizabaleta. -- 2°. Ed.- pág. 45-Bogotá: Ecoe Ediciones, 2004

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS.

11.1 MATRIZ EFE

Tabla 3Matriz EFE

EFE	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidad			
Incremento constante de viveros en la región incrementa la demanda de materas en cerámica.	0.8	4	3.2
Incremento del mercado turístico los fines de semana	0.3	3	0.9
Oportunidad de fortalecer el e-comer de la empresa	0.9	3	2.7
Innovación en los productos	0.6	3	1.8
Amenaza			
Entrada de productos cerámicas de baja calidad chinos	0.7	4	2.8
La alta comercialización de productos en barro	0.3	2	0.6
Alto costo de los arriendos para negocios comerciales	0.5	2	1
Pocos proveedores de materias primas	0.8	3	2.4
Total			15.4

Fuente: elaboración propia

11.1.1 ANÁLISIS

Es necesario evaluar y obtener el valor total de las oportunidades que genera un valor de 8,6 y el valor total de las amenazas es 6,8. Si el valor de las oportunidades es superior que las amenazas, significa que el entorno externo es favorable y será objeto de información importante para el desarrollo de nuevos planes para la empresa, los cuales se usarán en la reestructuración de la empresa bajo una serie de estrategias en publicidad y nuevas tecnologías a fin de atraer a nuevos clientes.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS-EFI

11.2 MATRIZ EFI

Tabla 4 Matriz EFI

FCE	Peso	Calcificación	Peso Ponderado
FORTALEZAS			
Asistencia a capacitaciones realizadas por alcaldía y cámara de comercio	0,5	2	1
Asistencia a eventos realizados como ferias empresariales como expo fusa	0.9	4	3,6
Facilidad de otorgamiento de cerditos. Destinados al fortalecer la empresa	0.4	2	0,8
Creación de nuevos diseños para innovar en el mercado de las cerámicas	0,7	3	2,1
DEBILIDADES			
No cuenta Plataforma estratégica.	1	4	4
Falta de manejo contable básico	1	4	4
Mala distribución de la plata y maquinaria	0,8	2	1,6
Falta de manual de funciones en puesto de trabajo	0,7	3	2,1
Total			19,2

Fuente: Elaboración propia

11.2.1 ANÁLISIS

Teniendo en cuenta Los resultados de la matriz, se elabora un plan de acción puesto que el valor total de las debilidades aporta un valor de 11,7 y el valor total de las Fortalezas es 7,5 esto significa que el entorno interno está afectado por las debilidades y deben ser estudiadas para determinar la mejor opción para corregirlas; en la presente restructuración se llevara la creación de la plataforma estratégica y de más aspectos que reflejen la negatividad de la empresa.

11.1 PRIORIZACIÓN DE FACTORES CRÍTICOS O DE MAYOR IMPACTO

Con el resultado de matriz DOFA realizada y análisis de las matrices EFE – EFI, se identifican los factores críticos los cuales requieren de un plan estratégico para fortalecer las debilidades las cuales son críticas la para empresa y se describen a continuación:

11.1.1 FORMATO CAUSAS CRÍTICAS

Tabla 5 Formato Causas Críticas

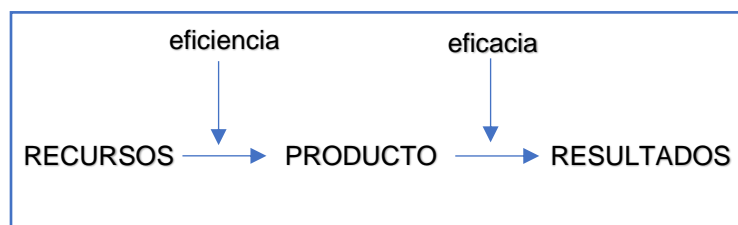
Causa No.	Causa	Impacto	¿Puede Algunas Mejorarla?	Ejecutar Acción Para	¿Debe Actuar?
1	No cuenta Plataforma estratégica	Alto		Si	Si
2	Mala distribución de la plata y maquinaria	Alto		Si	Si
3	Falta de manejo contable básico	Alto		Si	Si
4	Falta de manual de funciones en puesto de trabajo	Medio		Si	Si
5	Falta de marketing digital	Alto		Si	Si

Fuente: Elaboración propia

11.2 DISEÑO DEL PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICA

Una vez identificadas las causas críticas se debe pensar en cómo hacerles frente. Las acciones de intervención se diseñan con la intención de cambiar la realidad contenida en una causa que ha sido declarada crítica.

Así una acción la podemos definir como una relación recursos-producto-resultados



Fuente: Elaboración propia

La relación recursos-producto precisa la eficiencia. La relación producto-resultados muestra su eficacia. El producto de las dos es la efectividad.

A cada acción que se diseñe corresponde un responsable de su ejecución y para cada demanda de acción existe un encargado de solicitar la cooperación pertinente.

El formato que sigue describe la manera en que el grupo de trabajo identifica las acciones y las posibles demandas de acciones. (Ver siguiente página).

La columna causa crítica señala la causa a intervenir, la columna ¿qué hacer? sirve para identificar la acción, la columna ¿quién hace? precisa el organismo que tiene la gobernabilidad sobre la operación y, ¿quién coopera? señala al actor u organismo que debe asumir una responsabilidad complementaria.³⁸

11.3 PLAN DE ACCIÓN

Tabla 6 Plan De Acción

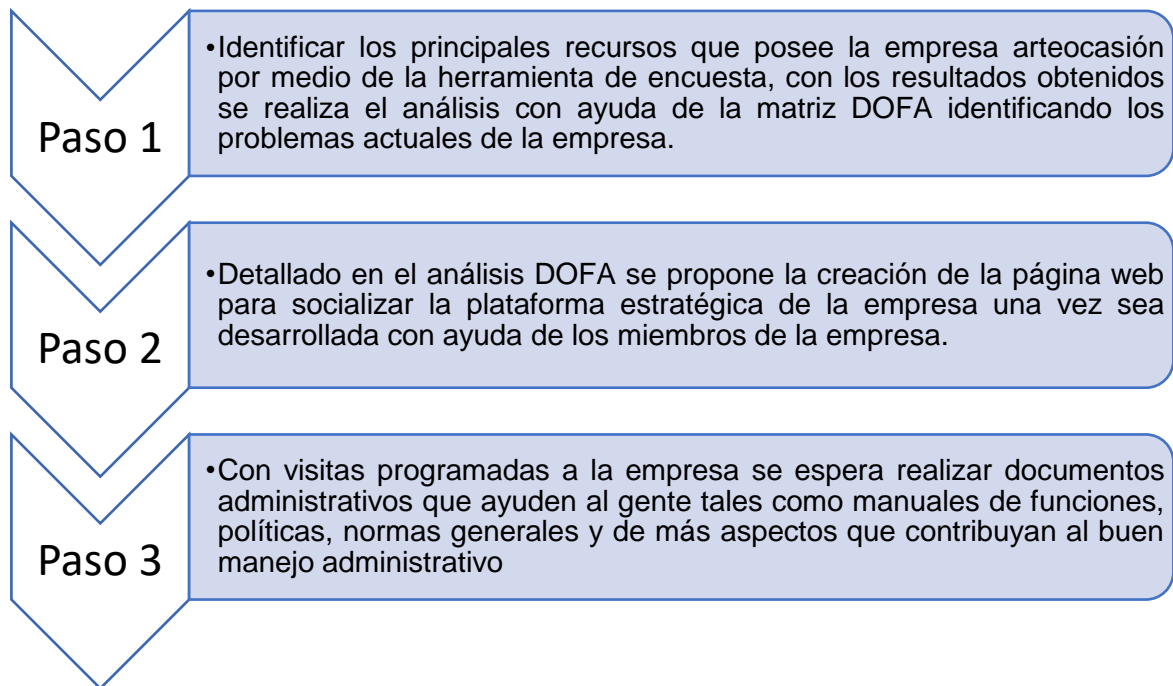
CAUSA CRITICA	QUE HACER	QUIEN HACE	QUIEN COOPERA
1.No cuenta Plataforma estratégica	Desarrollar la plataforma estratégica de arte ocasión	Gerente general, estudiante	Universidad de Cundinamarca
2.Mala distribución de la planta y maquinaria	Diseñar la distribución por procesos productivo de la fabricación	Gerente y estudiante	Universidad de Cundinamarca
3.Falta de manejo contable básico	Estable manual contable para la empresa arteocasión	Gerente y estudiante	Universidad de Cundinamarca
4.Falta de manual de funciones en puesto de trabajo	Diseñar el manual de funciones	Gerente y estudiante	Universidad de Cundinamarca
5.Marketing Digital	Diseñar la propuesta de tienda virtual	Gerente y estudiante	Universidad de Cundinamarca

Fuente: elaboración propia

³⁸ Diagnóstico organizacional / Elizabeth Vidal Arizabaleta. Pag 61-Selección y diseño de planes de acción

12. ALISTAMIENTO

Para solucionar los objetivos se realizan los siguientes pasos:



Fuente: Elaboración propia

Además, se requiere de los siguientes elementos:

- **Personal:** profesional en administración de empresas con alto grado de responsabilidad
- **Físicos:** espacio adecuado para el desarrollo de trabajo, escritorio y sillas, en el área de producción mesa de moldeo para incrementar la cantidad de unidades fabricadas.
- **Equipos:** computador portátil para realizar todo tipo de documentos y diseños. Impresora para impresión de publicidad y documentos. Televisor para muestra de material publicitario y de productos en sala de exhibición. un Celular para prestar un mejor servicio por medio de WhatsApp a los clientes.
- **Servicios:** luz, agua y conexión a internet.

13. RESTRUCTURACIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS

13.1.1 PROCESOS OPERATIVOS

Para la fabricación de las materas en cerámicas se necesita el espacio y condiciones adecuadas para realizarlo, así como, la maquinaria que ayudara en el proceso de fabricación, además de toda la materia prima que requiere la fabricación y la mano de obra necesaria para ello.

DESCRIPCIÓN DE LO QUE SE NECESITA PARA LA FABRICACIÓN DE MATERAS EN CERÁMICA

PLANTA O LUGAR DE TRABAJO: se requiere un espacio amplio que cumpla con las condiciones apropiadas para la fabricación, tales como son el aire y luz para que toda la planta de producción este un solo piso.

Por lo tanto, se busca una bodega de carácter industrial por el gran volumen que ocupan las máquinas o equipos para la producción de las materas.

MAQUINARIA O EQUIPO ESPECIALIZADO: para este tipo de producción se necesita diferentes equipos que intervienen en todo el proceso de fabricación, tales como:

13.2 HORNO DE CERÁMICAS A GAS

Ilustración 5 horno de gas



Fuente: <https://img.interempresas.net/FotosArtProductos/P171043.jpg>

Descripción: Horno de gas: es redondo se abre por arriba; la tapa tiene un orificio de ventilación y campana unida al horno mediante una pequeña barra metálica a cada lado. Tiene dos quemadores. El orificio de ventilación tiene una manilla para abrir o cerrar la

entrada de aire. La tapa se levanta por presión del pedal situado debajo del horno y gira por empuje. Es utilizado para quemar las materas en su estado crudo para dar su finalidad de endurecimiento conocido como bizcocho de cerámica.

13.3 HORNO DE CERÁMICAS ELÉCTRICO

Ilustración 6 horno de cerámicas arteocasión



Fuente: elaboración propia

Descripción: Horno Eléctrico para Cerámica, RampMasterII 1822 de Evenheat.

Características: 44,5 cms diámetro x 57 cms profundidad (interior) con una capacidad de 93 litros. Alcanza una temperatura máxima de 1260°C. Con control automático programable de temperatura, con múltiples programas y formatos de programación, capaces de controlar todas las rampas y temperaturas de mantención. Ideal para una cocción eficiente y fácil. Se utiliza para la quema de las materas en su estado de bizcocho y pintura.

13.4 MEZCLADOR INDUSTRIAL

Ilustración 7 mesclador industrial



Fuente: <https://s.alicdn.com/@sc04/kt/H62aaa3d9458443c1b1735e2e20b75a7fk.jpg>

Descripción:

1. Elevación hidráulica o elevación mecánica.
2. Material: acero inoxidable
3. Motor entero del alambre de cobre.
4. La velocidad puede ser modificada para requisitos particulares y ajustables.
5. El voltaje y el enchufe se pueden cambiar lo mismo que su voltaje local, este Voltaje: 110V/60HZ, 220V/60HZ, 220V/50HZ, 380V/50HZ

Se utiliza para mezclar los componentes básicos de materia prima para elaboración de las materas en cerámica.

13.5 TAMIZADOR DE LÍQUIDOS

Ilustración 8 tamizador de líquidos



Fuente: Elaboración propia

Descripción

El tamiz de filtro de barro xianfeng se utiliza principalmente en la mezcla de cerámica, es uno de los productos maduros del desarrollo de la industria cerámica, puede ser un método muy eficaz para tratar con materiales mixtos líquidos sólidos, rápidamente se dan cuenta de la separación sólida-líquida. Además, este equipo puede ayudar en proceso de elaboración de las materas en cerámicas ya que se usa para optimizar la mezcla.

OTROS INSUMOS NECESARIOS

- Moldes en yeso: de los diferentes modelos de las materas.
- Mesa de moldeo: prácticas para realizar el vaciado de los moldes.
- Canecas: de plástico de capacidad de 55 galones.
- Mesas metálicas: grandes para soportar el peso de los moldes.
- Escabiladeros: de 12 Bandejas: que facilitan movilizar las piezas en proceso y ya terminadas.
- Estands metálicos: utilizados para el almacenaje de los productos y utensilios.

MATERIA PRIMA UTILIZADA

CUARZO: Mineral compuesto de sílice (SiO₂). Tras el feldespato es el mineral más común de la corteza terrestre estando presente en una gran cantidad de rocas ígneas, metamórficas y sedimentarias. Destaca por su dureza y resistencia a la meteorización.

FELDESPATO: Mineral tecto y aluminosilicatos que corresponden en volumen a tanto como el 60 % de la corteza terrestre.

CAOLÍN: Es un silicato de aluminio hidratado, producto de la descomposición de rocas feldespáticas principalmente. El término caolín se refiere a arcillas en las que predomina la mineral caolinita; su peso específico es de 2.6; su dureza es 2; color blanco, puede tener diversos colores debido a las impurezas; brillo generalmente terroso mate; es higroscópico (absorbe agua); su plasticidad es de baja a moderada.

13.6 RECURSOS REQUERIDOS O SERVICIOS

- Agua – luz- gas natural

Mano de obra calificada: Se requiere personal especializado para la manipulación de la materia prima y uso de la maquinaria.

13.7 PROCESO PRODUCTIVO

Se describe el proceso productivo de la fabricación de materas en cerámicas

Dividas en dos fases primero elaboración de las materas en cerámica, y la segunda en los procesos de pintura de las materas.

PRIMERA FASE

1. Proceso de preparación de la materia prima: en este proceso se combinan la materia prima en cantidades específicas dependiendo la cantidad a producir, para 100 materas se utilizan 80kg de caolín, 40 kg de cuarzo, 20 kg feldespato. En 80 litros de agua

1.1. Estos componentes se mezclan en las canecas plásticas o metálicas según la capacidad.

1.2. En este paso se utiliza la mezcladora industrial para mayor calidad de proceso, esto permite la correcta mezcla de los componentes hasta obtener una mezcla espesa. Este proceso tiene una duración de 3 horas.

1.3. Después de la mezcla esta lista se debe pasar por la máquina de tamizador de líquidos esto hace que toda impureza, arena y materiales ajenos sean filtrados dejando un excelente estado de la mezcla. 3 horas de duración

1.4. Llenado de moldes: en este punto la mezcla ya está terminada y se utiliza para llenar los moldes de yesos. Cada molde es de un diseño de cada matera. 30 min de duración.

1.5. El molde de yeso absorbe el líquido de la mezcla, formando una masa que se endurece en cuestión de 5 minutos, se repite el llenado según el grueso que se desea de la pieza 5 milímetros es lo ideal, esto es controlado por la persona encargada del llenado de moldes. 30-50 minutos de duración

1.6. Una vez alcanzado el grueso deseado, se abre los moldes de yeso con la figura o diseño de la materia, a este estado se le conoce como pieza en crudo. Se deja secar hasta que la pieza este firme y se pueda trabajar manualmente. Duración 2 días según condiciones climáticas.

1.7. Una vez secas las piezas son manipulables y se pueden pulir: quitar todos los imperfectos y darle la apariencia y texturas deseadas, duración 1 día.

1.8. Las piezas o materas en crudo son llevadas al horno de gas para ser quemadas durante de 8 horas de quema y 5 horas de enfriado. Duración 13 horas.

1.9. Las piezas salen convertidas en cerámica. En este punto la materia es conocida como bizcocho en blanco de cerámica.

Duración aproximada de la primera fase 4 días.

SEGUNDA FASE

2. Pintado de la materia, una vez ya este la materia en bizcocho se realiza la pintura. Proceso que se lleva a cabo por inmersión el cual consiste en sumergir las materas en una caneca llena de pintura del color solicitado

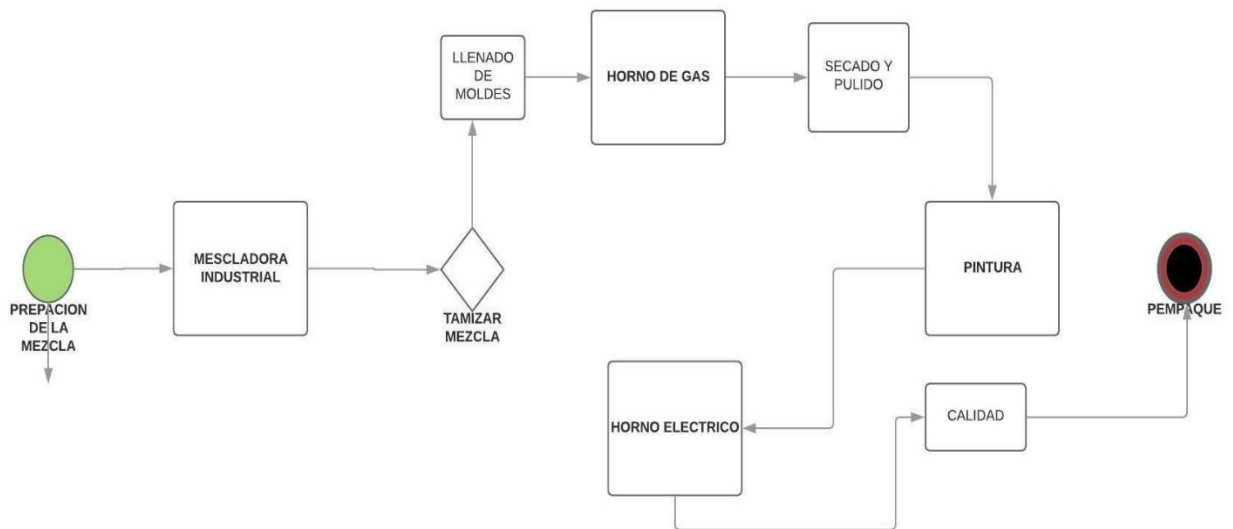
2.1 Una vez pintadas las materas son llevadas a segundo horno eléctrico el cual llega a 1000°C, con una duración de 8 horas de quema y 8 horas de enfriado.

2.2 Revisión de calidad de los productos terminados. Duración 1 hora

2.3 Empaque y distribución según pedidos a los viveros. Duración 2 horas.

13.8 DIAGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO

Ilustración 9 Diagrama de procesos



Fuente: Elaboración propia

Gráfica de proceso de productivo en primera y segunda fases descritos en la página anterior.

CAPACIDAD INSTALADA

El 100% de la producción a capacidad máxima de producción es de 2000 materas mensuales.

CAPACIDAD UTILIZADA

Es el 70 % de la producción de la capacidad máxima de producción, 1300 materas en cerámicas mensual.

CAPACIDAD OCIOSA

700 unidades producidas mensualmente el 30% de la capacidad de producción de materas en cerámica

MÉTODO DE PRODUCCIÓN

Existen diferentes maneras en las que los productos y servicios pueden ser producidos.

En Arteocasión básicamente se maneja una producción por trabajo o pedido: fabricación de un producto individual de principio a fin y cumple con requerimientos específicos del cliente, cantidad, color y diseño.

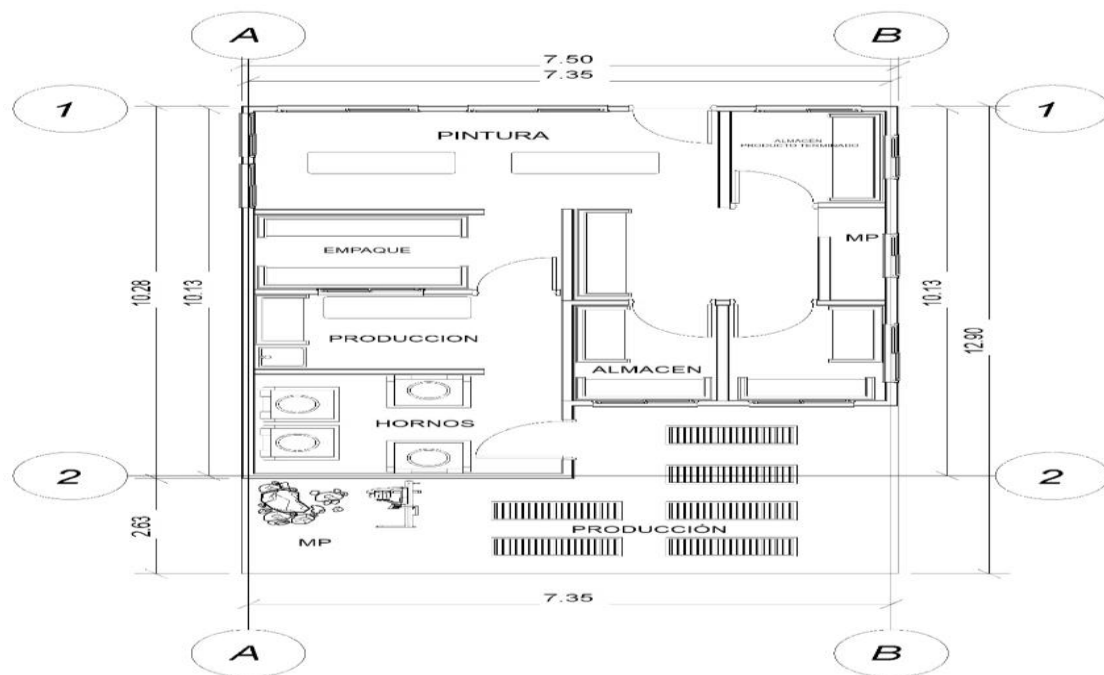
Es un método de producción normalmente asociado con la clase socioeconómica alta o "premium" del mercado donde hay un énfasis en la calidad, el productor puede cobrar precios superiores.

Las empresas pequeñas suelen utilizar este tipo de método porque tienen pocas oportunidades de producir en masa y aprovechar las oportunidades de economías de escala.³⁹

13.9 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

En la **distribución en línea o de producto**, las máquinas se disponen siguiendo el proceso de fabricación del producto. Los puestos de trabajo están colocados uno a continuación del otro, y en cada puesto, el dispositivo de evacuación sirve para alimentar el puesto siguiente, sin almacenes intermedios.⁴⁰

Ilustración 10 Planta Arteocasión



Fuente: Elaboración propia

³⁹ Métodos de producción- <https://empresaygestionbi.weebly.com/51-meacutetodos-de-produccioacuten.html>

⁴⁰ DPMCM06.- La distribución en planta. -

https://ikastaroak.ulhi.net/edu/es/PPFM/DPMCM/DPMCM06/es_PPFM_DPMCM06_Contenidos/webste_34_distribucin_en_lnea_o_por_producto.html

14. PROCESOS ADMINISTRATIVOS

MODERNIZACION DE PLATAFORMA ESTRATÉGICA DE ARTEOCASION

14.1 MISIÓN

Ofrecer soluciones en productos cerámicos de la más alta calidad e innovación, proporcionando un servicio responsable, eficiente basadas en la ética, el respeto y el éxito mutuo.

14.2 VISIÓN.

Posicionar la empresa como la mejor opción en productos cerámicos en Fusagasugá Cundinamarca. Presentado como propuesta una empresa dedicada fundamentalmente a la elaboración de materas en cerámica de la más alta calidad en el mercado de esta zona, logrando la admiración y reconocimiento de Arteocasion como la mejor empresa de productos cerámicos del municipio.

14.3 PROPÓSITOS

Satisfacer la demanda actual del mercado de viveros de la provincia del Sumapaz; posicionar la empresa como la mejor opción en la producción de materas en cerámica, en el municipio de Fusagasugá (Cundinamarca). Incrementar la oferta de productos trimestralmente con la mejor calidad.

14.4 VALORES CORPORATIVOS

Arteocasión se basa en unos principios fundamentales: la responsabilidad es un compromiso que se lleva a cabo con cada uno de los miembros de la empresa, el respeto por el trabajo que cada uno realiza compaginado para el bienestar de todos.

LA UNIDAD es importante que cada uno de los miembros de Arteocasión se sienta identificado y comprometido, que demuestre su sentido de pertenencia, que todos vallan hacia un mismo propósito y luchan por una meta en común.

RESPONSABILIDAD: tenemos conciencia sobre las consecuencias de nuestros actos y evitamos los que puedan perjudicar a los demás

TRABAJO CON PASIÓN: entrega, ganas de salir adelante con lo que se está conformando, todos valoran las ideas de todos, cada aporte es fundamental para el crecimiento y desarrollo de la academia.

COMPROMISO: con este valor queremos dar a entender a nuestros clientes y empleados que estamos comprometidos con nuestra empresa y así brindar el mejor servicio que se pueda ofrecer.

INTEGRIDAD: este es un punto muy importante, puesto que cada colaborador que trabaje en este negocio deberá ser íntegro con sus valores tanto en el trabajo como fuera de él.

RESPECTO: escuchamos y valoramos las opiniones de los demás; entendemos que lo que somos es tan importante como lo que hacemos.

CALIDAD: Impulsamos la capacidad de gestión y el aprendizaje de cara al producto y al bien común.

14.5 POLÍTICAS ARTEOCASIÓN

POLITICA DE CLIENTES

ARTEOCASIÓN se caracteriza por la excelente atención al cliente de esto depende el éxito de la empresa.

POLITICA DE EMPLEADOS

Para Arteocasión, el recurso más valioso es el talento humano y por eso nos empeñamos en ofrecerles las garantías legales para que se sientan respaldados y satisfechos con la empresa, además de las diferentes motivaciones otorgadas al cumplimiento de metas.

POLÍTICA AMBIENTAL

En Arteocasión es principio fundamental proteger la vida e integridad de las personas, respetar el entorno y comunidades, así como conservar el ambiente

Mantener condiciones de operación óptimas, mediante el uso eficiente de los recursos, guiadas por el principio fundamental de desarrollo sostenible y prevención de la contaminación.

POLITICA DE CALIDAD

Producir y comercializar productos cerámicos, tener personal capacitado y concientizado respaldados por un estricto control de proceso, se llevan a cabo con el fin de garantizar el cumplimiento de las especificaciones para así lograr la satisfacción del cliente y buscar un mejoramiento continuo de la Calidad.

NIVEL DE ORGANIZACIÓN.

La empresa Arteocasión implementará un sistema de organización descentralizada debido a que cada empleado previamente seleccionado tendrá la libertad de tomar decisiones y establecer sus propias metas, con el fin de generar mayor responsabilidad, sentido de pertenencia con la empresa y delegando así a los mandos altos solo el control necesario.

Para lograr esto, se establecerán estrategias de motivación para los colaboradores, las cuales serán orientadas según se propone en la teoría de la motivación escrita por Maslow, donde se plasma que a través de estimulación y propiciando que todas las necesidades estén satisfechas, se cumpla con el objetivo de autorrealización que podría conducir a la

mejora continua de la empresa y redundarán en la eficiencia, la eficacia y el cumplimiento de los objetivos de Arteocasión, para así, propiciar la generación de un clima organizacional favorable.

15. PLANTA DE CARGOS, MANUAL DE RESPONSABILIDADES

GERENTE

El gerente general de Arteocasión actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los propósitos de la misión, visión, de los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional; es así, que junto con los demás jefes de área planea, dirige y controla las actividades de la empresa.

Igualmente, el gerente es la imagen de la empresa, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo. Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos que se ofrecen, maximizando el valor de la empresa.

Algunas de las actividades realizadas son:

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Crear estrategias para poder lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, optimizando los recursos disponibles.
- Implementar una estructura administrativa descentralizada que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico, ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a sus subalternos
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes determinados desde un principio
- Supervisar constantemente los principales indicadores de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de esta.
- Decide cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado.

JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

Debe llevar a cabo la planeación, organización, desarrollo y coordinación de Arteocasión, así como también control de técnicas que se puedan llevar a cabo en el interior de esta organización para así poder promover el desempeño eficiente del personal. Busca tener un buen clima en la organización, trabajando y aportando lo máximo de sí, con una actitud positiva y favorable. Así mismo, debe buscar todas aquellas cosas que hacen que el personal permanezca en la organización y aún más tengan un sentido de pertenencia con la misma.

Brindar oportunamente toda la información financiera necesaria a las diferentes áreas operativas mostrando una variedad de escenarios para facilitar la toma de decisiones. Preparar y analizar los estados financieros.

JEFE DE PRODUCCION Y CALIDAD

Debe:

- Cumplir con los requisitos ofertados a los clientes, explícitos e implícitos, así como los requisitos legales consolidando la confianza en la organización.
- Realizar una gestión y control eficaz del proceso productivo.
- Incentivar a la mejora continua de los procesos, por tanto de la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Planear la asignación eficaz de funciones y responsabilidades.
- Estimular la concientización y motivación del personal de la empresa, ya que todos los departamentos de misma tienen que ver en la calidad; además de socializar sobre la importancia de la implantación y desarrollo de un Sistema de Gestión de la Calidad.

JEFE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

Algunas de sus funciones son:

- Coordinar, revisar y aprobar el presupuesto para la compra de materia prima que se requiere para la venta de productos en el departamento.
- Elaborar el informe anual de ventas de la organización.
- Realizar la programación y asignación de los recursos del departamento de ventas para dar cumplimiento a los programas.
- Coordinar y negociar con ejecutivos y personal de alto nivel el futuro, los programas, las políticas etc., de la organización.
- Analizar en conjunto con sus colaboradores las ventas y todo lo referente al departamento de ventas evaluando el cumplimiento de los objetivos, la causa de desbalances y las posibles medidas correctivas.
- Proyectar la asignación de recursos para los programas y proyectos del departamento de ventas para el debido desarrollo de los procesos.
- Velar por el orden y aseo constante dentro de su puesto de trabajo para un mejor ambiente al momento de la ejecución de sus labores
- Entregar al gerente informes constantes acerca de las ventas de la compañía para llevar un constante control en el manejo fiscal de la organización minimizar futuros problemas
- Conocer y aplicar permanentemente las normas y procedimientos de la compañía para un mejor ambiente laboral.
- Informar sobre condiciones y actos inseguros dentro de la fábrica para prevenir tanto accidentes como inconvenientes teniendo en cuenta las normas de seguridad que se deben manejar.

16. MANUAL DE FUNCIONES ARTEOCASION CERÁMICAS

El proceso de selección de personal propuesto de Arteocasión cerámicas especializados está cimentada en las temáticas de análisis y descripción de puestos de trabajo.

FUNCIONES GERENTE GENERAL

I. DESCRIPCION DEL PUESTO.		
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente General.		CODIGO: 01
NIVEL JERARQUICO UBICACIÓN DEL PUESTO: Administrativo		
REPORTA A:	N/A	
SUPERVISA A:	Nombre	Cargo
	Jefe 1	Producción y calidad
	Jefe 2	Administrativo y financiero
	Jefe 3	Mercadeo y publicidad
RELACIONES INTERNAS CON: Todo el personal que se encuentre contratado		
RELACIONES EXTERNAS CON: Proveedores, Clientes.		
SALARIO: \$ 2.000.000		ÁREA: Administrativa
HORARIO: lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm		
II. DESCRIPCIÓN GENERAL		
<p>Mantener el curso de la organización y su crecimiento mediante la planeación, organización, dirección y control de los recursos físicos y de talento humano capacitado por medio del desarrollo de estrategias comerciales, publicitarias y demás que tengan que implementarse para el constante crecimiento de la empresa.</p>		
III. DESCRIPCIÓN ESPECIFICA DE LAS FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar el grupo de trabajo por medio de un plan de acción establecido, que brinde resultados óptimos al transcurrir el día. ✓ Supervisar a diario las actividades que desempeñan sus colaboradores en la organización, brindando asesoría y estrategias a cualquier eventualidad. ✓ Controlar la calidad de los productos por medio de la trazabilidad establecida en cada proceso de producción en la fabricación de las materas en cerámica. 		

- ✓ Realizar la programación y pago de proveedores por medio de un cronograma mensual, que deberá actualizar y comparar con la proyección realizada el año anterior. (en caso de no estar establecida la proyección deberá implementarla).
- ✓ Percibir todos los ingresos y erogaciones de dinero que tenga la organización en el desarrollo de su actividad, ejerciendo el control necesario para mantener estabilidad en el flujo de caja.
- ✓ Atender todas las quejas y reclamos de los usuarios, brindando soluciones eficientes que ofrezca tranquilidad al consumidor, cuidando la imagen y el buen nombre de la empresa.
- ✓ Promover estrategias publicitarias por medio de un plan trimestral que deberá renovar e innovar constantemente; éste deberá ser administrado por un tercero que cumpla con los objetivos propuestos en el contrato.
- ✓ Identificar proveedores de calidad para establecer relaciones comerciales solidas que brinden a la empresa solidez y tranquilidad en la calidad de sus productos.

IV. ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Las funciones serán desempeñadas en Arteocasión, ubicada en el municipio de Fusagasugá; para el desarrollo de éstas, deberá utilizar los elementos de protección depende de la tarea que esté desarrollando.

a) CONOCIMIENTOS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES REQUERIDOS:

- Profesional en Administración de Empresas.
- Administración de equipos de trabajo.
- Organización de negocios y procesos.

b) HABILIDADES Y COMPETENCIAS LABORALES CLAVES, ÚNICAS Y ESPECIALES REQUERIDAS:

- Dirección y control organizacional.
- Proyecciones de presupuesto.
- Pensamiento critico
- Negociación
- Control de calidad
- Servicio y atención al cliente
- Capacidad de juicio y decisión
- Escucha activa
- Creatividad
- Liderazgo

c) EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL EN:

Más de cuatro (4) años de experiencia en cargos directivos y de administrativos, atención al cliente y manejo de efectivo, gerencia de pequeñas empresas de productos.

<p>d) MANEJO DE EQUIPOS Manejo de ofimática.(word, excel, Power Point). Softwares contables. herramienta de estrategia</p>
<p>e) IDIOMAS Español, inglés Intermedio</p>
<p>f) RESPONSABILIDADES DE CARGO Cuantías Monetarios: Será responsable del manejo total de los recursos monetarios que ingresen a la empresa desde el cobro en la caja, administración y dirección de las erogaciones de dinero, para conceptos de pagos; proveedores, clientes, terceros, sueldos, tributaciones entre otros.</p> <p>Tratamiento de Datos: Responsable del tratamiento de datos de los clientes, proveedores y colaboradores, registrados en la base de datos de la empresa. Estos deberán firmar una cláusula de aceptación de tratamiento de datos.</p> <p>Bienes: El inmueble en el que se desarrolla la actividad comercial de la empresa deberá estar bajo la responsabilidad del ocupante del cargo quien deberá velar por el su estado de desgaste.</p> <p>Equipos: Manejo adecuado de los equipos internos.</p>
<p>g) CONDICIONES EN EL AREA DE TRABAJO El trabajo se desarrolla en un ambiente laboral cálido con buena comunicación y respeto entre todas sus áreas de trabajo, contando con los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades.</p>
<p>h) EQUIPOS DE SEGURIDAD. Uso obligatorio de la dotación, según el aria donde se desarrolle.</p>
<p>i) ENFERMEDADES A LOS QUE SE ESTA SOMETIDO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrés. • Problemas psicológicos.
<p>j) REQUISITOS FISICOS REQUERIDOS. Persona en óptimas condiciones de salud, deberá estar en posición erguida un gran porcentaje del horario laboral y bastante activo.</p>
<p>k) REQUISITOS PSICOLOGICOS. Estabilidad psicológica, control de emociones, capaz de brindar y transmitir motivación al personal que tenga a cargo.</p>

I) OTRAS CARACTERISTICAS.**Edad:** 25 a 65 años**Género:** Masculino o Femenino.**Estado Civil:** N/A**Número de hijos:** N/A**FUNCIONES CARGO JEFE DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD**

V. DESCRIPCION DEL PUESTO.		
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Producción y calidad		CODIGO: 02
NIVEL JERARQUICO UBICACIÓN DEL PUESTO: Administrativo y Operativo		
REPORTA A:	Gerente General	
SUPERVISA A:	Nombre	Cargo
	Auxiliar 1 Auxiliar 2	
RELACIONES INTERNAS CON: Todo el personal del área de producción auxiliares de producción		
RELACIONES EXTERNAS CON: Ninguna		
SALARIO: \$ 1.015.000		AREA: Producción y calidad
HORARIO: lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm		
VI. DESCRIPCION GENERAL		
Supervisar los procesos de fabricación de los pedios realizados. Verificar los cumplimientos de entrega de pedidos solicitados.		
VII. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE LAS FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar el grupo de trabajo por medio de un plan de acción establecido que brinde resultados óptimos en la elaboración de las materas en cerámica 		

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Auditará diariamente los inventarios por medio del sistema de inventarios establecido en la empresa, salvaguardando el exceso de gastos y desperdicios de los productos utilizados. ✓ Velará por el correcto funcionamiento de la maquinaria utilizada, proyectando mantenimientos preventivos para evitar fallas futuras. ✓ Controlar la producción y reportar cualquier inconveniente a la gerencia general
VIII. ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO
Las funciones serán desempeñadas en la planta de producción, ubicada en el municipio de Fusagasugá; allí deberá utilizar los elementos de protección dependiendo de la tarea que esté desarrollando.
b) CONOCIMIENTOS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES REQUERIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • Tecnólogo en Administración. • Administración de equipos de trabajo. • Organización de procesos.
m) HABILIDADES Y COMPETENCIAS LABORALES CLAVES, ÚNICAS Y ESPECIALES REQUERIDAS: <ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Control de calidad • Capacidad de juicio y decisión • Escucha activa • Creatividad
n) EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL EN: Más de seis (6) Meses de experiencia en cargos operativos o en pequeñas plantas de fabricación
o) MANEJO DE EQUIPOS Manejo de ofimática: (word, excel, power point). Equipo de construcción (mescladoras, taladros y demás)
p) IDIOMAS Español.
q) RESPONSABILIDADES DE CARGO Cuantías Monetarias: Será responsable del manejo total de gastos de mantenimiento. Equipos: Manejo adecuado de los equipos internos y externos que se tienen a su alcance tales como: Software contable, probador de billetes, celular.

<p>r) CONDICIONES EN EL AREA DE TRABAJO El trabajo se desarrolla en un ambiente laboral cálido con buena comunicación y respeto entre todas sus áreas de trabajo, contando con los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades</p>
<p>s) EQUIPOS DE SEGURIDAD. Uso obligatorio de la dotación y protección para evitar accidentes de trabajo</p>
<p>t) ENFERMEDADES A LOS QUE SE ESTA SOMETIDO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrés. • Problemas psicológicos. • Accidente manipulación de las maquinas • Quemaduras.
<p>u) REQUISITOS FISICOS REQUERIDOS. Persona en óptimas condiciones de salud, deberá estar en posición erguida un gran porcentaje del horario laboral y bastante activo.</p>
<p>v) REQUISITOS PSICOLOGICOS. Estabilidad psicológica, control de emociones, capaz de brindar y transmitir motivación al personal que tenga a cargo.</p>
<p>w) OTRAS CARACTERISTICAS. Edad: 24 a años 40 Género: Masculino o Femenino. Estado Civil: N/A Número de hijos: N/A</p>

FUNCIONES CARGO JEFE DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

IX. DESCRIPCION DEL PUESTO.	
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Mercadeo y publicidad	CODIGO: 01
NIVEL JERARQUICO UBICACIÓN DEL PUESTO: Administrativo	
REPORTA A:	N/A
SUPERVISA A:	Nombre
	Cargo
Auxiliar 1 si fuera necesario la contratación	

RELACIONES INTERNAS CON: Personal administrativo	
RELACIONES EXTERNAS CON: Proveedores, Clientes.	
SALARIO: \$ 1.015.000 más comisiones en ventas	AREA: Marketing
HORARIO: lunes a domingo de 8:00 AM a 5:00 PM	
X. DESCRIPCION GENERAL	
<p>Mantener el curso de la organización y su crecimiento mediante la planeación, organización, dirección y control de los recursos tecnológicos disponibles. Elaborar planes de acción para el crecimiento de la organización a través de estrategias de marketing, diseñar publicidad de la empresa</p>	
ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir un plan estratégico de marketing, acorde con los objetivos empresariales. ✓ Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la gerencia de ventas que permita conocer el avance y los resultados de las ventas. ✓ Realizar análisis del sector de telecomunicaciones que incluya clientes, proveedores, competencia, servicios sustitutos y a los posibles ingresantes al mercado. ✓ Estudiar las tendencias tecnológicas como soporte a nuevos mercados de servicio en los que pueda participar la empresa. ✓ Realizar planes estratégicos de mercadeo, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes. ✓ Analizar y determinar la rentabilidad de los diferentes servicios que presta y/o prestará la empresa. ✓ Analizar el comportamiento de la demanda de los diferentes servicios que presta la empresa. 	

Las funciones serán desempeñadas en Arteocasión y fuera de la empresa, ubicado en el municipio de Fusagasugá.

c) CONOCIMIENTOS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES REQUERIDOS:

- Profesional en Administración de Empresas.
- Organización de negocios y procesos.

x) HABILIDADES Y COMPETENCIAS LABORALES CLAVES, ÚNICAS Y ESPECIALES REQUERIDAS:

- Dirección y control organizacional.
- Negociación
- Control de calidad
- Servicio y atención al cliente
- Capacidad de juicio y decisión
- Escucha activa
- Creatividad

y) EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL EN:

Más de tres (3) años de experiencia en cargos administrativos relacionados con marketing

z) MANEJO DE EQUIPOS

Manejo de ofimática. (word, excel, power point).

aa) IDIOMAS

Español, inglés

bb) RESPONSABILIDADES DE CARGO

Cuantías Monetarias:

Sera responsable del manejo total de los recursos monetarios destinados al mercadeo

Tratamiento de Datos:

Será responsable del tratamiento de datos de los clientes, proveedores y colaboradores, registrados en la base de datos de la empresa.

Bienes:

El inmueble en el que se desarrolla la actividad comercial de la empresa estará bajo la responsabilidad del ocupante del cargo, quien deberá velar por el su estado de desgaste.

Equipos:

Manejo adecuado de los equipos internos y externos que tiene a su alcance tales como: Software diseño, impresoras quipos de cómputo, celular, cámaras fotográficas

cc) CONDICIONES EN EL AREA DE TRABAJO

El trabajo se desarrolla en un ambiente laboral cálido con buena comunicación y respeto entre todas sus áreas de trabajo, contando con los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades

<p>dd) EQUIPOS DE SEGURIDAD. Uso obligatorio de la dotación e insumos de protección.</p>
<p>ee) ENFERMEDADES A LOS QUE SE ESTA SOMETIDO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrés. • Problemas psicológicos.
<p>ff) REQUISITOS FISICOS REQUERIDOS. Persona en óptimas condiciones de salud, deberá estar en posición erguida un gran porcentaje del horario laboral y bastante activo.</p>
<p>gg) REQUISITOS PSICOLOGICOS. Estabilidad psicológica, control de emociones, capaz de brindar y transmitir motivación al personal que tenga a cargo.</p>
<p>hh) OTRAS CARACTERISTOCAS. Edad: 25 a 50 años Género: Masculino o Femenino. Estado Civil: N/A Número de hijos: N/A</p>

FUNCIONES CARGO JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

XI. DESCRIPCION DEL PUESTO.	
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Administrativo	CODIGO: 01
NIVEL JERARQUICO UBICACIÓN DEL PUESTO: Administrativo	
REPORTA A:	N/A
SUPERVISA A:	Nombre
	Cargo
Auxiliar 1 si fuera necesario la contratación	
RELACIONES INTERNAS CON: Personal administrativo	
RELACIONES EXTERNAS CON: Proveedores, Clientes.	
SALARIO: \$ 1.015.000	AREA: Administrativa
HORARIO: lunes a viernes de 8:00 AM a 5:00 PM	
XII. DESCRIPCION GENERAL	
Mantener el curso de la organización y su crecimiento mediante la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos de la empresa	
ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reclutamiento: consiste buscar y atraer solicitantes capaces para cubrir las vacantes que se presenten. ✓ Selección: Analizar las habilidades, aptitudes, capacidades y cualidades de los solicitantes a fin de decidir, sobre bases objetivas, cuáles tienen mayor potencial para el desempeño de un cargo y posibilidades de un desarrollo futuro, tanto personal como de la organización. ✓ Contratación: Formalizar con apego a la ley, la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, derechos y deberes tanto del trabajador como de la empresa. 	

- ✓ Inducción: Proporcionar al empleado de nuevo ingreso información relativa a las instalaciones de la empresa, puesto de trabajo y grupos sociales existentes a fin de lograr una identificación con la organización.
- ✓ Vencimiento de contrato de trabajo y despido: Gestionar la desvinculación del empleado con su puesto de trabajo y la empresa.

Las funciones serán desempeñadas en Arteocasión

d) CONOCIMIENTOS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES REQUERIDOS:

- Profesional en contabilidad
- Organización de negocios y procesos.

ii) HABILIDADES Y COMPETENCIAS LABORALES CLAVES, ÚNICAS Y ESPECIALES REQUERIDAS:

- Dirección y control organizacional.
- Negociación
- Control de calidad
- Servicio y atención al cliente
- Capacidad de juicio y decisión
- Escucha activa
- Creatividad

jj) EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL EN:

Más de tres (3) años de experiencia en cargos administrativos, relacionados al cargo

kk) MANEJO DE EQUIPOS

Manejo de ofimática. (word, excel, Power Point), además del software contable Siigo

II) IDIOMAS

Español, inglés

mm) RESPONSABILIDADES DE CARGO

Cuantías Monetarias:

Sera responsable del manejo total de los recursos monetarios destinados al área asignada de su responsabilidad

Tratamiento de Datos:

Será responsable del tratamiento de datos de los clientes, proveedores y colaboradores, registrados en la base de datos de la empresa.

Bienes:

El inmueble en el que se desarrolla la actividad comercial de la empresa deberá estar bajo la responsabilidad del ocupante del cargo quien deberá velar por el su estado de desgaste.

<p>Equipos: Manejo adecuado de los equipos internos y externos que se tienen a su alcance tales como probador de billetes, celular.</p>
<p>nn) CONDICIONES EN EL AREA DE TRABAJO El trabajo se desarrolla en un ambiente laboral cálido con buena comunicación y respeto entre todas sus áreas de trabajo, contando con los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades</p>
<p>oo) EQUIPOS DE SEGURIDAD. Uso obligatorio de la dotación y material de protección</p>
<p>pp) ENFERMEDADES A LOS QUE SE ESTA SOMETIDO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrés. • Problemas psicológicos.
<p>qq) REQUISITOS FISICOS REQUERIDOS. Persona en óptimas condiciones de salud, deberá estar en posición erguida un gran porcentaje del horario laboral y bastante activo.</p>
<p>rr) REQUISITOS PSICOLOGICOS. Estabilidad psicológica, control de emociones, capaz de brindar y transmitir motivación al personal que tenga a cargo.</p>
<p>ss) OTRAS CARACTERISTICAS. Edad: 25 a 50 años Género: Masculino o Femenino. Estado Civil: N/A Número de hijos: N/A</p>

XIII. DESCRIPCION DEL PUESTO.	
NOMBRE DEL PUESTO: jefe de Financiero	CODIGO: 01
NIVEL JERARQUICO UBICACIÓN DEL PUESTO: Administrativo	
REPORTA A:	N/A

SUPERVISA A:		
	Nombre	Cargo
	Auxiliar 1 si fuera necesario la contratación	
RELACIONES INTERNAS CON: Personal Administrativo		
RELACIONES EXTERNAS CON: Proveedores, Clientes.		
SALARIO: \$ 828.116.		AREA: Administrativa
HORARIO: lunes a viernes de 8:00 AM a 5:00 PM		
XIV. DESCRIPCION GENERAL		
Mantener el curso de la organización y su crecimiento mediante la planeación, organización, dirección y control de los recursos financieros		
ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar labores gerenciales, manejar información financiera, documentar y levantar informes, analizar tendencias y evaluar el desempeño de la empresa. ✓ Estimar costos y ganancias para prever el logro de los objetivos establecidos. ✓ Trabajar en conjunto con RRHH en el reclutamiento y capacitación de los nuevos ingresos. ✓ Asistir en la administración de los activos y en la estimación de posibles ganancias. ✓ Revisar la documentación referente a pronósticos financieros y el estado de la empresa. 		
Las funciones serán desempeñadas en Arteocasión		
e) CONOCIMIENTOS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES REQUERIDOS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Profesional en administración de empresas. • Organización de negocios y procesos. 		

tt) HABILIDADES Y COMPETENCIAS LABORALES CLAVES, ÚNICAS Y ESPECIALES REQUERIDAS:

- Dirección y control organizacional.
- Negociación
- Control de calidad
- Servicio y atención al cliente
- Capacidad de juicio y decisión
- Escucha activa
- Creatividad
- Habilidades matemáticas, contables y conocimientos avanzados de computación
- Analítico, con capacidad de resolver problemas y de tomar decisiones.

uu) EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL EN:

Más de tres (3) años de experiencia en cargos administrativos, relacionados al cargo

vv) MANEJO DE EQUIPOS

Manejo de ofimática. (word, excel, power point).

ww) IDIOMAS

Español, inglés

xx) RESPONSABILIDADES DE CARGO

Cuantías Monetarias:

Sera responsable del manejo total de los recursos monetarios destinados al área asignada de su responsabilidad

Tratamiento de Datos:

Será responsable del tratamiento de datos de los clientes, proveedores y colaboradores, registrados en la base de datos de la empresa.

Bienes:

El inmueble en el que se desarrolla la actividad comercial de la empresa deberá estar bajo la responsabilidad del ocupante del cargo quien deberá velar por el su estado de desgaste.

Equipos:

Manejo adecuado de los equipos internos y externos que se tienen a su alcance tales como: probador de billetes, celular.

yy) CONDICIONES EN EL AREA DE TRABAJO

El trabajo se desarrolla en un ambiente laboral cálido con buena comunicación y respeto entre todas sus áreas de trabajo, contando con los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades

zz) EQUIPOS DE SEGURIDAD.

Uso obligatorio de la dotación, y protección

<p>aaa) ENFERMEDADES A LOS QUE SE ESTA SOMETIDO.</p> <ul style="list-style-type: none">• Estrés.• Problemas psicológicos.
<p>bbb) REQUISITOS FISICOS REQUERIDOS. Persona en óptimas condiciones de salud, deberá estar en posición erguida un gran porcentaje del horario laboral y bastante activo.</p>
<p>ccc) REQUISITOS PSICOLOGICOS. Estabilidad psicológica, control de emociones, capaz de brindar y transmitir motivación al personal que tenga a cargo.</p>
<p>ddd) OTRAS CARACTERISTOCAS. Edad: 25 a 50 años Género: Masculino o Femenino. Estado Civil: N/A Número de hijos: N/A</p>

17. PROGRAMA DE SALUD OCUPACIONAL – REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD

SALUD OCUPACIONAL

QUE ES LA SALUD OCUPACIONAL

La salud ocupacional en general busca evitar los accidentes y las enfermedades generadas en los ambientes de trabajo mediante la reducción y control de las condiciones de riesgo. Para llegar a este control se requiere involucrar de manera activa a todos los trabajadores en el desarrollo y ejecución de las actividades de promoción y prevención.

En ARTEOCASION el área de salud ocupacional y gestión ambiental se denomina HSE, que son las iniciales de las siguientes palabras en inglés:

HEALTH (SALUD)

SAFETY (SEGURIDAD)

ENVIROMENT (AMBIENTE)

HSE = SEGURIDAD, SALUD OCUPACIONAL Y AMBIENTE

Queremos que su primer contacto con el área de HSE de ARTEOCASION sea conocer las intenciones de la gerencia general en materia HSE y la conformación del programa de salud ocupacional.

17.1 NORMAS DE SALUD OCUPACIONAL, SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE

Para ARTEOCASION es principio fundamental proteger la vida e integridad de las personas, respetar el entorno y comunidades, así como conservar el ambiente.

Esta norma es aplicara en cada lugar donde se desarrollen labores de la empresa soportada en los siguientes lineamientos:

- Cumplir en todo momento con las normas y regulaciones pertinentes superarlas o complementarlas con nuestro propio y más exigentes estándares.
- Proveer un ambiente sano y seguro, garantizando el apoyo económico para la aplicación de estrategias, en la búsqueda permanente de altos estándares de salud, seguridad y ambiente; es una responsabilidad de todos los niveles de dirección.
- Proteger y mantener el mayor nivel de bienestar físico y mental de todos los trabajadores, previendo la generación de accidentes de trabajo y enfermedades de origen ocupacional.
- Establecer objetivos y metas en el marco de un mejoramiento continuo del desempeño en salud ocupacional, seguridad industrial y ambiente.
- Mantener condiciones de operación óptimas, mediante el uso eficiente de los recursos, guiadas por el principio fundamental de desarrollo sostenible, prevención de la contaminación y ambiente.

- Ser un vecino ambientalmente responsable y solidario ante la comunidad, manteniendo un estado de alerta y respuesta a emergencias, evitando pérdidas o daños a la propiedad.
- Participar activamente en las políticas de nuestros clientes en materia de salud ocupacional, seguridad y ambiente.

18. MANUALES, NORMAS DISCIPLINARIAS Y FORMATOS DE NOVEDADES DE PERSONAL

18.1 NORMA DE ALCOHOL Y DROGAS

La gerencia de **Arteocasion** en su permanente compromiso de garantizar la salud, seguridad y bienestar del personal, manifiesta su decisión de prevenir de manera activa en todos los niveles de la empresa la posesión, venta, uso y abuso de alcohol y sustancias psicoactivas, basados en la responsabilidad moral y social de la empresa.

ARTEOCASION no permitirá la posesión, venta y/o uso de alcohol y sustancias ilícitas en sus instalaciones u operaciones ni presentarse a laborar bajo sus efectos; esta práctica se prohíbe por comprometer la seguridad y el buen desempeño en el trabajo, al igual que el bienestar personal y de nuestros compañeros

La gerencia y los encargados de cada sector podrán eventualmente autorizar el uso de alcohol en cantidades específicas, que no representen estados de embriaguez y exclusivamente en eventos de representación comercial o celebraciones al interior de la empresa, siempre y cuando se tomen las medias de control de riesgos pertinentes.

La aplicación de la política busca:

- Minimizar y controlar actos inseguros en los sitios de trabajo.
- Mantener altos estándares de seguridad
- Procurar el mejor desempeño productivo de nuestro personal de trabajo.
- Proteger la salud de nuestros empleados y el bienestar de sus familias.

18.2 NORMAS GENERALES

1. Es obligatorio el uso de elementos de protección personal en zonas de operación o fabricación.
2. Antes de realizar toda labor se debe verificar las condiciones del lugar de y solicitar los permisos que sean necesarios.
3. Está prohibido la posesión, venta e ingesta de alcohol y sustancias ilícitas y el ingreso de personas bajo sus efectos.
4. Está prohibido fumar dentro de las instalaciones de la empresa.
5. Está prohibido el ingreso de armas de fuego o ninguna otra arma a las instalaciones de la empresa, salvo la fuerza pública.

6. No manipule, ni utilice herramientas y equipos sin el entrenamiento y autorización correspondiente.
7. Al manipular o realizar limpieza o mantenimiento a cualquier maquina o equipo siempre se debe bloquear o aislar toda fuente de energía antes de iniciar la labor.
8. Respetar las prohibiciones y las áreas restringidas. Solo ingresar a las áreas donde está autorizado
9. Para realizar tareas de alto riesgo debe contar con el entrenamiento y permiso de trabajo.
10. Toda persona ajena a la empresa debe registrarse al ingreso y ser acompañado en todo momento por los empleados de Arteocasion, que vigilará que se cumplan las normas de seguridad.
11. En áreas operativas o de fabricación está prohibido el ingreso de cámaras fotográficas o de video, salvo que sea autorizado por el responsable del área.

18.3 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Un reglamento de trabajo, y un buen reglamento, es importante porque sirve de hoja de ruta que marca la forma en que las partes deben ejecutar su relación contractual y la forma que debe seguirse para resolver los inevitables conflictos que se presentan⁴¹

Actualmente Arteocasión no cuenta con el reglamento interno de trabajo por lo anterior se hace un modelo base el cual se anexa en presente trabajo.

[Anexo: Reglamento Interno de Trabajo](#)

⁴¹ <https://www.gerencie.com/reglamento-interno-de-trabajo.html>

19. AJUSTES AL PROCESO CONTABLE DE LA EMPRESA

Ajustes en los procesos contables en la empresa Arteocasión

Desde el año 2016, la DIAN exigió que todas las empresas nacionales implementaran dentro de sus prácticas contables, las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esto con el objetivo de lograr que Colombia se alinee con los estándares de calidad exigidos internacionalmente en materia de administración de la información contable y que se estandaricen los formatos para presentar los estados financieros.

Las empresas deben implementar estas normas según los grupos NIIF que fueron creados.⁴²

En este punto es importante señalar que, si una empresa tiene una planta de personal como la indicada, pero los activos totales son diferentes a los anteriormente descritos para el grupo 2 NIIF, la característica que determina su pertenencia es la del valor de los activos.

Este conjunto de empresas NIIF grupo 2 es conocido también como las Pyme, que conforman el 99% del total de la industria en Colombia. Para ellas se creó una versión simplificada de las NIIF plenas, denominadas **NIIF para Pymes**, de acuerdo con el decreto 3022 de 2013.

Lo anterior con el objetivo de corresponder a la capacidad logística de las medianas y pequeñas empresas en nuestro país, utilizando un lenguaje más sencillo que les permita masificar la información y, al mismo tiempo, incentivando su crecimiento al utilizar estándares de calidad internacional superiores.

El Gobierno expidió el Decreto 2706 de 2012, modificado posteriormente por el Decreto 3019 de 2013 y compilado actualmente en el anexo 3 del DUR 2420 de 2015, el cual fue estructurado a partir del estándar para Pymes y del estudio realizado por el Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes –ISAR, por sus siglas en inglés–, pero omitiendo o simplificando muchos de los requerimientos de ambos marcos.

Las entidades que podrán aplicar contabilidad simplificada quedaron clasificadas en el grupo 3 de convergencia a estándares internacionales. Este grupo está conformado por las personas naturales y jurídicas que cumplan los criterios enunciados en el anexo 3 del DUR 2420 de 2015⁴³

De acuerdo con lo anterior, el párrafo 3.4 del anexo del Decreto 2706 de 2012 indica que las microempresas deberán emitir, anualmente, un juego completo de estados financieros que se compondrá de:

⁴² Tomado de <https://www.siigo.com/blog/contador/cuales-son-los-grupos-en-niif/#:~:text=Desde%20el%202016,pertenece%20tu%20negocio>

⁴³ <https://cdn.actualicese.com/normatividad/2015/Decretos/D2420-15/Anexo-3-D2420-15.pdf>

Estado de Situación Financiera: Equivale a lo que se ha conocido hasta hoy como:

- Balance General
- Estado de Resultados
- Notas a los estados financieros⁴⁴

⁴⁴ cartilla práctica - normas de información financiera para microempresas

20. PLAN DE MARKETING

Un aspecto fundamental de la estrategia de marketing es lo que se conoce como marketing mix o "las 4 P del marketing", que definen cuatro aspectos clave para los planes de empresa los cuales son:

Producto: materas en cerámica con terminación de pintura al horno la cual realzan los colores brillantes y brinda más durabilidad y gran variedad diseños.

Precio: el precio de las materas en cerámica que se han definido para el producto es dos mil pesos \$2.000 siendo esta la pieza más pequeña y de cincuenta mil pesos \$50.0000 en la matera más grande.

Plaza: La venta del producto será dentro de la región a nivel urbano, debido a que el producto se puede distribuir fácilmente de un lugar a otro, a fin de permitir y dar acceso a los consumidores con mayor facilidad.

Igualmente, promocionar el producto en ferias culturales, fiestas y demás actividades que haya en diferentes lugares, poder brindar una buena atención al cliente y mostrar una buena imagen y excelente calidad del producto. Igualmente mediante esto evitar que se presenten perdidas y poder obtener mayores ganancias posibles, generando buenos resultados y permitiendo que el negocio progrese y salga a delante.

Promoción: Para realizar una correcta promoción utilizando los siguientes elementos:

Publicidad: impresos, folletos, carteles, volantes, material audiovisual, Internet, etc.

- Promoción de ventas: sorteos, juegos, obsequios, muestreo, ferias, exhibiciones, demostraciones, cupones.
- Eventos y experiencias: visitas a fábricas o empresas, actividades al aire libre, exposiciones artísticas, eventos deportivos, entre otros.
- Relaciones públicas: seminarios, reportes anuales, publicaciones, cabildeo, asociación con cámaras de comercio, boletines de prensa.
- Venta personal: Programas de incentivos, reuniones de venta, muestreo, ferias, etc.
- Marketing directo: catálogo de productos, telemarketing, ventas por Internet, mensaje de por correo electrónico.

MERCHANDISING

- Pagar por clic, invertir en el desarrollo de estrategias SEM y SEO, para atraer clientes potenciales a corto y largo plazo.
- Publicidad creativa por medio de fotografías en redes sociales, que impulsen el deseo de compra.
- Invertir en las campañas publicitarias que ofrece Instagram y Facebook para atraer clientes potenciales y ofrecer un mejor servicio a los clientes actuales, la empresa se puede encontrar como Arteocasionfusa en Facebook y @Arteocasion en Instagram.

- Generar relaciones publicitarias, con la finalidad de que terceros publiquen la marca incrementando el alcance de la difusión del producto.
- Marketing de eventos, se programarán eventos como *black friday* días festivos como *amor y amistad*, entre otros, para generar mayor reconocimiento y aumento en las ventas
- Medios publicitarios: La publicidad de los productos se hace por medio de un catálogo impreso y digital que contiene las especificaciones de cada producto.
- Las publicaciones en redes sociales se harán semanalmente, presentando los productos con sus características, clientes satisfechos, promociones y descuentos⁴⁵.

⁴⁵ <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

21. IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

En el área de producción de Arteocasión está dispuesta a implementar recursos tecnológicos para mejorar el nivel de producción y calidad de los procesos actuales, la implementación de impresión 3d

Ilustración 11c Impresora 3d de cerámica



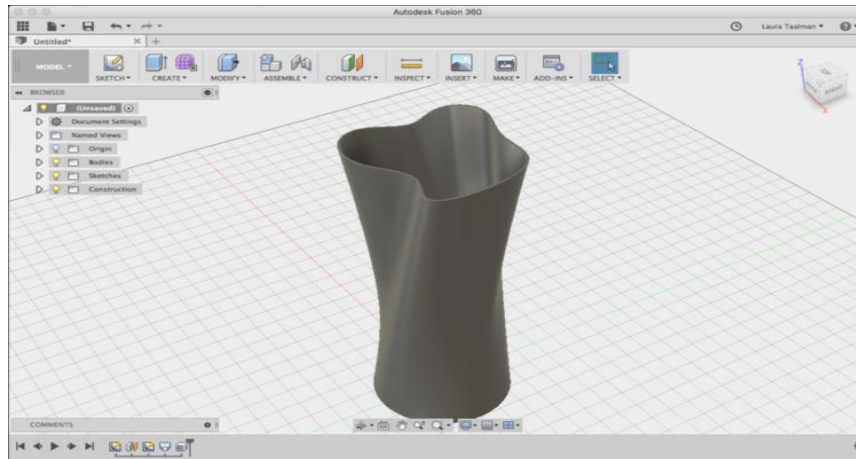
Fuente: <https://3dpotter.com/> Impresoras 3D de cerámica 3D Potter

Las impresoras 3D de cerámica 3D potter utilizan rieles de aluminio anodizado de alta calidad. Estos rieles son robustos y tienen una superficie lisa, lo que permite un fácil movimiento de las piezas y puede soportar entornos industriales o de aula.

La característica única de la impresora es la extrusión directa de arcilla real. Otras marcas utilizan un sistema de aire comprimido para imprimir engobe (arcilla diluida en agua o arcilla diluida en alcohol). La ventaja de la extrusión directa es imprimir arcilla de cuerpo completo u otros materiales pastosos. Todos los materiales utilizados para construir estas impresoras son aptos para alimentos, así que sea creativo.⁴⁶

⁴⁶ <https://3dpotter.com/> Impresoras 3D de cerámica 3D Potter

Ilustración 12 software de impresora 3d



Fuente: <https://3dpotter.com/> Impresoras 3D de cerámica 3D Potter

Costo del impreso es de 10 millones de pesos, serviría para la creación de nuevos diseños y producción de modelos de difícil elaboración.

21.1 PLAN PARA LA CRACION TIENDA VITUAL

Aspectos legales de la Tienda Virtual de Arteocasión:

Lo primero y lo más básico que se debe tener en cuenta, para poder ofrecer productos o servicios en Colombia, es contar con un RUT (Registro Único Tributario), para el caso de personas naturales, o un NIT (Número de Identificación Tributaria), para personas jurídicas. Una vez se cuente con este documento, dependiendo del caso que corresponda, ya puede iniciar a ofrecer los productos o servicios y empezar con el negocio online.

Para iniciar con la oferta de productos o servicios online, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos legales:

1. Registrar su tienda virtual como establecimiento de comercio
2. Conocer y respetar los derechos del consumidor
3. Informar en el sitio web cómo funciona su negocio
4. Establecer una política de privacidad
5. Informar sobre los precios y sus impuestos
6. Capacidad para contratar
7. Claridad en la política de devoluciones y envíos
8. Tener en cuenta la ley de comercio electrónico

A continuación, se otorgará la línea de ruta del proceso:

1. Registrar la tienda comercial como establecimiento de comercio:

De conformidad con el artículo 91 de la Ley 633 de 2001, todas las páginas web y sitios de internet de origen colombiano que operan en la internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el registro mercantil. Es decir, este deber se predica para las personas que efectivamente prestan los servicios personales, económicos y financieros, y se realizan por medio de páginas web y sitios de Internet.

2. Conocer y respetar los derechos del consumidor:

Es importante tener cuidado en la forma en la que ofrece los productos o servicios en un sitio web, ya que con el estatuto del consumidor (Ley 1480 de 2011), se le otorgó al consumidor una protección especial con el objetivo de promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos. Por lo tanto, es importante brindar a los consumidores una información adecuada sobre los productos o servicios con respecto al precio, la garantía, el derecho al retracto, etc, a fin de que puedan hacer una buena elección.

3. Informar en el sitio web, cómo funciona el negocio.

Es importante que todas las personas que visiten el e-commerce conozcan cómo funciona éste y para eso ellos deben conocer sobre:

- Aviso de legalidad: en este aviso se determina quién es la persona con la cual se está contratando y cuáles son los términos y condiciones de uso del e-commerce.
- Las condiciones generales de venta: el principal objetivo es explicar en detalle cómo es el proceso de ventas y que los consumidores lo conozcan antes de realizar alguna compra.
- La política de cookies: si el sitio web instala cookies en el navegador de los visitantes, es su deber explicarles siempre para qué se instalan y qué hacen estos datos. Esto no es obligatorio en Colombia. Es importante que toda esta información sea encontrada de forma fácil por los visitantes y normalmente se ponen en el pie de página.

4. Establecer una política de calidad

Hoy en día es imperativo proteger la información personal de la gente; por lo tanto, las políticas de privacidad se deben incluir en el evento de que se recojan datos de algún tipo y de igual manera sirven para informar a las personas qué hará con su información personal o para qué los pide.

Los datos personales están protegidos bajo los principios de circulación restringida, caducidad, finalidad, seguridad, etc., en este sentido, debe tenerse en cuenta la Ley 1581 de 2012, así como la obligación de cumplir con el registro nacional de bases de datos ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

5. Informar sobre los precios y el producto

Ya sea que tenga un local o una tienda online, el comerciante está en la obligación de reflejar claramente tanto el precio del producto o servicio, así como los impuestos que estos incluyen o no. Por ejemplo, si una empresa vende un artículo en el que el precio tiene ya incluye el IVA, entonces debe indicarlo; si por el contrario su producto o servicio no contiene dicho impuesto y se le agregará al total de la compra, el vendedor debe especificar bien claro que ese artículo no tiene el IVA incluido.

6. Capacidad para contratar

Se debe verificar que la persona a la cual se le va a realizar la venta tenga la capacidad jurídica para hacerlo, es decir, que pueda ser titular de derechos y obligaciones. Entonces, si se trata de una persona jurídica usted debe verificar su existencia; si por el contrario se trata de una persona natural, quien realiza la venta, debe verificar que ésta sea mayor de edad de conformidad con la ley colombiana.

7. Claridad en la política de devolución y envíos

Para los consumidores es muy importante saber qué gastos le acarrearán la compra de algún artículo. Es por esto que se debe proporcionar toda la información necesaria para que el comprador sepa si los productos ya incluyen los gastos de envío o si por el contrario, debe pagarlos por separado.

También es importante informar sobre la política de devoluciones y si hay algún costo asociado a esa devolución (un recargo, que el importe del envío de la devolución corre a cargo del cliente o a cargo suyo, etc.)

8. Ley del Comercio Electrónico

La ley 527 de 1999, relativa al comercio electrónico en Colombia, expresa que, en la formación de contratos, tanto la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos; de igual manera manifiesta que los mensajes de datos serán admisibles como medios de prueba y que no se negará su eficacia por el sólo hecho que se trate de un mensaje de datos.

Así las cosas, todas las ofertas, órdenes de compra en línea, facturas vía mensaje de datos o cualquier otra comunicación electrónica relacionada con el comercio tienen plena validez y obligan a las personas que se comprometan a través de ellas, tal y como se hace con un soporte impreso.

Ilustración 13 Manifestación de proyecto



Fuente: Elaboración propia

22. APLICACIONES TECNOLÓGICAS ACTUALES DE LA MARCA

En la actualidad tanto las grandes, medianas y pequeñas empresas orientan sus esfuerzos y recursos para satisfacer las necesidades de la demanda, para ello requieren estar a la vanguardia del cambio que exigen, no solo los consumidores sino el mismo entorno en el cual se desenvuelven.

Para Arteocasion éste ha sido su mayor problema, dado que en el momento no cuenta con un sistema que cubra las necesidades del cliente interno y externo. Los pedidos son tomados vía telefónica, por tanto, el cliente no tiene la oportunidad de ver los productos solicitados, de allí nace la inconformidad por el servicio prestado, lo cual perjudica el nivel de atención al usuario, evitando posiblemente un crecimiento en las ventas.

Dificultad

¿Cómo diseñar y desarrollar una tienda virtual que permita visibilizar los productos, satisfacer el seguimiento y control de las solicitudes realizadas?

Alcance

La Tienda busca interactuar con el usuario brindándole servicios de consultas, solicitudes, informar sus quejas e inconformidades por medio del correo electrónico. De igual manera la información será precisa y oportuna tanto al usuario como al empresario para el envío de sus pedidos y el control interno de los registros.

Realizar

Diseñar e implementar una tienda virtual que maneje un sistema de registro, permitiendo al usuario realizar consultas y obtener los productos de la empresa.

Puntos clave de la tienda virtual

- Diseñar una base de datos práctica y segura para la consulta de información.
- Crear una base de datos de Imágenes para que los clientes puedan ver la variedad de productos.
- Permitir al usuario adquirir los pedidos mediante un proceso de inscripción al sitio.
- Ofrecer servicios de multimedia y consultas específicas

COMPARACIÓN DE PRECIOS Y PLANES DE TIENDAS ONLINE

Para comenzar he realizado un estudio de mercado sobre los diferentes sitios web que ofrecen este servicio tiendas online.

Wix.com

<https://es.wix.com/>

Planes que ofrece

Ilustración 14 wix

Haz upgrade a un plan premium
Devolución de dinero garantizada en 14 días en todos los planes premium de Wix.

Plan	Precio	Características Principales
VIP El más completo	US\$ 24.50 /mes	Ancho de banda ilimitado, 20GB de almacenamiento, Conecta tu dominio, Ayuda premium, Dominio gratis, Elimina anuncios de Wix, Favicon personalizado, Form Builder App - Valor \$48, Site Booster App - Valor \$60, Tienda online, 10 newsletters al mes, Respuesta prioritaria
eCommerce Ideal para pequeñas empresas	US\$ 16.16 /mes	Ancho de banda ilimitado, 20GB de almacenamiento, Conecta tu dominio, Ayuda premium, Dominio gratis, Elimina anuncios de Wix, Favicon personalizado, Form Builder App - Valor \$48, Site Booster App - Valor \$60, Tienda online
MÁS POPULAR Unlimited Emprendedores y freelancers	US\$ 12.41 /mes	Ancho de banda ilimitado, 10GB de almacenamiento, Conecta tu dominio, Ayuda premium, Dominio gratis, Elimina anuncios de Wix, Favicon personalizado, Form Builder App - Valor \$48, Site Booster App - Valor \$60
Combo Para uso personal	US\$ 8.25 /mes	2GB de ancho de banda, 3GB de almacenamiento, Conecta tu dominio, Ayuda premium, Dominio gratis, Elimina anuncios de Wix, Favicon personalizado
Connect Domain Lo más básico	US\$ 4.08 /mes	1GB de ancho de banda, 500MB de almacenamiento, Conecta tu dominio, Ayuda premium

Fuente: elaboración propia

SITE123

<https://app.site123.com/manager/upgrade/index.php?w=2138709>

Planes que ofrece

Ilustración 15 site123

ORO TODAS LAS CARACTERÍSTICAS INCLUIDAS	PROFESIONAL NEGOCIO Y COMERCIO ELECTRÓNICO	AVANZADO PEQUEÑAS EMPRESAS	BÁSICO USO PERSONAL
(COP) \$ 51865 92 / mes (COP) \$60449:20 12 meses	(COP) \$ 41060 52 / mes (COP) \$60449:20 12 meses	(COP) \$ 30255 12 / mes (COP) \$50425:20 12 meses	(COP) \$ 19449 72 / mes (COP) \$22416:20 12 meses
Seleccione	Seleccione	Seleccione	Seleccione
dominio gratis por 1 año	dominio gratis por 1 año	dominio gratis por 1 año	dominio gratis por 1 año
270GB Almacenamiento de Información	99GB Almacenamiento de Información	30GB Almacenamiento de Información	10GB Almacenamiento de Información
135GB Ancho de banda	45GB Ancho de banda	15GB Ancho de banda	5GB Ancho de banda
Quitar etiqueta flotante SITE123	Quitar etiqueta flotante SITE123	Quitar etiqueta flotante SITE123	Quitar etiqueta flotante SITE123
Conectar su dominio	Conectar su dominio	Conectar su dominio	Conectar su dominio
10000 Mensajes de la lista de correo	2500 Mensajes de la lista de correo	1000 Mensajes de la lista de correo	100 Mensajes de la lista de correo
10 Buzones de correo	5 Buzones de correo	2 Buzones de correo	
5 Idiomas adicionales	3 Idiomas adicionales	1 Idioma adicional	
Quitar etiqueta de pie de página de SITE123	Quitar etiqueta de pie de página de SITE123	Quitar etiqueta de pie de página de SITE123	
E-commerce	E-commerce		
Unlimited Pedidos al mes	500 Pedidos al mes		

Fuente: elaboración propia

JIMDO

<https://www.jimdo.com/es/precios/pagina-web/>

Planes que ofrece

Ilustración 16 Jimdo

UNLIMITED	GROW	START	PLAY
Tus herramientas para el éxito	Tu página web profesional	Para tu página web personal	Prueba gratis
us\$ 39 al mes	us\$ 15 al mes	us\$ 9 al mes	us\$ 0 al mes
Empezar	Empezar	Empezar	Empezar
Todas las funciones más: ✓ Almacenamiento ilimitado ✓ Revisión profesional ✓ Soporte premium en una hora	Todas las funciones START más: ✓ Optimización en buscadores (SEO) ✓ Estadísticas de los visitantes ✓ Soporte personalizado en 4 horas	Todas las funciones PLAY más: ✓ dominio gratis ✓ sin publicidad	Incluye: ✓ Todas las funciones básicas ✓ Subdominio .jimdo.com

Fuente: Elaboración propia

PASOS PARA LA CREACION DE LA TIENDA VIRTUAL

1. Definir que medio es mas apropiado para la empresa de los que ofrece el mercado. A través de la dirección se decide implementar el servicio de Jimdo por los servicios que ofrece el sitio web.
2. Presupuesto: (se solicita a la administración la aprobación del presupuesto para la implementación de la tienda virtual) en este presupuesto se solicita: Pago de la mensualidad del dominio de internet, estudio fotográfico, computador y software de edición de imágenes.
3. Revisar aspectos legales: se revisan los aspectos legales así como las políticas de la tienda virtual.
4. Creación del catálogo virtual a publicar en la tienda virtual.
5. Negociación con proveedores de distribución para hacer llegar a los clientes la mercancía comprada a través de la tienda virtual.
6. Definir el tipo de embalaje teniendo en cuenta la presentación e imagen de la empresa, así como sus índices de calidad.
7. Puesta en marcha y periodo de prueba
8. Corrección de errores y evaluación de desempeño.

ANALISIS DE VIABILIDAD DEL PROYECTO

Arteocasión como marca, entiende la utilidad real que le podría ofrecer la puesta en funcionamiento de una estrategia de marketing digital como una tienda virtual y en este sentido, con las personas que gestionan el proyecto conjunto, considera indispensable la introducción a la temática comercial del e-commerce.

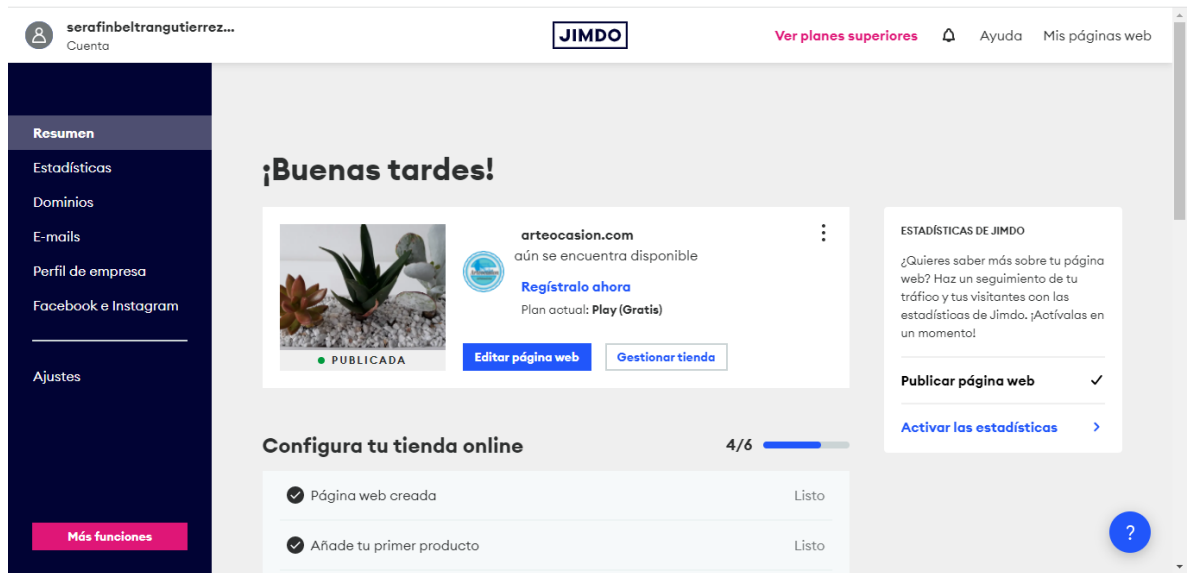
La empresa dispone gestionar el inicio del proyecto durante la primera semana del mes de julio del año 2022 y pretende realizar un proceso de evaluación de la herramienta durante la primera semana del mes de agosto del año 2022; a su vez desea reunir esfuerzos para la correcta construcción de capital tecnológico dentro de la organización.

RESULTADOS DEL PROYECTO

<https://arteocasion.jimdosite.com/>

Panel de entrada: Desde que este panel se vigila el servidor de la página web.

Ilustración 17 Portada tienda Virtual



Fuente: Elaboración propia

Página Web de Inicio:

Ilustración 18 Nuestra de tienda virtual



Fuente: Elaboración propia

Tienda Virtual en Jimdo:

Ilustración 19 función de jimdo

The screenshot shows the 'Pedidos pendientes' (Pending Orders) section of the Jimdo admin interface. The left sidebar contains navigation options: 'TIENDA ONLINE', 'GENERAL', 'Pedidos pendientes' (selected), 'Archivo de pedidos', 'Inventario', 'AJUSTES', and 'artocasion,jimdoFree... JimdoFree'. The main content area has a green header with the title 'Pedidos pendientes' and the subtitle 'Aquí puedes administrar tus pedidos abiertos.' Below the header is a filter bar with options: 'abierto', 'pendientes', 'sin enviar', 'pagados', and buttons for 'Imprimir' and 'Exportar (CSV)'. A search bar is also present. The main table displays one pending order:

Nº	CLIENTE	FECHA	TOTAL
2	Medina Salcedo, Anyi	26/05/19	\$ 9.015,00

At the bottom of the interface, there is a 'Pro/Business' button.

Fuente: Elaboración propia

Inventario:

Ilustración 20 pestaña de inventario

The screenshot shows the 'Inventario' (Inventory) section of the Jimdo admin interface. The left sidebar contains navigation options: 'TIENDA ONLINE', 'GENERAL', 'Pedidos pendientes', 'Archivo de pedidos', 'Inventario' (selected), 'AJUSTES', and 'artocasion,jimdoFree... JimdoFree'. The main content area has a green header with the title 'Inventario' and the subtitle 'Aquí puedes adaptar tus existencias.' Below the header is a filter bar with options: 'Mostrar los productos: todos', 'disponible', 'agotado', and buttons for 'Exportar (CSV)'. A search bar is also present. The main table displays the inventory list:

IDENTIFICACIÓN	VARIANTE	PEDIDO	EXISTENCIAS	PRECIO
Matera Batón		0	2	30.000,00
Matera Caracasol	Estándar	0	1	30.000,00
Matera Caracasol	Estándar	0	1	30.000,00
Matera Gato Cola Alta		1	4	15.000,00
Matera Petje	Estándar	1	9	5.000,00
Matera Petje	Estándar	0	10	5.000,00
Matera Plato Para Bonsai		0	5	30.000,00

At the bottom of the interface, there is a 'Pro/Business' button.

Fuente: Elaboración propia

Formulario de Contacto:

Ilustración 21 pestaña de ubicación

Inicio
Empresa
Tienda online
Contáctame

Nombre

Contacto

+57 310 3421645
Arteocasion@hotmail.com

Dirección de e-mail (Campo obligatorio)

Dirección

Arteocasion
Calle 19 No 67-39
Fusagasugá 252212
Colombia

Número de teléfono

▼ +57

Horario comercial

Lunes: 8:30AM-6:00PM
Martes: 8:30AM-6:00PM
Miércoles: 8:30AM-6:00PM
Jueves: 8:30AM-6:00PM
Viernes: 8:30AM-6:00PM
Sábado: 8:30AM-12:00PM

Mensaje (Campo obligatorio)

Fuente: Elaboración propia

23. VISTAS REALIZADAS A ARTEOCASION

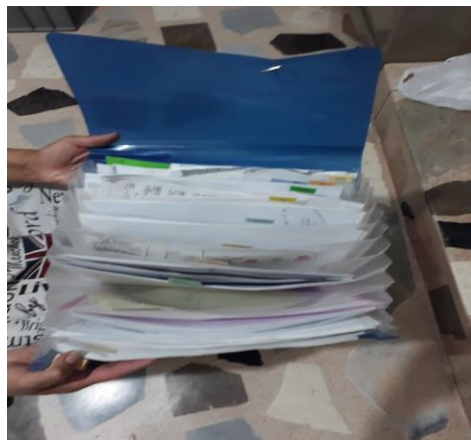
FORMATO DE VISITAS	
NOMBRE MICROEMPRESA: Arteocasión Cerámicas	
VISITA No: 01	FECHA: 10/10/2021
NOMBRE PARTICIPANTES: Aleyda Gutiérrez	
DESCRIPCIÓN PROBLEMA: Organización documental Archivo: Lo primero que debemos saber es que los beneficios que obtenemos en nuestra empresa al tener en cuenta la gestión documental son muchos y no solo son representados monetariamente, sino en eficacia en la búsqueda y recuperación de documentos	
TEMAS/SUBTEMAS	
ACTIVIDADES DE ASESORÍA:	
A continuación describimos cómo debe estar organizado un archivo desde nuestro punto de vista, para que cumpla la doble misión que tiene encomendada:	
1º.-Que los documentos estén bien guardados	

2º.- Que cualquier persona pueda encontrarlos fácilmente y no sólo quien los ha archivado.

ESTRATEGIAS	LOGROS
<p>1. Identifica y apunta las diferentes entradas de documentos en tu negocio. Internos y externos. ¡Que no se te escape ninguna!</p> <p>2. Establece carpetas con separadores o AZ Para su archivo de entrada físicas y digitales (Inbox) y asigna una de ellas a cada punto de entrada de documentos del listado anterior.</p> <p>3. Cuando entre un documento en su empresa, (por ejemplo, una factura que le hace al cliente), deposítelo en su Inbox inmediatamente o en su defecto, lo antes posible. Este punto es crucial para la efectividad de este método.</p>	<p>Se realiza una clasificación de la documentación como</p> <ul style="list-style-type: none">• Facturas de proveedores en orden cronológico• Facturas clientes• Documentos de caja y bancos• Pedidos de clientes y proveedores• Facturas de servicios públicos• Facturas de gastos diarios <p>Se guardan en un solo lugar para su correcto archivo.</p>

FOTOGRAFÍA

Ilustración 22 archivo Arteocasión 1



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 23 archivo Arteocasion 2



Fuente: Elaboración propia

Capacitador: Serafín Beltrán Gutiérrez

FORMATO DE VISITA

NOMBRE MICROEMPRESA: Arteocasión Cerámicas

VISITA N°: 02

FECHA: 13/10/2021

NOMBRE PARTICIPANTES: Aleyda Gutiérrez

DESCRIPCIÓN PROBLEMA: FALTA DE RECONOCIMIENTO DE IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa es el sello a través del cual una empresa quiere ser identificada y distinguida entre el resto de las compañías del sector. Por la falta de imagen se solicita fortalecer la de la empresa.

TEMAS/SUBTEMAS

ACTIVIDADES DE ASESORÍA:

continuación describimos:

Beneficios de tener un buen diseño de imagen corporativa en Internet

- Elementos de la Imagen Corporativa
- Nombre y logotipo
- tipografía y colores
- Consejos para optimizar la imagen corporativa
- <https://blog.mailrelay.com/es/2016/08/18/imagen-corporativa-de-una-empresa-que-es-y-como-mejorarla>

ESTRATEGIAS

1. Diseñar un logo para el reconocimiento de la marca
2. Socializar el logo oficial a través de redes sociales

LOGROS

A través del diseño gráfico, se define un logo para la empresa.
Generando un valor agregado y logrando el alcance a más clientes a través de redes sociales

3. Adapta los contenidos al consumidor
4. Utiliza elementos multimedia: El poder de las imágenes, el dinamismo de los vídeos o la fuerza de las infografías es clave. Se ha demostrado que el contenido de tipo visual da lugar a un índice de conversión más alto

Reconocimiento de la empresa por recordación de marca.

FOTOGRAFÍA

Ilustración 25 logo Arteocasion



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 24 Nuestra de logo de Arteocasion



Fuente: Elaboración propia

Capacitador: Serafín Beltrán Gutiérrez

24. PRESUPUESTO

Para realizar una mejora en los procesos en el área de producción, administrativa y aumentar el reconocimiento de la marca es prioritario proyectar la inversión necesaria para fortalecer las principales debilidades de la empresa.

Tabla 7 Presupuesto

Presupuesto Arteocasión Cerámicas				
Presupuesto Reestructuración		\$ 3.000.000,00		
Costo total de la inversión		\$ 4.157.280,00		
Está por encima del presupuesto en		-\$ 1.157.280		
Elemento	Descripción	Coste	Cant.	Importe
MESAS	mesa de moldeo	\$ 300.000	3	\$ 900.000
TIENDA VIRTUAL	plataforma	\$ 857.280	1	\$ 857.280
MANO DE OBRA	Creación de la tienda virtual	\$ 400.000	1	\$ 400.000
MEZCLADOR INDUSTRIAL	mezclador para el área de producción	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
Total				\$ 4.157.280

Fuente: Elaboración propia

Inicialmente se tenía como base para realizar el proyecto de intervención, la suma de 3 millones de pesos; no obstante, el gerente de la empresa está dispuesto a invertir la totalidad para realizar el avance de organización de la empresa.

25. MONITOREO Y EVALUACIÓN

Una vez que se ha definido la nueva estructura organizacional es fundamental identificar los impactos relacionados a la gestión del cambio.

Capacitación y comunicación.

La evaluación de los impactos se realizó mediante la aplicación de entrevistas y levantamiento de información en reuniones de alineamiento de la nueva estructura juntamente con los involucrados

Brindar la capacitación oportuna en temas de mejora continua, atendiendo las dudas y sugerencias formuladas por los colaboradores de la empresa para incrementar la sensibilización en temas de calidad.

Formula del indicador: $(\text{número de personas sensibilizadas} / \text{total de personas}) * 100$.

- Meta: 100% de alcance.
- Frecuencia de medición: Mensual.
- Responsable de la medición: jefe administrativo

Margen de error en pedidos realizados

Sobre los productos y pedidos que realicen nuestros clientes para disminuir el margen de error en cada pedido realizado

- Formula del indicador: $(\text{pedidos con devolución} / \text{pedidos despachados}) * 100$.
- Meta: Margen de error por debajo del 10%.
- Frecuencia de medición: Mensual
- Responsable de la medición: jefe de producción y calidad

26. CONCLUSIONES

- Por medio de la encuesta aplicada MiPymes se realizó el diagnóstico a la empresa Arteocasión la cual evidenció las principales problemáticas a resolver dentro de la organización, generando como punto de partida la intervención a las debilidades encontradas en el ejercicio; razón por la cual se estableció la necesidad de aplicar una restauración empresarial.
- La importancia de establecer una plataforma estratégica para la empresa Arteocasión, radica en la orientación de todos sus objetivos hacia el crecimiento y desarrollo constante, que llevará a la organización a generar empleos sólidos con políticas y valores estrictos, que buscarán aportar un clima laboral óptimo, garantizando una identidad y cultura laboral que se adoptará desde el proceso de selección, sus manuales de funciones y hasta los procesos estandarizados en cada cargo.
- El área administrativa se pone al servicio de dichos objetivos; por supuesto requiere actuar adaptándose a sus necesidades y en procura de brindar los mejores resultados para que la organización prospere.
- Dentro de la proyección realizada se establece el plan de creación de una tienda virtual que ayudará a la empresa a ser reconocida por su amplio portafolio de materias en cerámica.
- Se observa la necesidad de establecer las estrategias del plan de marketing para generar un impacto en la imagen de empresa y aumentar las ventas a través de la implementación de éstas.

27. RECOMENDACIONES

La organización no cuenta con ningún proceso documentado, ni plataforma estratégica, ni manuales de funciones, lo que ha dificultado la identidad de esta y el crecimiento de la empresa.

- Socializar e implementar la plataforma estratégica creada a todos los colaboradores de la empresa, haciendo de ésta un instrumento visible y mediante capacitaciones periódicas aprobadas por la gerencia.
- Implementar el manual de funciones de cualquier organización debe proporcionar una idea clara y organizada de lo que una persona debe desempeñar en cada cargo, los requerimientos académicos, físicos y de experiencia que mediante éste de deben cumplir. Por ello, se recomienda a la empresa Arteocasión adoptar el manual de funciones para instruir y ejercer control sobre las diferentes responsabilidades del personal.
- Expandir su capacidad de producción por medio de la compra de maquinaria cotizada.
- Implementar la tienda virtual; tener una tienda en línea ayuda a visibilizar la marca. Esta es una de las mejores formas de hacer publicidad efectiva. La ecuación en este sentido es sencilla, mientras más personas conozcan la marca, aumentará el número de clientes reales y potenciales.
- Se propone a Arteocasión contar con un organigrama idóneo como requisito general de una empresa, generando así más confianza por parte de sus usuarios además de designar funciones y agilizar los diferentes procesos que se lleven a cabo dentro de la empresa.

28 BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, & NAVARRETE. (2013). Importancia del uso del software contable en pequeñas, medianas y grandes empresas del cantón Portoviejo. Dialnet

ANEXO 3 del DUR 2420 de 2015

<https://cdn.actualicese.com/normatividad/2015/Decretos/D2420-15/Anexo-3-D2420-15.pdf>

ARIAS, Fidas. El proyecto de Investigación. 5ta. Edición. Caracas Editorial Episteme, 2006

BERNAL, C. SIERRA, H. Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI, primera edición, Mexico, 2008. Disponible en: [https://www.academia.edu/18859682/PROCESO_ADMINISTRATIVO para las organizaciones del siglo XXI](https://www.academia.edu/18859682/PROCESO_ADMINISTRATIVO_para_las_organizaciones_del_siglo_XXI)

CARTILLA PRÁCTICA - NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA PARA MICROEMPRESAS.

<https://actualicese.com/contabilidad-para-microempresas/>

CHAESE Y ALQUILANO, Administración de producción y operaciones. Pág. 374

CHIAVENATO, I., Sapiro, A.(2017). Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones. McGraw-Hill.

<https://www-ebooks7-24-com.ucundinamarca.basesdedatosezproxy.com/?il=5345>

CHIAVENATO, I. (2017). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las Organizaciones*. McGraw-Hill.

<https://www-ebooks7-24-com.ucundinamarca.basesdedatosezproxy.com/?il=5207>

DEPARTAMENTO [Administrativo Nacional de Estadística \(DANE\)](#).

GARCÍA Ferrando M. La encuesta. En: García M, Ibáñez J, Alvira F. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70.

HERNANDEZ CELIS, Domingo & ESCALANTE OBREGON, Ignacio Daniel, como tesis de grado Políticas y estrategias para la administración efectiva de las industrias textiles.P.7Disponible en: <https://n9.cl/yocw>

JERVIS, D. Manual de planeación corporativa (Para empresas de aseguramiento en salud).

LEY 590 DE 2000

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

LEY 2069 DE 2020

POR MEDIO DEL CUAL SE IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

LEY 1014 DE 2006

[De fomento a la cultura del emprendimiento](#)

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

MANENE, L. M. (2011). METODOLOGÍA M.P.I. del PLAN de INCORPORACIÓN de TICs en las PYMES. Recuperado el 02 de septiembre de 2016, de <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/10/17/metodologia-m-p-i-del-plan-deincorporacion-de-tics-en-las-pymes/>

MARKETING

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

MESÍAS, Oswaldo. La investigación cualitativa. Universidad Central de Venezuela. 2019.

MONTERO, Maritza y Hochman, Elena. Investigación documental. Técnicas y Procedimientos. Editorial Panapo. Venezuela.

MUTHER Richard. "Distribución en planta". Edit. Hispano Europea. Barcelona. 4ta edición.1981

MUTHER Richard, Distribución en planta.Pág. 278

PLAN LOCAL DE EMPLEO "DESARROLLO EMPRESARIAL PARA FUSAGASUGÁ
<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/18956918/Plan+Local+de+Empleo+de+Fusagasuga+2012.pdf/21ae78e8-a32e-b3c2-af9c-d79943200171?t=1646532318322&download=true>

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

<https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=1461&force=0>

THOMPSON (1998), Dirección y Administración Estratégicas, Conceptos, casos y lecturas. Edición especial en español. México. Mac Graw Hill Inter Americana y editores

VIDAL ARIZABALETA, Elizabeth, Diagnóstico 2°. Ed. Bogotá: Eco Ediciones, 2004
https://drive.google.com/file/d/1QXnlRgeWbYxO7a2MxPeXUehAzxcc_zjK/view?usp=sharing

ZIKMUND & BABIN Investigación de mercados. Ed Novena. Cengage Lear Ning 2009

29. ANEXOS

29.1 Encuestas MiPymes

Tabla 8 Encuesta MiPymes

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS, FUSAGASUGÁ
“ENCUESTAS MIPYMES”

Los datos solicitados son estrictamente confidenciales y no tiene fines fiscales ni pueden ser utilizados como prueba judicial (Art. 5 Ley 79/93)

OBJETIVO: Diagnosticar el estado y funcionamiento de las organizaciones que operan en el municipio de Fusagasugá, con el fin de brindar asesorías de beneficio mutuo.

FECHA: 15 septiembre 2021

ENCUESTA N°01

I. DATOS PERSONALES

A. IDENTIFICACION Y LOCALIZACION

1. Nombres: Aleyda Fabiola
2. Apellidos: Gutiérrez Rodríguez
3. Documento de identificación: cedula N°: 41736312
4. Género: Femenino__ Masculino__ 5. Edad: 63
6. Lugar de nacimiento: Departamento Cundinamarca
Municipio Arbelaez
7. Dirección de residencia: calle 19 No 67-39
8. Barrio: La Venta 9. Zona de residencia: Urbana X Rural__
10. Teléfono fijo: 11. Celular:310 3421645
12. Correo electrónico: arteocasion@hotmail.com
13. ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en el lugar de residencia? 2 años

B. CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICAS

1. ¿Pertenece a un grupo de población catalogado como vulnerable?
a. Ninguno X b. Madre / padre cabeza de familia__
c. Desplazados__ d. Víctimas de la violencia__
e. Jóvenes__ f. adultos mayores__
2. Sabe leer y escribir: Si X No__
3. ¿Cuál es su máximo nivel educativo alcanzado? :
Profesional
4. Está afiliado a alguna entidad de seguridad social en salud (incluido sisben)?
a. Si X b. No__
5. ¿Cuál de los siguientes regímenes de seguridad social en salud está afiliado(a)? cambia las opciones
a. (EPS) X b. sisben

6. ¿En qué tipo de vivienda reside actualmente?

a. Casa b. Apartamento ___ c. Cuarto(s) en inquilinato ___ d. Finca ___ e. Otro. ¿Cuál? _____

7. ¿La vivienda en la que actualmente reside es?

a. Propia, totalmente pagada ___ d. Con permiso del propietario ___ g. Otra ¿Cuál? _____

b. Propia, la está pagando ___ e. Posesión sin título ___

c. En arriendo o subarriendo f. Propiedad colectiva ___

8. Del ingreso mensual del hogar, cuanto proviene de la actividad de la empresa: \$
1.000.000

9. ¿Cuál es la frecuencia del ingreso del hogar por su actividad?

a. Diario ___ d. Mensual

b. Semanal ___ e. Ocasional ___

c. Quincenal ___ f. Por temporada ___

C. HISTORIA DE VIDA EN EL OFICIO

1. ¿Cómo se actualiza o capacita en su oficio?

a. No se actualiza ___ d. Consulta de texto ___ g. Otro ¿Cuál? _____

b. Capacitación formal ___ e. Internet

c. Talleres o clases informales ___ f. Observando el trabajo de otros en los eventos feriales ___

2. ¿Ha asistido a un evento de capacitación formal para mejorar el desempeño de su oficio? Indique:

Ítems	Tiene certificación		Institución que otorga
	SI	NO	
Cursos de capacitación del Sena			
Cursos, talleres y seminarios por la alcaldía	<input checked="" type="checkbox"/>		
Otro ¿Cuál?			
Ninguno			

Diligencie los puntos del 3 al 10 si el representante legal es diferente a la persona encuestada

II. DATOS DE LA EMPRESA

A. IDENTIFICACION Y LOCALIZACION

1. Nombre comercial: Arteocasion

2. Razón social:

3. Nombre del representante legal: Aleyda Fabiola Gutierrez Rodriguez

4. Documento de identificación:

N°41736312

5. Dirección: calle 19 No 67-39

6. Barrio: la Venta

7. Zona: Urbana Rural ___

8. Teléfono fijo:

9. Celular: 312 5451265

10. Correo electrónico:

11. La Organización se encuentra registrada en:

a. Cámara de Comercio

b. Secretaria de Hacienda ___

c. No registrada ___

12. La empresa cuenta con:

a. RUT c. Registro mercantil ___ Número de matrícula: _____

b. NIT ___ d. Ninguno ___

Número (NIT o RUT): _____

13. Tiempo que lleva funcionando la Organización:

- a. Menos de 1 año _____ b. De 1 a 3 años _____ c. De 3 a 5 años X
d. De 5 a 10 años _____ e. Más de 10 años _____

14. Sector al que pertenece la organización:

- a. Primario _____ b. Secundario _____ c. Terciario _____ d. Cuaternario _____

15. Actividad a la que se dedica la Organización:

- a. Comercial _____ b. Servicios _____ c. Industrial _____ d. Agroindustrial _____
e. Agropecuario _____ f. Social _____ g. Artesanal X
h. Otro ¿Cuál? _____

16. Describa las actividades económicas desarrolladas en su organización:

Fabricación de productos ceramicos

Venta y Distribución de productos cerámicos

B. CARACTERIZACION ADMINISTRATIVA

1. Los objetivos de la planeación de su organización son de carácter:

- a. Estratégico _____ c. Proyecciones económicas _____ e. Otro ¿Cuál? _____
b. Mejoramiento continuo X d. Social _____

2. ¿Tiene metas u objetivos? ¿Cuánto tiempo de horizonte tienen?

- a. Si X b. No _____

3. ¿Qué tipo de estructura tiene la empresa?

- a. Piramidal _____ b. Vertical _____ c. Horizontal _____
d. Jerárquica _____ e. Ninguna X f. Otra ¿Cuál? _____

C. CARACTERIZACION ESTRATEGICA

1. ¿Qué aspectos del direccionamiento estratégico están definidos?

- a. Misión _____ b. Visión _____ c. Organigrama _____ d. Objetivos _____ e. Ninguna X

2. ¿Cómo es la toma de decisiones en su organización?

- a. Persuasiva _____ b. Participativa X c. Consultiva _____ d. Autocrática

3. ¿Qué sistema de comunicación es aplicado en la empresa?

- a. Comunicación Ascendente _____ c. Comunicación Horizontal _____ e. Ninguna _____
b. Comunicación Descendente _____ d. Comunicación informal X

4. ¿Qué políticas se encuentran por escrito en la empresa?

- a. Políticas financieras _____ c. Políticas corporativas _____ e. Todas las anteriores _____
b. Políticas administrativas _____ d. Ninguna X

5. ¿Su organización cuenta con imagen corporativa?
 a. Si _____ b. No X
6. ¿Qué nivel de compromiso tienen los miembros de la organización?
 a. Alto _____ b. Medio X c. Bajo _____
7. ¿La organización cómo mide la calidad del Servicio a los clientes internos y externos?
 a. Encuestas X b. Llamadas de seguimiento _____ c. contacto directo _____
 d. Focusgroup _____ e. Buzón de sugerencias _____ f. redes sociales _____
 g. Correos electrónicos _____ h. Ninguna _____
8. ¿Cómo se encuentra la empresa ante el ambiente laboral?
 a. Excelente _____ c. Satisfactorio _____ e. Demanda atención X
 b. Sobresaliente _____ d. Insuficiente _____

Justifique su respuesta:

9. ¿Quiénes trabajan con usted en su lugar de trabajo?
 a. Usted es la única persona _____ b. Su familia X c. Otras familias _____
 d. Empleados X e. Otro ¿cuál? _____
 ¿Cuántos? (en caso de tener empleados) 3
10. ¿A los miembros de la organización se les facilita el trabajo en equipo?
 A. Si X B. No _____
11. ¿Qué cargos laborales tiene actualmente la unidad productiva?
 a. Gerente X c. Tesorero _____ e. Asesor de ventas _____ g. Operarios de producción X
 b. Secretaria _____ d. Otros _____ f. Distribución _____ h. Ninguno _____
12. Cuantos de sus empleados poseen los siguientes tipos de contrato:
 a. Fijo _____ b. Indefinido _____ c. Servicios _____ d. Vinculación familiar X e. Obra o labor _____
 f. Verbal X
13. Tipo de contratación de personal:
 a. Menos de 6 meses _____ b. De 6 meses a 1 año X c. Entre 1 y 2 años _____ d. Más de 2 años _____
14. Los empleados se encuentran afiliados a:
 a. EPS X b. ARL _____ c. Pensiones _____ d. Cesantías _____ e. Ninguno _____
15. A parte del sueldo los empleados reciben otros beneficios como parte del salario (incentivos).
 a. Si _____ b. No X
 ¿Cuáles? _____
16. Cuantos de sus empleados devengan:
 a. Menos de 1 salario X b. 1 Salario mínimo _____ c. Entre 1 y 2 Salarios _____ d. Otro _____
 ¿Cuál? _____

D. CARACTERIZACION FINANCIERA

1. ¿Cuenta la empresa con facilidad para adquirir capital?
 a. Si X b. No _____
2. ¿Qué tipo de fuentes de financiamiento ha utilizado en la empresa?
 a. Internas (eventos, actividades) X b. Externas (donaciones, propuestas de proyectos) _____
 c. Recursos propios X c. Ninguno _____
3. ¿Tiene conocimiento de la existencia de créditos o préstamos especiales para su actividad comercial?
 a. Si _____ b. No X

4. ¿Ha solicitado créditos o préstamos, con fines productivos para su actividad?

a. Si X b. No ___

Si responde si a la anterior pregunta responda las preguntas de 5 al 8

5. ¿Le otorgaron el crédito o préstamo solicitado?

a. Si X b. No ___

6. ¿Por cuál de las siguientes razones no le fue otorgado el crédito o préstamo solicitado?

a. Monto muy alto ___ b. Falta de avales y garantías ___ c. Plazos para el crédito ___

d. Bajos ingresos ___ e. Otro ¿Cuál? _____

7. ¿Quién le otorgo el crédito o préstamos solicitados?

a. Un banco o entidad financiera X b. Una cooperativa ___ c. Un proveedor ___

d. Un cliente ___ e. Un prestamista particular ___ f. Un familiar o amigo ___

g. Entidad pública ___ h. Otro ¿Cuál? _____

8. ¿Para qué ha usado los créditos obtenidos?

a. Compra de materia prima X b. Compra o reparación de maquinaria ___

c. Mantenimiento, ampliación o construcción del taller ___ c. Pago de mano de obra ___

d. Comercialización ___ e. Montaje o mejoras del almacén X

f. Uso personal ___ g. Otro ¿Cuál? _____ --

9. ¿La empresa ha recibido Apoyo de alguna entidad, para su fortalecimiento?

a. No ha recibido ___ b. Alcaldía ___ c. A través de una ONG ___

d. Cámara de comercio ___ e. Universidad de Cundinamarca ___ f. Sena ___

g. INNCA ___ h. UNAD ___ i. ESAP ___

j. Gobernación de Cundinamarca ___ k. Ninguna ___

l. Otro ¿Cuál? _____

10. ¿Dentro de los gastos del negocio, usted está devengando un salario?

a. Si X b. No ___

11. ¿Cómo aporta la organización a la economía regional?

a. Generando empleo X b. Capacitando a la Comunidad ___

c. Generando una conciencia una mejor calidad de vida ___ d. Ambiente

d. Brindando un servicio X e. Otro ¿Cuál? _____

E. CARACTERIZACION ECONOMICA Y PRODUCTIVA

1. Actualmente en el desempeño de su oficio usted es:

a. Trabajador independiente ___ b. Miembro o socio de una organización comunitaria ___

c. Empleado formal (contrato y prestaciones) ___ d. Microempresario X

e. Empleado informal ___ f. Miembro o socio de un taller comunitario ___

g. Otro ¿Cuál? _____

2. ¿En qué lugar realiza usualmente las actividades relacionadas con su oficio?

a. Local e independiente ___

b. Lugar exclusivo dentro de la vivienda X

c. En cualquier lugar de la vivienda ___

d. Trabaja mientras desarrolla otras actividades ___

e. Un espacio comunitario fuera de la vivienda ___

f. Parcela de producción de materia prima ___

g. Otro ¿Cuál? _____

3. ¿Cuál es el área o tamaño de su lugar de trabajo?

AREA DEL TALLER

AREA DE LA PARCELA DE PRODUCCION DE
MATERIA PRIMA

a. menos de 10 mts²___

a. menos de ½ ha X

b. Entre 10 y 50 mts²___

b. Entre ½ y 1 Ha___

c. Más de 50 mts²___

c. Más de 1 Ha___

d. No sabe / No responde___

d. No sabe / No responde___

4. El lugar donde realiza las actividades relacionadas con su oficio es:

a. Propio ___ b. Propiedad familiar___ c. En arriendo X

d. En préstamo___ e. En usufructo o permiso del dueño ___ f. Propiedad comunitaria___

g. Otro ¿Cuál? _____

5. La mayor parte del proceso que aplica para la elaboración de sus productos es:

a. Solamente a mano b. Con apoyo de máquinas simples___ e. Otro ¿Cuál? _____

c. Con apoyo de máquinas con motor___ d. Todas las anteriores X

6. Subcontrata una parte del proceso para la elaboración de sus productos:

a. Si ___ b. No X

7. El diseño de los productos es:

a. Creación propia ___ b. Buscar en libros y revistas ___ c. Busca en bibliotecas___

d. Diseño de artesanos X e. Sugerencia del cliente___ f. Sugerencia de un diseñador X

g. Búsqueda en Internet X h. Otro ¿Cuál? _____

8. ¿Qué tipo de materias primas utiliza en la elaboración del producto?

9. ¿Cómo consiguió principalmente la materia prima?

a. La recoge en el campo o medio natural___ d. La compra en el mercado___

b. Usted mismo la produce ___ e. La compra a una cooperativa ___

c. a compra a un comerciante o intermediario X f. Otro ¿Cuál? _____

10. ¿En qué región o lugar compra principalmente la materia prima que utiliza para la elaboración de sus productos?

a. Localmente___ b. Otro municipio ¿Cuál? Bogotá c. Otro departamento ¿Cuál?

d. Otro país ¿Cuál? _____

11. ¿Cómo adquirió la materia prima o material?

a. Al por mayor o en grandes cantidades X b. Al detal o en pequeñas cantidades___ c. Recolecta toda la materia___

12. ¿En qué forma pago las materias primas y materiales?

a. En efectivo X d. En especie _____

b. A crédito X e. Con mano de obra___

c. A crédito en especie No compra materias primas___ f. Otro ¿Cuál? _____

13. ¿Usualmente, cómo transporta la materia prima a su sitio de trabajo?
- a. A pie ___ d. En transporte público ___ g. Otro ¿Cuál? _____
- b. En transporte propio ___ e. Se lo envía el proveedor X
- c. En transporte alquilado ___ f. No transporta materia prima ___
14. ¿Qué dificultades tiene para acceder a las materias primas o materiales?
- a. Escasez de la materia prima ___ b. No se consigue cantidades suficientes ___
- c. La mala calidad del material ___ d. Dificultades en el transporte X
- e. Los intermediarios ___ f. La falta de dinero ___
- g. La falta de crédito ___ h. Pocos proveedores X
- i. Escasa información de precios ___ j. Otro ¿Cuál? _____
- k. Ninguna ___
15. Ha realizado desarrollos o cambios en la elaboración de su producto en:
- a. Las técnicas o prácticas de producción ___ b. En los materiales ___ c. En el diseño de los productos ___
- d. En los acabados ___ e. En las herramientas y maquinarias ___
- f. En los empaques ___ g. Otro ¿Cuál? _____
16. ¿Por qué razón incorporo cambios en su proceso de elaboración del producto?
- a. Mejorar el producto ___ b. Mejorar las ventas ___ c. Mejorar ingresos ___
- d. El interés de mejorar el negocio ___ e. Aumentar la capacidad de producción ___
- f. Reducir los costos ___ g. Otro ¿Cuál? _____
17. Los cambios o desarrollos incorporados han mejorado:
- a. Producto elaborado ___ b. Procesos de elaboración del producto ___
- c. Costos de producción ___ d. Volumen de ventas ___
- e. Precio pagado por clientes ___ f. Numero de cliente ___
- g. Ingresos ___ h. Nivel de participación en todo tipo de eventos ___
- i. Otro ¿Cuál? _____
18. ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvo que enfrentar para lograr los desarrollos o cambios en la elaboración de su producto o servicio?
- a. Falta de conocimiento ___ b. Falta de dinero ___ c. Limitaciones en la infraestructura ___
- d. Dificultades para comercializar el producto ___ e. Otro ¿Cuál? _____
- f. Ninguna ___
19. ¿Cómo realiza habitualmente la venta de sus productos?
- a. Venta directa al consumidor final X f. Otro tipo de organización ___
- b. A través de un intermediario ___ g. Puestos de venta en plazas de mercado ___
- c. A una empresa comercializadora ___ h. Asociaciones ___
- d. En consignación ___ i. Otro ¿Cuál? _____
- e. Puntos de venta X
20. El volumen de producto para la venta depende de:
- a. Pedidos y/o encargos X b. Lo que se está vendiendo ___ c. Lo que se espera vender ___
- d. La temporada ___ e. De lo que pueda producir ___ e. Otro ¿Cuál? _____
21. ¿Cuáles son sus principales destinos de venta?
- a. El mercado de su localidad o municipio X b. Otros municipios del departamento ___
- c. La capital del departamento ___ d. Otros departamentos ___
- f. Fuera del país ___
22. Lugar en el que vende la mayor parte de su producción es:
- a. La vivienda ___ b. El taller en el que labora ___ c. Un almacén especializado para ello ___
- d. La calle / ambulante ___ e. Las ferias municipales X f. La galería o plaza de mercado ___
- g. Por internet X h. Otro ¿Cuál? _____
23. ¿De los medios de promoción y difusión de sus productos, cuáles ha usado?

- a. Voz a voz b. Televisión c. Radio d. Internet
 e. Revistas f. Volantes o catálogos g. Ferias especializadas
 h. Llamadas i. Otro ¿Cuál? _____
 j. Ninguna

24. Que estrategias de ventas utiliza:

- a. Promociones b. Precios Bajos c. Descuentos d. Muestras
 e. Publicidad f. Degustaciones g. Otro ¿Cuál? _____

25. ¿Qué elementos tiene en cuenta para la presentación comercial de los productos?

- a. Logotipo b. Identidad de marca c. Empaques especiales
 d. Tarjetas de presentación e. Exhibición f. Ninguno
 g. Otro ¿Cuál? _____

26. La forma de pago que más utiliza para la venta de sus productos es:

- a. Al contado b. A crédito c. Anticipado d. Otro ¿Cuál? _____

27. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta en la comercialización de sus productos?

- a. Limitaciones en el transporte b. Bajo volumen de producción
 c. Desconocimiento de los mercados d. Desconocimiento de las preferencias de los compradores
 e. La competencia en el mercado f. Los precios del mercado
 g. Ninguno h. Otro ¿Cuál? _____

28. Dispone de un medio de transporte para llevar su producción al lugar de venta?

- a. Si b. No

29. Señale las principales dificultades para transportar sus productos al lugar de venta:

- a. Los altos costos b. La distancia al punto de venta c. El mal estado de las vías
 d. Falta de vehículos adecuados e. Escases de los medios de transporte
 f. Otro ¿Cuál? _____ g. Ninguno

30. Cuáles son los principales aspectos que tiene en cuenta para fijar los precios de sus productos?

- a. Costos de materia prima b. Costos de operación de máquinas y equipos
 c. Costo de mano de obra d. Costos de transporte
 d. El tipo de producto e. El comprador
 f. Otro ¿Cuál? _____ g. Ninguno

31. ¿Cuánto vende? _____

32. ¿Participa en ferias, muestras empresariales y eventos?

- a. Si b. No ¿Cuáles? _____

Patrocinio:

33. ¿Qué problemas ha tenido en la participación de las ferias, muestras empresariales y eventos?

- a. Costo de stand b. Falta de publicidad c. Conflicto con otros expositores
 d. Competencia por precios e. Mala ubicación en el evento f. Fechas del evento
 g. Mala organización del evento h. Baja asistencia de consumidores
 i. Otro ¿Cuál? _____ j. Ninguno

34. su salario mensualmente es:

- a. Una suma fija b. Depende de los resultados c. Tiene un componente fijo y otro variable

F. GESTION AMBIENTAL

1. ¿Conoce en su barrio, comuna o municipio algún programa o proyecto de socialización y divulgación sobre el manejo ambiental sostenible orientado a la actividad?

- a. Si b. No ¿Cuál? _____

3. ¿Su taller o lugar cumple con las normas ambientales y sanitarias?

a. Si _____ b. No _____ c. No sabe _____X

4. ¿Su taller o lugar de trabajo ha sido inspeccionado por autoridades ambientales?

a. Si _____ b. No _X_

G. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN (APLICA PARA ASOCIACIONES)

1. ¿Usted pertenece a una organización social?

a. Si _____ b. No _X_

2. ¿Por qué razón no participa en alguna organización o grupo?

a. Los beneficios son para pocos _____ b. No ayuda en la producción _X_

c. No ayuda en comercialización _____ d. No es útil _____

e. Exigen demasiados documentos _____X f. Falta de información _____

g. Otro ¿Cuál? _____

3. ¿Cuántos afiliados o miembros tiene actualmente su organización?

a. Menos de 10 _X_ b. Entre 10 y 50 _____ c. Entre 50 y 100 _____ d. Más de 100 _____

4. ¿Cuál es la cobertura o área de influencia de su organización?

a. Local _X_ b. Municipal _X_ c. Regional _____ d. Nacional _____ e. Internacional _____ f. No sabe _____

5. Su organización se constituye como:

a. Asociación _____ b. Grupo familiar _____ c. Grupo de mujeres _____ d. Cooperativa _____

e. Organización de desplazados _____ f. Organización de víctimas _____

g. Fundación ONG _____ h. Otro ¿Cuál? _____

6. ¿Cuánto tiempo lleva como miembro afiliado a la organización?

a. Toda la vida _____ b. Un año _____ c. Entre 2 y 5 años _____ d. Más de 5 años _____

7. ¿Tiene junta directiva la organización?

a. Si _____ b. No _X_ ¿Cuántos? _____

8. ¿Cada cuánto se reúne la Junta Directiva?

a. Cada semana _____ c. Cada mes _____

b. Cada 15 días _____ d. Otra ¿Cuál? _____

9. ¿La organización tiene estatutos?

a. Si _____ b. No _X_

III. NECESIDADES DE CAPACITACION

2. La empresa dispone de programas de:

a. Capacitación _____

b. Motivación _____

c. Recreación _____

d. Salud ocupacional _____

e. Vivienda _____

f. Educación _____

g. Ninguno _X_

3. Disponibilidad de tiempo para atender programas de capacitación:

a. 1 Vez a la Semana _____

b. 1 Vez cada 15 día _____

c. 1 Vez al mes _____

d. 2 Veces a la semana _____

e. Otro ¿Cuál? _____

4. Horario en el que se le facilita para la capacitación:

a. Diurno _____ Hora: __: __

b. Nocturno _____ Hora: __: __

Día de la semana que se le facilita: _____

5. Modalidad para recibir capacitación:

a. Cartillas _____

b. Radial _____

c. _____

Presencial _X_

d. Virtual _X_

e. A distancia _____

e. Otra ¿Cuál? _____ --

6.Cuál ha sido el proceso de Transformación Empresarial:

a. Diseño y elaboración de nuevos productos/servicios _____ b. Innovaciones y mejoras en los procesos _____

c. Cambios en la Organización y Administración____

d. Capacitación de Personal____

e. Compra de Maquinaria y Equipos__X_

7. En qué área desearía recibir capacitación:

a. Tributaria____

b. Legal_X__

c. Gerencial_X__

d.

ContableX__

e. Tecnología_X__

f. ProducciónX__

g. Humana____

h. Exportación____

i. Organizacional: X

i. Mercadeo: X

j. Otra ¿Cuál? _____

IV. CONTROL OPERATIVO

FECHA DE RECOLECCIÓN EN EL SISTEMA			LUGAR DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN		ENTIDAD QUE RECOGE LA INFORMACIÓN
DD	MM	AAAA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	Universidad de Cundinamarca
15	09	2021	Cundinamarca	Fusagasugá	

Nombres y apellidos
Aleyda Gutierrez

DATOS ENCUESTADO

N° de identificación

41736312

Firma

Nombres y apellidos

DATOS ENCUESTADOR

N° de identificación

Firma

OBSERVACIONES:

29.2 MATRIZ FODA ARTEOCASION

INTRODUCCIÓN: El diagnóstico organizacional tiene como objetivo identificar el estado actual de las empresas, de manera que se puedan establecer planes de acción que permitan el fortalecimiento. El presente informe tiene como propósito socializar al microempresario una visión global y general de la MiPymes, acompañado de una serie de estrategias.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la MiPymes	Arteocasión cerámicas
Nombre del representante legal	Aleyda Gutiérrez
Dirección	Carrera 19 N67-39
Sector Económico	Secundario
Actividad Económica	
Descripción de la actividad	Fabricación de Materas en Cerámica

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Tabla 9 Análisis de la Situación Actual

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia a capacitaciones realizadas por alcaldía y cámara de comercio. • Asistencia a eventos realizados como ferias empresariales (expo fusa). • Facilidad de otorgamiento de créditos destinados al fortalecer la empresa. • Creación de nuevos diseños para innovar en el mercado de las cerámicas. • Localización adecuada para la producción de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento constante de viveros en la región incrementa la demanda de materas en cerámica. • Incremento del mercado turístico los fines de semana • Oportunidad de fortalecer el e-comer de la empresa. • Innovación en los productos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta plataforma estratégica. • Falta de manejo contable básico • La distribución en planta y maquinaria no es apropiada • Falta de reconocimiento de marca en los productos. • Falta de manual de funciones en puesto de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de productos cerámicas de baja calidad de origen chino • La alta comercialización de productos en barro • Alto costo de los arriendos para negocios comerciales • Pocos proveedores de materias primas

Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIAS

- Realizar un relanzamiento de los productos, elaborando un portafolio especializado de éstos para el público objetivo de los viveros de la región.
- Creación de una tienda virtual y hacer publicidad a través de las redes sociales especialmente los fines de semana para potencializar las ventas.
- Mantener innovación e investigación a través de internet, analizando las propuestas de otras empresas a nivel mundial diseñar productos al más alto nivel.
- Establecer manuales de contabilidad básica aprovechando los eventos ofrecidos por entidades como la cámara de comercio, la Universidad de Cundinamarca y la Alcaldía municipal
- Buscar nuevos proveedores de materias primas.
- Establecer la plataforma estratégica de la empresa.
- Realizar un fortalecimiento de marketing para mitigar las amenazas de productos de origen chino.
- Realizar los manuales de funciones y de más manuales para un óptimo funcionamiento del personal y de la organización.

30. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Fecha de elaboración: febrero 10 de 2022

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

Así mismo, si la empresa es de economía mixta (es decir, aquellas cuyo patrimonio lo componen aportes de capital privado y aportes de empresas del Estado), la obligación de tener un reglamento de trabajo existirá si tal empresa (sin importar su actividad) ocupa a más de diez (10) trabajadores

Por consiguiente, a continuación, se muestra un modelo de “Reglamento interno de Trabajo” en el que se incluyen las cláusulas más comunes con las cuales se cumplan los requisitos mínimos exigidos para dichos reglamentos según la norma del art.108 del Código Sustantivo del Trabajo

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

CAPÍTULO I

ART. 1º—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa Arteocasión Cerámicas domiciliada Calle 19 No 67-30 bario La Venta, de la municipio de Fusagasugá y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

CAPÍTULO II **Condiciones de admisión**

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

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

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

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

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

Período de prueba

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

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

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

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

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

CAPÍTULO III Trabajadores accidentales o transitorios

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

CAPÍTULO IV Horario de trabajo

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

Personal administrativo

Lunes a viernes

Mañana:

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

Hora de almuerzo:

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

Tarde:

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

Sábado

Hora de entrada: 8:00 a.m.

Hora de Salida: 12:00 m

Con períodos de Descanso de Diez minutos en cada turno.

PAR.—Para las empresas que laboran el día domingo. Por cada domingo o festivo trabajado se reconocerá un día compensatorio remunerado a la semana siguiente.

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

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

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

d) El empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número

de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m. (L. 789/2002, art. 51).

CAPÍTULO V Las horas extras y trabajo nocturno

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

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

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

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

ART. 12.—Tasas y liquidación de recargos.

1. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.
2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con alguno otro (L. 50/90, art. 24).

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

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

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

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

CAPÍTULO VI

Días de descanso legalmente obligatorios

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Vacaciones remuneradas

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

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

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

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

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

ART. 21.—En todo caso, el trabajador gozará anualmente, por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables.
Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por 2 años.

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

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

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

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

Permisos

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

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

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

CAPÍTULO VII

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

ART. 25.—Formas y libertad de estipulación:

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

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

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

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

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

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

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

Períodos de pago:

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

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

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

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

CAPÍTULO VIII

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

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

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

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

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

ART. 33.—Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la

empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

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

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

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

ART. 36.—Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales para lo cual deberán en cada caso determinar la gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales de conformidad con el reglamento que se expida.

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

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

CAPÍTULO IX Prescripciones de orden

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

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

CAPÍTULO X Orden jerárquico

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

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

CAPÍTULO XI Labores prohibidas para mujeres y menores

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

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

1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.

2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.
3. Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyen agentes nocivos, tales como contaminantes, desequilibrios térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación.
4. Trabajos donde el menor de edad está expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.
5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radiactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radiofrecuencia.
6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
7. Trabajos submarinos.
8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.
9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.
10. Trabajos en pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
11. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos.
12. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
13. Trabajos en altos hornos, horno de fundición de metales, fábrica de acero, talleres de laminación, trabajos de forja, y en prensa pesada de metales.
14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
15. Trabajos relacionados con cambios de correas de transmisión, aceite, engrasado y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad.
16. Trabajos en cizalladoras, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troqueladoras, otras máquinas particularmente peligrosas.
17. Trabajos de vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima, trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidrioado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
19. Trabajos en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.
20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.
21. Trabajo en la industria metalúrgica de hierro y demás metales, en las operaciones y/o procesos donde se desprenden vapores o polvos tóxicos y en plantas de cemento.
22. Actividades agrícolas o agroindustriales que impliquen alto riesgo para la salud.
23. Las demás que señalen en forma específica los reglamentos del Ministerio de la Protección Social.

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

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

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

CAPÍTULO XII

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ART. 42.—Son obligaciones especiales del empleador:

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

Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el empleador le debe costear su traslado hasta concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía

anteriormente. En los gastos de traslado del trabajador se entienden comprendidos los familiares que con él convivieren.

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

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

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

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

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

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

ART. 43.—Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.

2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.

6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.

7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.

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

ART. 44.—Se prohíbe a la empresa:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ART. 45.—Se prohíbe a los trabajadores:

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

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

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

4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.
5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.
6. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.
7. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.
8. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado (CST, art. 60).

CAPÍTULO XIII

Escala de faltas y sanciones disciplinarias

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

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

- a) El retardo hasta de quince (15) minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, multa de la décima parte del salario de un día; por la segunda vez, multa de la quinta parte del salario de un día; por tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra, y por cuarta vez suspensión en el trabajo por tres días.
- b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.
- c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.
- d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por 2 meses.

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

ART. 48.—Constituyen faltas graves:

- a) El retardo hasta de 15 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta vez.
- b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.

c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.

d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

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

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

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

CAPÍTULO XIV

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

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

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

PAR.—En la empresa no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

CAPÍTULO XV

Publicaciones

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

CAPÍTULO XVI

Vigencia

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

CAPÍTULO XVII

Disposiciones finales

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

CAPÍTULO XVIII

Cláusulas ineficaces

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

CAPÍTULO XIX

Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimiento interno de solución

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

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

1. Información a los trabajadores sobre la Ley 1010 de 2006, que incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley, particularmente en relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas atenuantes y el tratamiento sancionatorio.
2. Espacios para el diálogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa.
3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de:
 - a) Establecer, mediante la construcción conjunta, valores y hábitos que promuevan vida laboral convivente;
 - b) Formular las recomendaciones constructivas a que hubiere lugar en relación con situaciones empresariales que pudieren afectar el cumplimiento de tales valores y hábitosy
- c) Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las personas, señalando las recomendaciones correspondientes.
4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

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

1. La empresa tendrá un comité (u órgano de similar tenor), integrado en forma bipartita, por un representante de los trabajadores y un representante del empleador o su delegado. Este comité se denominará "comité de convivencia laboral".
2. El comité de convivencia laboral realizará las siguientes actividades:
 - a) Evaluar en cualquier tiempo la vida laboral de la empresa en relación con el buen ambiente y la armonía en las relaciones de trabajo, formulando a las áreas responsables o involucradas, las sugerencias y consideraciones que estimare necesarias.
 - b) Promover el desarrollo efectivo de los mecanismos de prevención a que se refieren los artículos anteriores.
 - c) Examinar de manera confidencial, cuando a ello hubiere lugar, los casos específicos o puntuales en los que se planteen situaciones que pudieren tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral.
 - d) Formular las recomendaciones que se estimaren pertinentes para reconstruir, renovar y mantener vida laboral convivente en las situaciones presentadas, manteniendo el principio de la confidencialidad en los casos que así lo ameritaren.
 - e) Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieren mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.
 - f) Atender las conminaciones preventivas que formularen los inspectores de trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2º del artículo 9º de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes.
 - g) Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.
3. Este comité se reunirá por lo menos,..... designará de su seno un coordinador ante quien podrán presentarse las solicitudes de evaluación de situaciones eventualmente configurantes de acoso laboral con destino al análisis que debe hacer el comité, así como las sugerencias que a través del comité realizaren los miembros de la comunidad empresarial para el mejoramiento de la vida laboral.
4. Recibidas las solicitudes para evaluar posibles situaciones de acoso laboral, el comité en la sesión respectiva las examinará, escuchando, si a ello hubiere lugar, a las personas involucradas; construirá con tales personas la recuperación de tejido convivente, si fuere necesario; formulará las recomendaciones que estime indispensables y, en casos especiales, promoverá entre los involucrados compromisos de convivencia.
5. Si como resultado de la actuación del comité, este considerare prudente adoptar medidas disciplinarias, dará traslado de las recomendaciones y sugerencias a los funcionarios o trabajadores competentes de la empresa, para que adelanten los procedimientos que correspondan de acuerdo con lo establecido para estos casos en la ley y en el presente reglamento.
6. En todo caso, el procedimiento preventivo interno consagrado en este artículo, no impide o afecta el derecho de quien se considere víctima de acoso laboral para adelantar las acciones administrativas y judiciales establecidas para el efecto en la Ley 1010 de 2006.

Fecha: 10 de febrero de 2022

Dirección: calle 19 No 67-39

Municipio: Fusagasugá

Departamento: Cundinamarca

Representante legal: Aleyda Gutiérrez Rodríguez