

MARIA GALLEGO ZARAGOZA

Natural Solter *Cosmetics*
COSMÉTICA NATURAL Y ECOLÓGICA

Daniela Gellini

ÍNDICE

1. Antecedentes y contextualización de la empresa .

- a. Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.
- b. Estructura y organización.
- c. Tendencias.
- d. Misión, visión y valores.
- e. La cultura de la empresa: imagen corporativa.
- f. Sistemas de calidad y seguridad.

2. Análisis del Entorno General y Específico. Análisis D.A.F.O.

- a. PESTEL (General).
- b. Micro Entorno (Específico).
- c. Competencias por línea de producto (Específico).
- d. Ponderación de la competencia (Específico).

3. Plan de Recursos Humanos.

- a. Organigrama de la empresa.
- b. Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.
- c. Procedimientos de trabajo.
- d. Convenio colectivo aplicable.

4. Plan de Marketing.

- a. Estrategia de Marketing.
- b. Herramientas del Marketing operativo.
 - i. El producto/servicio.
 - ii. El precio.
 - iii. La promoción.
 - iv. La distribución en el mercado local e internacional.

5. Definición del puesto de trabajo.

- a. Definición I
 - i. Objetivos del puesto.
 - ii. Descripción de tareas.
 - iii. Relaciones.
 - iv. Disponibilidad.
 - v. Documentación.
 - vi. Ambiente.
- b. Definición II
 - i. Riesgos.
 - ii. Dedicación.
 - iii. Integración.

¿ QUIÉNES SON ?

Los laboratorios Natural Solter S.L., fabricantes de cosmética natural a terceros, fueron creados en 1999, establecidos en Benitachell, provincia de Alicante de la Comunidad Valenciana en España.

Desde sus modestos inicios, y fruto de una inversión creciente tanto en recursos técnicos como humanos, se han inaugurado en Julio de 2007 sus nuevas instalaciones, dotadas de la más alta tecnología y con una superficie de 480 metros cuadrados de Salas Blancas convirtiéndose en uno de los proveedores de cosméticos ecológicos más competitivo de España.

De este modo, se garantiza a nuestros clientes la máxima calidad en la fabricación de cosméticos a terceros, dado que todos los productos son realizados en Salas Blancas cuidando al máximo las normativas vigentes de higiene.



1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

a. Actividad de la empresa y su ubicación en el sector:

La empresa Laboratorios Natural Solter se dedica a la fabricación de productos de cosmética tanto naturales como ecológicos.

El laboratorio fabricante líder en cosmética natural y ecológica bio Natural Solter España, es una de las principales empresas dedicadas a la fabricación a terceros y venta a distribuidores de cosméticos de productos de marca blanca.

Natural Solter es uno de los principales fabricantes españoles de marcas blancas cosméticas. Por lo que se situaría claramente en el sector de la cosmética.

Fabricación de
cosméticos



Los departamentos de dirección, venta, I+D, cosmetovigilancia y producción de cosmética BIO, trabajan en la formulación y perfección de los procesos productivos consiguiendo productos de alta calidad al precio más competitivo del mercado. Tienen sus propios laboratorios.

Productos
cosméticos



Ayuda e información a distribuidores de cosméticos de los laboratorios Natural Solter sobre productos cosméticos y sus propiedades, tipos y características. Si es un distribuidor o dispone de tiendas profesionales, puede comprar productos de fabricación de alta cosmética natural creando su propia marca. Fabricación de marcas blancas.

Cosmética natural
y ecológica Bio



Como fabricante de cosmética natural, le ayudamos a identificar qué tipos y propiedades tienen los productos cosméticos naturales y cómo formulamos para pieles normales, grasas, secas y mixtas con ingredientes personalizados como el Aloe Vera 100% natural, con miel, papaya, con pulpa, aceite de argán o con baba caracol, rosa mosqueta, árbol de té y con especificaciones especiales como las vitaminas, multivitaminas, colágeno o retinol. Con sellos de certificación:



Algunas de sus instalaciones y maquinaria donde se realiza la producción y algunos productos terminados:



b. Estructura y organización empresarial del sector:

Según su forma jurídica, se trata de una S.L (Sociedad de responsabilidad limitada), es decir los socios se hacen responsables de responder solamente con el capital aportado y en ningún caso con el patrimonio personal.

Según su tamaño es una pequeña empresa ya que el número de trabajadores de la empresa no supera los 49, y las pequeñas empresas oscilan entre los 11 y los 49.

En el sector de la economía se sitúa en el sector secundario, ya que su actividad está dedicada principalmente a la transformación de las materias primas obtenidas del sector anterior.

En función del origen de su capital se considera una empresa privada, es decir, el capital que recibe procede de individuos o entidades particulares, sin que haya presencia de actividad de los organismos públicos.

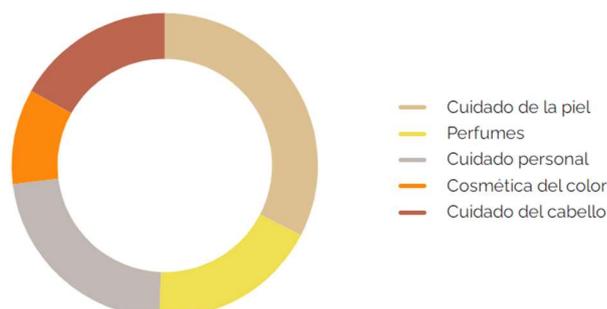
Y por último según la interacción de los medios se considera formal por el hecho de que cuenta con unos departamentos, roles y estructura jerárquica muy bien definida.

c. Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas de empleo y otras:

El sector cosmético en España:

- Es un mercado de 8.200 MM de euros y tuvo un crecimiento del +2.6% en el 2019.
- Total unidades consumidas: 1540 Millones.
- Total de unidades exportadas: 900 Millones.
- De 7 a 9 unidades de producto usa a diario una persona.
- 28 productos al año por persona.
- 170 euros/año per cápita.
- El 84% de las empresas de cosmética y perfumería en España son PYMES.
- + de 5.1% de crecimiento en la categoría de cuidado de la piel.
- 2600 Millones de euros de consumo en productos de cuidado de la piel.
- 1470 Millones de euros de consumo en perfumes.

Consumo por categorías de producto en España durante 2019



España es el líder internacional, está en el top 10 exportador mundial de productos de belleza y 2º de perfumes. Por lo que se sitúa por encima de sectores tan emblemáticos como el del vino, el calzado y el aceite de oliva.

EL EMPLEO EN EL SECTOR DE LA BELLEZA:

- 39.000 empleos de forma DIRECTA.
- 250.000 empleos de forma INDIRECTA.

d. Misión, visión y valores:

MISIÓN: Luchan por el desarrollo de la cosmética natural. Y su desarrollo económico y personal.

VISIÓN: Conseguir focalizar toda la actividad de la empresa en la fabricación y distribución de su propia marca GEODERM. y dejar atrás la fabricación a terceros.

VALORES: esta empresa desarrolla valores sociales, con su apuesta por la cosmética natural y la sostenibilidad del medio ambiente; Valores de desarrollo en el que destaca la innovación y por último valores del servicio al cliente donde intentan siempre ser cercanos a sus clientes y ofrecerles el mejor servicio y asistencia y mejor calidad de productos.



e. Imagen corporativa:



La empresa en sí, la que trata con los clientes que quieren hacer pedidos de su propio producto y realizan pedidos con esta empresa relacionan esta con el color

verde característico de esta, Los valores que quieren dar a ver son comprometidos con el medio ambiente de ahí su color verde en sus instalaciones y logo.

GEODERM

Por otra parte esta es la marca propia de la empresa y la que comercializa, hace poco que cambiaron la imagen de la marca, ahora se han decidido por sacar una línea con colores pastel y muy oriental con flores, lo que quieren es transmitir al cliente una paz, y a parte que sus productos son naturales y bio, por lo que quieren llegar a su clientes a través de esto ya que hoy en día la gente cada vez busca más esto para sus cuidados de belleza y rutinarios. Estos colores a la vez son juveniles pero también sofisticados por lo que el rango de edad es más amplio a la hora de atraer clientes.

Ahora adjunto varias imágenes de sus productos de su nueva línea:



GEODERM DESDE 1998

Organic and Natural Cosmetics



Este de aquí es uno de sus slogans de la marca (muy actual ya que han sacado su nueva línea y sus nuevos productos hace nada y también han renovado la imagen de la marca):



Página web de la marca propia de Natural Solter S.L (GEODERM):
<https://www.geoderm.es/es/>

f. Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector:

Los productos cosméticos comercializados en Europa cumplen con uno de los sistemas reguladores más estrictos ya que deben ser eficaces de calidad y seguros. Todo esto está regulado en el Reglamento 1223/2009.

Reglamento 655/2013, en el se establecen los seis criterios que deben cumplir todo producto cosmético:

- Cumplimiento de la legislación.
- Veracidad.
- Datos que sustenten la reivindicación.

- Honradez.
- Imparcialidad.
- Toma de decisiones con conocimiento de causa.

¿QUE DEBE APARECER EN EL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS?:

Siempre deberá aparecer el nombre o la razón social y dirección de la persona responsable y a cargo de la empresa, Por otro lado si se trata de un producto importado deberá también aparecer el lugar de origen del producto.

ETIQUETADO:

- Contenido nominal: que es la cantidad de producto/ peso que tiene el envase en el momento que se realiza el envasamiento del producto. y por lo que con el paso de los días o semanas puede perder un poco de su volumen inicial. (símbolo en forma de “e” minúscula).
- Ingredientes.
- Fecha de duración mínima o PAO: Es la fecha hasta la que un producto cosmético, almacenado en condiciones adecuadas, sigue cumpliendo su función inicial. (se representa con un símbolo de reloj de arena).
- Precauciones particulares de empleo del producto. (Símbolo de exclamación de precaución).
- Número de lote de fabricación: se representa con el número de barras, con él se lleva a cabo la trazabilidad del producto.
- Función del producto cosmético.
- Listado de ingredientes.
- Información adicional.
- Punto verde: En Europa todas las empresas están obligadas a reciclar y recuperar los embalajes de sus productos.
- Anillo de MOBIUS: Indica que los envases de este producto podrán ser reciclados, y si en su interior del símbolo aparece un porcentaje esto nos indicará qué cantidad del envase será reciclado.
- TidyMan: este símbolo de una persona tirando algo a la papelera nos anima a deshacernos de una forma adecuada de los productos.
- Plástico: este símbolo nos indica con los plásticos que ha sido fabricado el producto.

SI SE TRATA DE PRODUCTOS PARA LA FOTOPROTECCIÓN:

- Factor de protección solar (SPF): van desde 6 hasta 50+.
- Símbolo UVA: Indica que la protección ofrecida por el producto frente a la radiación UVA es como mínima de $\frac{1}{3}$ del factor de protección solar.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS D.A.F.O.:

a. PESTEL:

El **P.E.S.T.E.L** es un estudio del mercado únicamente de factores externos que afectan a la empresa y se analizan los siguientes factores:

● Políticos:

- Acuerdos comerciales con otros países.
- Leyes aprobadas y las que están por aprobar.
- Contratación pública.
- Política empresarial.
- Estabilidad política.

● Económicos:

- Consumo.
- Posibilidades que hay de financiarse.
- Tipo de interés que puede existir y habrá que escoger.
- Confianza.
- Crecimiento y recesión del mercado, en el país de origen de la empresa y en otros.

● Socio-Culturales:

- Hábitos de consumo de la sociedad.
- Salud y valores.
- Demografía.
- Medios de comunicación.
- Cultura.

● Tecnológicos:

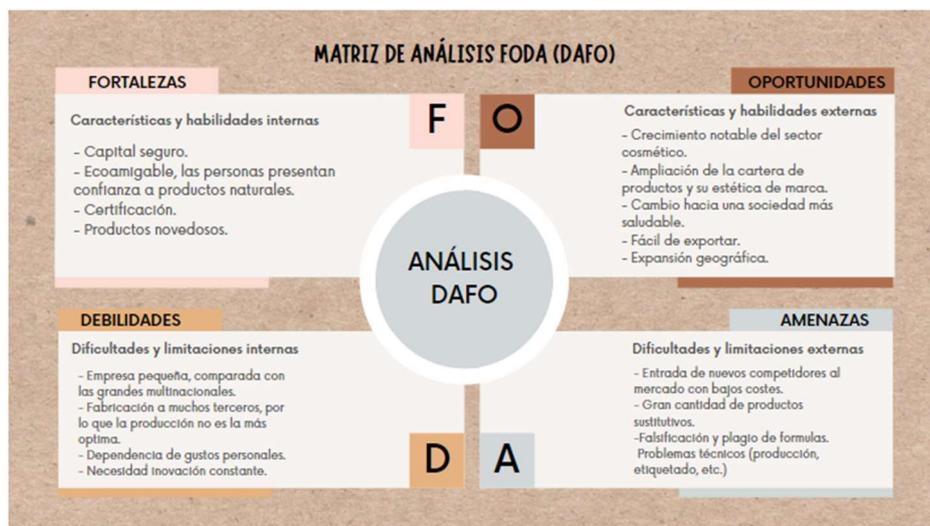
- Posibilidades de desarrollo.
- Novedades.
- Conocimiento e información.

- I+D+i.
- Posibilidades de mejora.
- **Ecológicos:**
 - Emisiones CO2.
 - Producción sostenible.
 - Productos naturales y ecológicos.
 - Envases sostenibles.
- **Legales:**
 - Permisos y licencias.
 - Patentes y marcas.
 - Regulación del mercado.

ANÁLISIS D.A.F.O:

Se suele realizar después de el P.E.S.T.E.L, y en este caso, este análisis es una herramienta que permite al empresario analizar la realidad de su empresa, marca o producto para poder tomar decisiones de futuro. Analiza 4 factores de ahí sus iniciales:

- **D**ebilidades.
- **A**menazas.
- **F**ortalezas.
- **O**portunidades.



b. THE COMPANY'S MICROENVIRONMENT:

El análisis de microentorno de una empresa es un poco lo que hemos visto antes en el D.A.F.O o el P.E.S.T.E.L y en el análisis de productos y competencia de estos. El microentorno lo que analiza son cinco factores:

- **Socios.**
- **Proveedores.**
- **Competencia.**
- **Clientes.**
- **Reguladores o mediadores.**

En este momento socios como tal no tienen pero quieren vender sus productos en puntos de venta de algunos de sus proveedores en un futuro igual que quieren dejar de fabricar a terceros y producir y distribuir solo su marca, por lo que estos sí que serían sus socios. Proveedores tienen bastantes ya que para llevar a cabo la producción de los productos necesitan material ya sean componentes, envases, etc, tienen que mantener buena relación con sus proveedores. En cuanto a la competencia tienen que analizarla bien ya que es uno de los puntos más débiles y en estos momentos hay muchos que se están lanzando al mercado de la cosmética más natural y ecológica. Tienen que tener a sus clientes contentos ya que de lo contrario acabarán buscando otra marca para satisfacer sus necesidades. Por último están los reguladores son aquellos que tienen por objeto supervisar políticas sectoriales y hacer propuestas sobre aspectos técnicos, así como resolver conflictos entre las empresas y la Administración.



c. Competencia por líneas de productos (Ambito nacional, zona 2,etc.):

COMPETENCIA POR LÍNEAS DE PRODUCTOS (AMBITO NACIONAL Y OTRAS ZONAS)			
LÍNEA PRODUCTO 1		LÍNEA PRODUCTO 2	
MAQUILLAJE		CUIDADOS DE LA PIEL	
Nº 1	Sombra de ojos	Nº 1	Sérums
Nº 2	Máscara de pestañas	Nº 2	Cremas
Nº 3	Base líquida	Nº 3	Mascarillas
Nº 4	Polvos	Nº 4	Limpiadores
Nº 5	Brillo de labios		
Nº 6	Pintalabios		
Nº 7	Lip paint		
Nº 8	Bronceador		
Nº 9	Corrector		
Nº 10	Iluminador		
Nº 12	Delineador de ojos		
Nº 13	Colorete		

En esta empresa más que por ámbitos o por zonas se diferencia por la fabricación a clientes, ya que cada uno tiene sus propias líneas de producto. Para llevar a cabo esta tabla me he centrado solo en la marca propia de la empresa que como bien he mencionado antes se llama GEODERM. En ella diferenciamos dos secciones en las que se clasifican los productos. Una es la de Maquillaje que dentro encontramos una gran serie de productos de belleza, y por otra parte tenemos los productos de cuidado de la piel en concreto de la cara, en este apartado la lista es más corta pero dentro de cada artículo encontramos una gran variedad ya que hay para todas las partes de la cara y así escoger la que más te guste o se ajuste a ti o a tu tipo de piel.

Voy a dejar adjuntas dos imágenes de la web de GeoDerm para así que se visualice mejor:

MAKEUP

- > Sombra de ojos
- > Máscara pestañas
- > Base líquida
- > Polvos
- > Brillo de labios
- > Pintalabios
- > Lip paint
- > Bronceador
- > Corrector
- > Iluminador
- > Delineador ojos
- > Colorete

TIPOS DE USO

- > Labios
- > Cremas día
- > Cremas noche
- > Sérums de día
- > Sérums de noche
- > Tratamientos faciales
- > Tratamientos hidratación
- > Tratamientos antiarrugas
- > Tratamientos antimanchas
- > Tratamientos antiedad
- > Tratamiento ojos
- > Limpieza
- > Maquillaje
- > Cara
- > Ojos

GEODERM

SKIN

- > Sérums
- > Cremas
- > Mascarillas
- > Limpiadores

TIPOS DE USO

- > Labios
- > Cremas día
- > Cremas noche
- > Sérums de día
- > Sérums de noche
- > Tratamientos faciales
- > Tratamientos hidratación
- > Tratamientos antiarrugas
- > Tratamientos antimanchas
- > Tratamientos antiedad
- > Tratamiento ojos
- > Limpieza
- > Maquillaje
- > Cara
- > Ojos

GEODERM

d. Ponderación de la competencia:

PONDERACIÓN DE LA COMPETENCIA							
Factores	% Ponderación	Puntuación Rdo.		Puntuación Rdo.		Puntuación Rto.	
Amplitud producto		7	3,71	7	3,78	8	4,48
Servicio (plazo de entrega)		9	4,77	8	4,32	9	5,04
Calidad		9	4,77	7	3,78	6	3,36
Diseño		9	4,77	7	3,78	9	5,04
Red de ventas		6	3,18	8	4,32	8	4,48
Precio		7	3,71	9	4,86	8	4,48
Marca		6	3,18	8	4,32	8	4,48
Total ponderado	100%	53	28,09	54	29,16	56	31,36
		GEODERM		NAOBAY		COCUNAT	

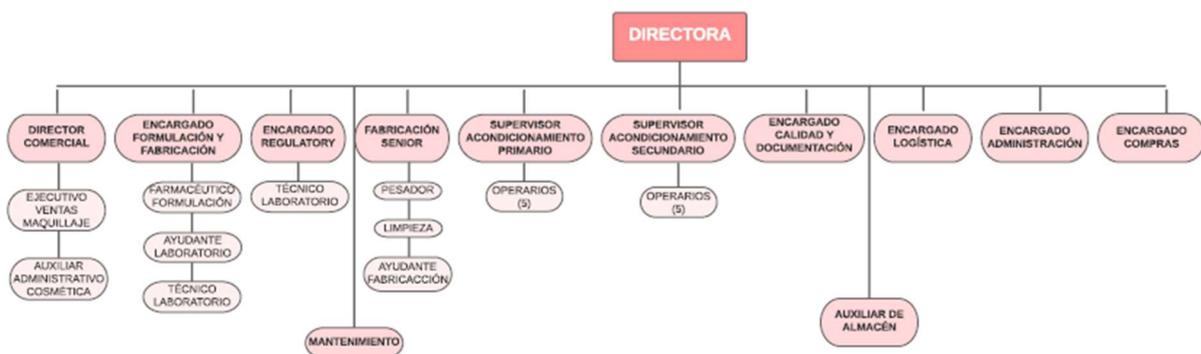
Aquí podemos ver la tabla de ponderación de la competencia que he realizado yo misma con la ayuda de la persona responsable de mi en la empresa de prácticas. Analiza algunos factores como son la amplitud de producto, servicio (plazo de entrega), calidad, diseño, red de ventas, precio y marca. Después lo que he hecho ha sido coger la marca propia de la empresa (GEODERM) y otras marcas de cosmética natural que hay en el mercado ahora mismo y las he puntuado con los datos que me han facilitado y que he podido encontrar en internet y por intuición o

opinion mia, como es el diseño y ese tipo de cosas. Después he realizado una regla de tres para sacar el porcentaje de cada una de ellas. La marca GEODERM, no es una marca low cost ya que si las comparamos con otras marcas como cocunat vemos que es bastante cara, pero la relación calidad precio de los productos de GEODERM es muy buena, ya que los componentes de sus productos son de muy buena calidad y lo que le venden al cliente es 100% fiable, esta también quiere ampliar su canal de ventas ya que aparte de su página web para compra online ahora está lanzando sus productos en Amazon. La otra marca, NAOBAY, es más reconocida y su precio es más asequible, aunque su calidad no es tan buena y sus envases no son los más bonitos del mercado ni los que más llaman la atención, pero su precio es lo que más llama la atención a los clientes. En general el porcentaje de los tres no es tan elevado como se espera ya que el mercado de la cosmética natural es relativamente nuevo y aún hay mucha gente que no quiere pagar un precio tan elevado. Y por otro lado estas marcas comparadas con las grandes multinacionales y marcas de gran competencia pues aún tienen que coger fuerza y hacerse más visibles y para ello tienen que diferenciarse muy bien del resto.

3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS:

a. Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos:

Aquí muestro un organigrama de la empresa, el que he realizado yo misma con la ayuda de la persona que está a cargo mio. En este se puede ver claramente la estructura interna de la empresa:



Por otro lado, la relación funcional entre departamentos no se lleva tanto a cabo como en las empresas más innovadoras, ya que aquí cada departamento tiene su espacio o lugar de trabajo en el que desarrolla su actividad de una manera individual

con la gente de su propio departamento. aunque eso no quita que estén bien comunicados entre ellos ya que las tareas de unos van encadenadas con la de los otros. Por ejemplo, cuando llega una mercancía los del almacén son los encargados de mirar que todo lo que llega este correcto, así como de introducir los albaranes al programa de ahí pasan a contabilidad que es donde se factura y se comprueba las unidades y precio que sea correcto. Por la otra banda cuando son ellos los que ordenan pedidos (departamento de ventas) al final también pasan por contabilidad y por las chicas del laboratorio por lo que están muy bien relacionados unos departamentos con otros, pero cada uno desempeña únicamente su labor y está especializado únicamente en realizar lo que ha ellos les respeta.

b. Identificación de las funciones de los puestos de trabajo:

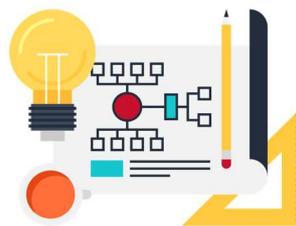
- **Director comercial:** Dirigir, gestionar y supervisar las actividades de los comerciales y del personal de venta.
- **Encargado de formulación y fabricación:** su función es crear y coordinar planes de producción, también diseña el plan de producción, basándose en un plan estratégico que define la capacidad productiva de una organización. Por último, supervisa la labor realizada por los trabajadores en planta. Y por otra parte la de formulación se encarga de toda la parte química y revisar que todas estén correctas.
- **Encargado regulatory:** Se encarga de todo el tema de la normativa.
- **Fabricación senior:** la palabra senior hace referencia a la experiencia del encargado o del nivel de experiencia que se debe de tener. Por lo que está
- **Supervisor acondicionamiento primario:** Inspección del orden, la higiene y seguridad del lugar de trabajo; Combinar los equipos de trabajo; Hacer reuniones informativas con el equipo de trabajo y comprobar los informes de calidad y producción.
- **Supervisor acondicionamiento secundario:** su función se basa en el embalaje externo o estuche que contiene en su interior el envase primario. Los materiales más empleados en el acondicionamiento secundario de medicamentos son el papel y el cartón. Envasar y etiquetar.
- **Encargado de calidad y documentación:** su función es identificar y evaluar los riesgos y oportunidades; implantar el plan de mitigación de riesgo; realizar el seguimiento de los indicadores de calidad y corregir desviaciones; proponer objetivos de calidad y realizar el seguimiento de estos.
- **Encargado de logística:** tiene la responsabilidad de gestionar el traslado, el almacenamiento, la logística de distribución y la organización de los productos y materiales a lo largo de toda la cadena de suministro.

- **Encargado de administración:** su función es planificar y coordinar procedimientos y sistemas administrativos, así como idear modos de optimizar procesos. Contratar y formar personal, así como asignar responsabilidades y espacio en la oficina. Valorar el rendimiento de la plantilla y ofrecer asesoramiento y orientación para garantizar la máxima eficiencia.
- **Encargado de compras:** compran productos de importadores, fabricantes, productores, mayoristas para luego su transformación y desarrollo de sus productos.
- **Mantenimiento:** su función es mantener las instalaciones en buenas condiciones y reparar todo lo que se rompa o imprevistos que surjan.
- **Auxiliar de almacén:** se encarga de meter en el sistema todas las mercancías que llegan dentro del programa de la empresa. y colocar y revisar toda la mercancía que llega al almacén.
- **Ejecutivo de ventas maquillaje:** se encarga de sugerir productos que satisfagan las necesidades de los clientes e informarles sobre los detalles del producto, como ingredientes, métodos de aplicación y precio. Para desempeñar este cargo satisfactoriamente, es necesario estar orientado al servicio al cliente y familiarizado con una amplia gama de productos de belleza.
- **Auxiliar administrativo cosmética:** llevan a cabo tareas como el envío de correos electrónicos, fotocopiado, archivado, atención al teléfono, registro de los mensajes y gestión de los artículos de papelería y otros materiales. En el sector de la cosmética ayudando así en todo el tema de los productos su venta y distribución.
- **Farmacéutico formulación:** su función está basada en llevar a cabo el proceso mediante el cual se combinan diferentes sustancias químicas para producir un producto cosmético final.
- **Ayudante de laboratorio:** se ocupa de conservar, limpiar y esterilizar todo el material que se utiliza en el laboratorio. Elabora soluciones químicas, clasifica las muestras de sangre y tejidos, las etiqueta y prepara los medios de cultivos, reactivos y soluciones.
- **Técnico de laboratorio:** se encarga de realizar todos los procedimientos o técnicas analíticas que se desarrollan en el laboratorio clínico con fines preventivos, de diagnóstico o control terapéutico o evolutivo de las enfermedades.
- **Pesador:** su función es revisar toda la mercancía y ver que todo ha llegado correcto y la cantidad que se había pedido.
- **Limpieza:** su función es mantener las instalaciones siempre limpias y ordenadas por higiene y por seguridad de todo el personal.

- **Ayudante fabricación:** tareas de fábrica y almacenaje por supervisión del encargado.
- **Operarios:** son los encargados de todo el trabajo de mano de obra y deben realizar diferentes tareas que percuten directamente con el correcto funcionamiento de la fábrica.



c. Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo:



Los procedimientos de trabajo se desarrollan según el riesgo del puesto que desempeña cada trabajador o cada departamento dentro de la empresa, para controlar la calidad, seguridad, y buen procedimiento de las funciones llevadas a cabo.

Para ello se llevan a cabo **medidas disciplinarias y reconocimientos positivos** para los trabajadores.

En la elaboración de un procedimiento de trabajo y práctica operativa hay que distinguir las siguientes fases:

- **Identificación del trabajo u operación.**
- **División del trabajo.**
- **Definición de riesgos.**
- **Medidas y controles.**

d. Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional:

El convenio colectivo aplicable en este sector para el ámbito profesional es:

CONVENIO COLECTIVO ESTATAL PARA EL SECTOR DE MAYORISTAS E IMPORTADORES DE PRODUCTOS QUÍMICOS INDUSTRIALES Y DE DROGUERÍA Y ANEXOS (código convenio n.º 99001095011981), dispuesto en el artículo 90, apartado 2 y 3, de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, Texto refundido aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre (BOE de 24 de octubre), y en el Real Decreto 713/2010, de 28 de mayo, sobre registro y depósito de convenios colectivos, acuerdos colectivos de trabajo y planes de igualdad.

Aquí deajo adjunto el convenio completo en pdf:

<https://www.boe.es/boe/dias/2021/09/27/pdfs/BOE-A-2021-15663.pdf>



4. PLAN DE MARKETING:

a. Estrategia de Marketing:

Las estrategias de marketing parten de la base de los objetivos de negocio de la propia empresa. Estos objetivos se definen mediante el famoso **SMART**, que en él se incluyen los términos:

- **S**pecific (específicos).
- **M**easurable (medibles).
- **A**chievable (alcanzables).
- **R**elevant (relevantes).
- **T**ime-bound (con fecha límite).



ESTRATEGIAS

ESTRATEGIA DE CARTERA DE PRODUCTOS:

Cuando hablamos de cartera de productos nos referimos a todos los productos que ofrece la empresa a sus clientes, ya sean clientes finales o distribuidores (fabricación a terceros). En esta empresa podemos verlo de dos maneras: la primera es cuando se fabrica a terceros o para marcas blancas, en esta situación la cartera de productos que ofrece la empresa es muy amplia ya que el cliente puede pedir los productos que desea a su gustos, es decir, cualquier tipo de producto cosmético (desde lubricantes, serum, cremas para todo tipo de usos, maquillaje, etc.).

Por otro lado, si hablamos de la propia marca de la empresa (GEODERM) la cartera también es amplia pero los productos que ofrece son lo que tiene. Se diferencian dos sectores: el de maquillaje y el de cuidado de la piel facial.



ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

Todas las empresas, no importa su tamaño y su posicionamiento en el mercado, realizan una segmentación de mercado. Qué quiere decir esto, que focalizan su producto en un determinado grupo o franja de edad, y toda su estrategia va dirigida a atraer a ese público ya sea mediante los anuncios personalizados, el tipo de medios donde publicitarse, modas, etc. Aunque esto no quita que otro tipo de cliente al que no va dirigido no pueda realizar compras, ya que el producto lo puede adquirir cualquier persona.

La marca GEODERM ha sacado una línea muy sofisticada que como su lema dice va dirigida para los amantes de España, sobre todo extranjeros, la gama de colores se ha obtenido teniendo en cuenta algunos de los paisajes y sitios que caracterizan a España.

El segmento de mercado que han elegido yo creo que está entre personas de 25 a 40 años, ya que a esta edad empiezas a darte cuenta de la importancia que tiene cuidarte a ti misma y cuerpo y piel.



ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO:

Representa la imagen que tiene un cliente sobre el producto que ofrece la empresa y porque lo elige ante la competencia. La competencia más grande que tienen las pequeñas empresas como esta son las grandes marcas reconocidas mundialmente, ya que ofrecen mucha más variedad de productos y a veces a un precio más asequible, aunque a veces aunque ofrezcan precios elevados por el prestigio que tienen y la confianza que dan los clientes la siguen prefiriendo.

Para que las empresas conozcan la opinión de sus usuarios pueden realizar encuestas o cuestionarios donde estos dejen su opinión y lo que les parece la marca, y gracias a esto puedes comenzar a diferenciarse por lo que estos opinen, ya sea confianza, eficiencia, buen servicio, etc. Y estos si están contentos con el producto hablan bien de él y dan buena imagen, y pueden ayudar a atraer nuevos clientes.



b. Herramientas del marketing operativo (ESTRATEGIAS FUNCIONALES):

MARKETING MIX (LAS 4 P)



i. El producto/servicio:

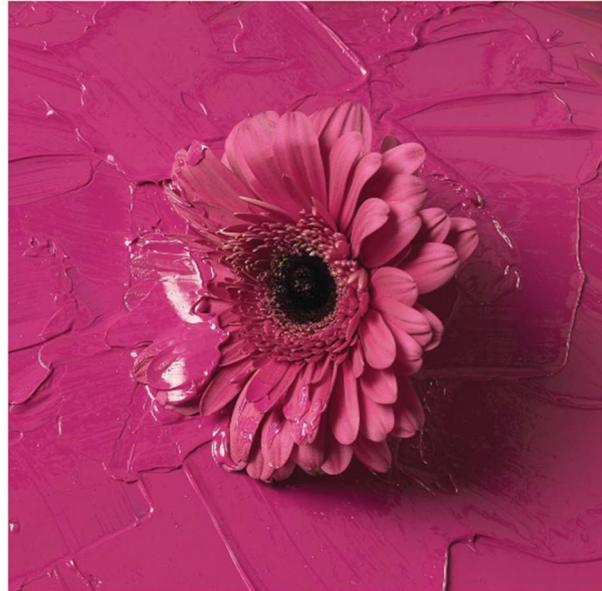
El cliente quiere las cremas para su consumo diario y realizan su consumo en sus hogares. El producto tiene que ser fácil de dosificar y el tipo de envase tiene que ir acorde con el producto que contenga ya que cada uno se aplica de una forma y en una zona diferente. Hay clientes de todo tipo por lo que el producto tiene que tener gamas para todo tipo de pieles ya que cada persona es un mundo. Ofrecen dos tipos de carteras de productos están los de la sección de maquillaje y los de la sección del cuidado de la piel. Sus envases están diseñados con los tonos pastel de la marca y le aportan un toque de sofisticación y naturalidad que básicamente es lo que quiere transmitir con sus productos.

Así es como se describen y describen su producto:

Cosmética natural y ecológica

GEODERM es la marca de belleza "clean beauty" que pone los avances de la ciencia al servicio del poder de la naturaleza, para la creación de productos de cosmética y maquillaje naturales y orgánicos. Utilizamos ingredientes eficaces para la creación de productos naturales de verdad, para todas las personas del mundo que buscan realzar su belleza, alimentar el espíritu y conseguir momentos de placer.

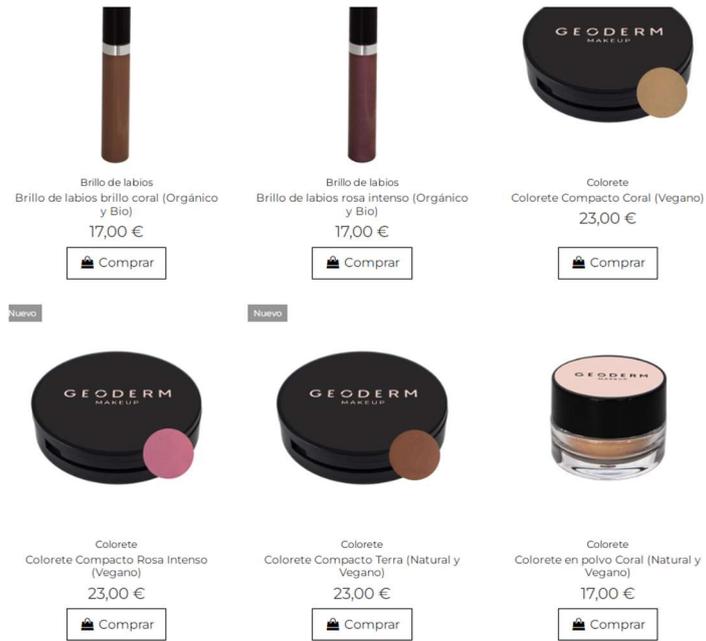
Desde 1998 desarrollamos productos ecológicos que realmente cuidan, miman, embellecen y nutren la piel sin causarle ningún daño, sin añadir productos sintéticos y con el único fin de conseguir una piel bonita, sana, hidratada,



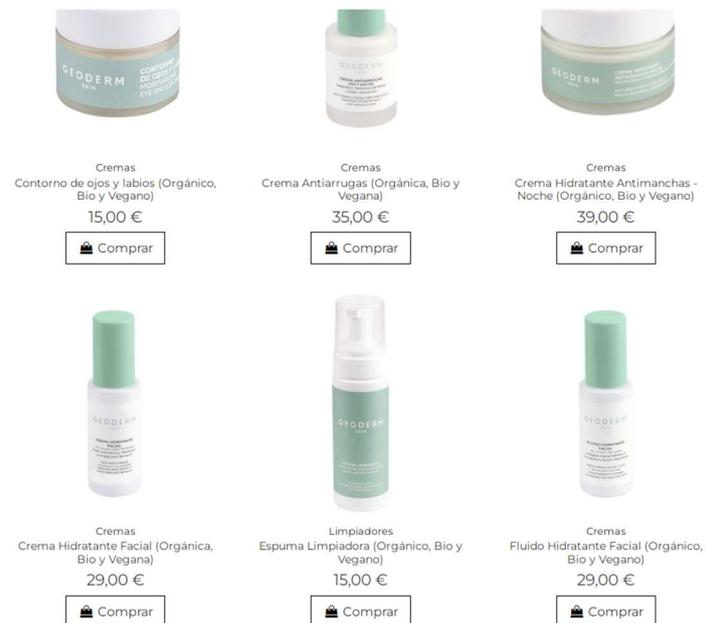
ii. El precio:

Si hablamos del precio del producto que la marca ofrece, podemos estar hablando de un producto al parecer de algunos usuarios caro, pero si tenemos en cuenta la calidad de estos la relación calidad precio es muy buena ya que la empresa no puede fabricar caro y de calidad y vender a un precio low-cost, es por esto que tiene mucho competidores en el ámbito de precios. De esta manera lo que te da la seguridad de que estás pagando por un producto bueno es el certificado que estos llevan y que ha pasado por muchos controles de calidad, por lo que te dan la tranquilidad de que lo que estás comprando no es mentira. Más que por la marca porque lleva un año y aún no es conocida de la misma manera que las grandes marcas de prestigio, se diferencia por su calidad y esto es por lo que se establece el precio un poco más elevado, ya que los clientes que busquen o entiendan sobre cosmética natural no tendrán problema en comprar estos productos ya que les dan la seguridad que buscan.

PRECIO PRODUCTOS MAQUILLAJE:



PRECIO PRODUCTOS CUIDADO DE LA PIEL:



- iii. **La promoción: ¿Cómo se da a conocer?, ¿Cómo se encuentra a clientes nuevos?, etc. (Participación en ferias nacionales, internacionales, etc.):**

- La marca se da a conocer de manera digital, tiene una página web donde muestra todos sus productos, y a través de su blog donde publica todas las novedades y próximos lanzamientos de la marca. También se utilizan plataformas de redes sociales como son Facebook e Instagram ya que son las plataformas que más utiliza su segmento de mercado y en las que más se promocionan este tipo de productos.
- También se dan a conocer a través de feria, hace poco estuvieron en una para dar a conocer la marca GEODERM, que no tiene ni un año desde que la sacaron, por lo que las ferias les sirven para darse a conocer y captar nuevos clientes o inversores. Ahora adjunto una imagen de la feria en la que participaron hace poco y otra que fue el año pasado:



GEODERM

SECTOR: Green & Organic

HALL: 21

STAND NO.: T/9b

GEODERM estará presente en la feria internacional de cosmética natural, **COSMOPROF 2022**, Bolonia, Italia.



TOUR DE LA BELLEZA 2022, 17 de mayo, Madrid



Presentes en Vivaness 2021

Y también se han publicitado en algunos programas de televisión prestigiosos de Telecinco como es “Supervivientes”:



GEODERM en Supervivientes

Y también marcas reconocidas como Oliva Tessen (marca reconocida de aceite de oliva de calidad), que les dedicó un artículo haciendo prestigio a la marca ya que usa aceite de oliva de máxima calidad en sus productos de belleza:



GEODERM en Oliva Tessen

Visita de Nacho Vidal, por sus lubricantes:



iv. La distribución en el mercado local e internacional. ¿Qué canales utiliza?:

NATURAL SOLTER S.L:

- Natural Solter vende a muchos terceros por lo que los canales de distribución son siempre por transporte de carretera, marítimo o aéreo. Esto varía según el lugar de destino. Si es nacional se transporta en camiones, mientras que si es una exportación a otro país fuera o dentro de Europa se utiliza el transporte marítimo y en ocasiones el aéreo.

GEODERM:

- La marca propia de la empresa ya es diferente esta se distribuye online por ahora, ya bien sea por la propia página web o ahora se han lanzado a la plataforma Amazon. También mediante sus clientes de Natural Solter que les hacen pedido para luego distribuirlo en sus tiendas. Como ya bien dije antes lo que busca la empresa es dejar la fabricación a terceros y fabricar solo su marca, por lo que en un futuro quieren buscar más puntos de venta físicos.

5. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO:

a. DEFINICIÓN I:

i. Objetivos del puesto: ¿Qué papel desempeñas y qué objetivos tienes en la organización?:

Mi papel a desempeñar en la empresa es ayudar en el departamento de contabilidad que está formado por Inma que es la encargada de toda la contabilidad y ahora por el volumen de trabajo está ayudando una chica de laboral y yo en todo lo que puedo ya que mis conocimientos no son tan avanzados y hay cosas que no puedo hacer, pero bueno yo pongo de mi parte para aprender el máximo y a la verdad que Inma tiene mucha paciencia y poco a poco estoy viendo un poco de cada cosa que se realiza en un trabajo de contabilidad. Para resumir mis objetivos en esta organización son ayudar en todo lo que sea posible, ya bien sea de la parte laboral o contable aunque obviamente se centra más en la parte contable la laboral solo si hay algo urgente que hacer .



ii. Descripción de las tareas: ¿Qué actividades se realizan de forma habitual, periódica u ocasional? ¿Con qué frecuencia se realizan las mismas? ¿Cuánto tiempo dedica a cada una?:

Las actividades que más realicé al principio como aún no tenía acceso al programa era puntear bancos a mano, es decir, me daban los extractos de las dos cuentas impresos y yo iba subrayando de uno y de otro para que cuadraran. También archivaba y ordenaba por fecha o por número de IVA las facturas en carpetas, lo mismo con los albaranes, pero en este caso se ordenaron por orden alfabético. Después cuando ya tuve acceso al programa ya iba variado más y me iban introduciendo más cosas, por ejemplo pasar facturas directas e indirectas, puntear bancos, clientes y proveedores, enviar facturas por correo, facturar albaranes y pedidos pendientes, toda la documentación de la subvención CDTI.

Algo que hacía más de vez en cuando es entrar en la cuenta del banco y realizar remesas y sacar los extractos, esto también lo utilizaba para la documentación de la subvención. También bajé una vez a repartir calzado de trabajo (EPI) a los trabajadores y con un documento previamente preparado para que me firmaran como justificante de que se lo había entregado, estuvo entretenido y fue diferente. También otra cosa era llamar a clientes para pedir facturas que faltaban, tampoco cogía mucho el teléfono porque yo no sabía toda la trayectoria de los clientes pero en cuanto era algo que me podía encargar yo me dejaban a mi que llamara por teléfono a los proveedores.



**iii. Relaciones: ¿Con qué otros departamentos se relaciona?
¿Es un contacto habitual, periódico u ocasional?:**

Los únicos departamentos con los que me he relacionado a la hora de mis tareas son obviamente el de contabilidad después también con el departamento de compras que es el encargado de pasar los pedidos y también con almacén que son los que nos suben los albaranes de la mercancía cuando llegan. En el departamento de contabilidad en esta empresa también se lleva el tema de las exportaciones, por lo que el tema de importaciones y exportaciones también he llegado a ver algo.



- iv. **Disponibilidad:** ¿Qué documentos y/o programas se manejan habitualmente? ¿Qué documentos se generan? ¿Cómo organizas tu documento de trabajo?:

DOCUMENTOS Y/O PROGRAMAS QUE UTILIZO:

PROGRAMAS

- ★ AHORA ERP: Es el programa que utiliza la empresa, para llevar a cabo todo su seguimiento.
- ★ EXCEL: También se utiliza mucho el excel, para hacer listados de clientes, pedidos , stock, existencias, etc.
- ★ OUTLOOK: El correo donde llegan todas las facturas y por donde más se contacta con clientes y proveedores.



DOCUMENTOS

- ★ FACTURAS.
- ★ ALBARANES.
- ★ PEDIDOS.
- ★ DELIVERY NOTE.
- ★ ASIENTOS CONTABLES.
- ★ DOCUMENTACIÓN SUBVENCIÓN.
- ★ PAPELES AUDITORÍA.
- ★ EXTRACTOS DEL BANCO.



- v. **Ambiente:** ¿En qué condiciones ambientales se realiza el trabajo?:

El ambiente de trabajo es muy bueno, al menos yo lo he sentido así. Cada departamento tiene su oficina, pero a la vez comunicados por teléfono y nadie está por ahí levantando la voz ni nada es un ambiente de trabajo sano y tranquilo. Se llevan bien entre ellos y por lo que he visto se ayudan en lo que pueden y saben. También lo que más me ha ayudado y gustado ha sido la paciencia y lo bien que me

han acogido y enseñado hacer las cosas ya que han tenido siempre en cuenta que mi nivel era básico y han ido poco a poco sin prisa para que me quedara claro.



b. DEFINICIÓN II:

- i. **Riesgos: ¿Existen riesgos de accidentes laborales?
¿Durante cuánto tiempo se expone a los empleados al riesgo? ¿ La realización de las tareas ponen en riesgo a terceras personas?:**

Como en todos los trabajos con mayor o con menor medida obviamente existen riesgos de accidente laboral. En la parte de oficina el mayor riesgo es la espalda y contracturas ya que se pasa la mayor parte del tiempo por no decir el tiempo completo sentada en una silla con la misma posición, también la vista cara al ordenador puede ser otro riesgo por lo que se deben seguir las pautas que te dan para sentarse en una posición correcta y tener la distancia y la altura del ordenador a la altura de tus ojos para lo tener que forzar.

Por otra parte los trabajadores que están abajo en fabricación también tienen otros riesgos ya que su actividad es más física, Tienen riesgo de resbalarse, desprendimiento de mercancía caída de escaleras y lo que trabajan en el laboratorio ya que trabajan con sustancias químicas aunque en este caso no son peligrosas siempre tienen ese riesgo por lo que tienen que equiparse siempre bien antes de entrar a su puesto de trabajo por lo que pueda pasar. Y mantener siempre las instalaciones en condiciones y limpias por seguridad de cada una de las personas. En este caso no tiene porque poner en riesgo a terceras personas, ya que cada uno tiene bien definida su tarea y las áreas de trabajo están bien separadas y diferenciadas.

Otro riesgo que está muy presente hoy en día en todos los trabajos es el de el exceso de carga de trabajo y emocional, ya que no nos damos cuenta pero afecta a

muchas personas, y a veces puede desencadenar en ansiedad o depresión, por ello creo que siempre hay que escuchar a los trabajadores incluso jefes y cuando no se puede más tomarse un descanso.

El tiempo que están expuestos a los riesgos del trabajo son durante su jornada laboral, excepto el último que he mencionado que se llevan los problemas a sus casas.

ii. Dedicación: ¿En qué horario se desempeñan? Distribución horaria de tareas:

Horario varía según el trabajo que desempeñen:

- **ADMINISTRACIÓN (OFICINAS):** de 8:00 a 15:00 o de 12:00 a 18:00.
- **FÁBRICA Y LABORATORIO:** de 5 o 6 de la mañana hasta las 15:00: horario de mañanas; y de 16:00 a cierre (19:00 o 20:00).

En fábrica y laboratorio los que tienen jornada de mañana no vienen de tarde y lo mismo al revés.

Los trabajadores tienen que fichar al entrar y al salir de su puesto de trabajo y en base a eso es como controlan las horas trabajadas de cada trabajador.

iii. Integración: ¿Qué formación inicial se requiere para cubrir las exigencias del puesto? ¿Existe plan de acogida para nuevas incorporaciones ?:

En esta empresa se necesita de la presencia de muchos licenciados y titulados para la parte de laboratorio, donde se formula se procesa y se llevan a cabo las sustancias de las cremas, maquillaje y otros productos de cuidado cosmético. Para esta sección de empleados no se tiene en cuenta tanto la experiencia si no que lo más importante es tener la titulación necesaria para llevar a cabo la tarea requerida del puesto, ya que el trabajo que realizan va a repercutir sobre la salud de las personas.

Por otra parte, en las tareas más físicas de fábrica, almacén y logística se busca más experiencia en los trabajadores.

Aquí adjunto una oferta de trabajo publicada por la empresa Natural solter buscando mozos de almacén y estos son los requisitos que piden y sobre todo experiencia en el sector:

Se requiere Mozo de almacén para empresa de fabricación de cosméticos.

Buscamos a personas con ganas de trabajar, con experiencia previa en la gestión de almacenes.

Requisitos: Carnet de Carretillero

Jornada Completa, Indefinido

Tipo de puesto: Jornada completa, Contrato indefinido

Horario:

- Turno de 8 horas

Experiencia:

- Carga y descarga: 1 año (Deseable)

Licencia/Certificación:

- Carnet de carretillero (Deseable)

PLAN DE ACOGIDA PARA TRABAJADORES:

El plan de acogida es un documento diseñado por la empresa para la mejor incorporación de un nuevo trabajador a su puesto de trabajo, este documento debe contar con los siguientes datos sobre la empresa:

- **Información general de esta.**
- **Objetivos del puesto.**
- **Valores de la empresa.**
- **Datos importantes para el puesto en concreto: tareas que debe realizar y de qué manera debe hacerlo.**

El contenido debe ser el necesario, para que pueda ser entendido de una manera clara y concisa. Por otra parte tiene que implicarse al superior a cargo de la empresa y su encargado de departamento y a otras personas del equipo, ya que deben formar parte del proceso, para una mejor incorporación de este al puesto.



Aquí quería hacer un poco de referencia a lo que es un plan de acogida para trabajadores. No obstante en la empresa que estoy realizando yo las prácticas no existe un documento en sí, ya que he tenido la oportunidad de vivir un poco en mi piel un proceso de selección, aun así al trabajador se le asigna un trabajador o el encargado de departamento para que se encargue de explicar al trabajador sus tareas, el puesto y que se su incorporación e integración sea la más agradable para él nuevo empleado.

FOTO DE LA FACHADA DE NATURAL SOLTER S.L. POR DELANTE (ENTRADA PRINCIPAL):



Empresa situada en el polígono de Pedreguer, Alicante.