

Creaciones apartir de llantas reutilizadas como acción innovadora

Estudiantes

Adriana Roció Pérez

Alexander Salamanca Torres

Francy Daniela Castro

Juan Carlos Camacho

Luz Deisy Valderrama

Tutor(a):

Erinela Peñaranda

Universidad nacional abierta y a distancia UNAD

Diplomado para tecnologías en gestión de marketing para el emprendimiento social

Diciembre de 2022

Tabla de contenido

Introducción	8
Objetivos.....	10
Identificación de la problemática.....	11
Valor social y modelo de negocio.....	13
Modelo Desing Thinking	14
Etapa de empatía	14
Etapa de testeo	16
Etapa prototipada	17
Etapa de ideación	19
Etapa de definición:	20
Modelo de negocio (Canvas)	21
Propuesta de valor.....	22
Estrategias de mercadeo.....	24
Atributos y beneficios del producto.....	24
Marca, imagen y slogan del proyecto	25
Grupo objetivo del proyecto:	26
Segmentación de clientes	27
Competencia	27
Competencia directa:	27

	3
Competencia indirecta:	28
Aliados clave del modelo de negocio	28
Estrategias de Mercadeo	29
Estrategia de comunicación	29
Estrategia de Posicionamiento	29
Estrategia de Diferenciación	30
Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter).....	30
Página web	31
Proyección de los recursos operativos y financieros	34
Recursos operativos	34
Operación equipos y producto	38
Maquinaria	38
Explicación del diagrama de flujo:	41
Misión	42
Visión.....	43
Descripción de cargos y presentación del organigrama.....	43
Procesos preoperativos.....	45
Proyección de ventas.....	52
Proyección financiera a tres años.....	53

Capital de trabajo	57
Inversiones	59
Fuentes de capital de inversión:	60
Información adicional	60
Conclusiones	62
Referencias:.....	63

Lista de figuras

Figura 1: Etapa del testeo.....	16
Figura 2: Mapa de impacto	17
Figura 3: Tarjeta de presentación.....	19
Figura 4: Infografía.....	20
Figura 5 Modelo de negocio Canvas.....	21
Figura 6: Propuesta de valor	23
Figura 7 Logo empresa ECO-TIRE	26
Figura 8: Logo de YouTube.....	30
Figura 9: Imagen de slogan.....	31
Figura 10: Vínculos de información de la empresa y productos.....	32
Figura 11: Vínculos de contacto	32
Figura 12: vínculos a las redes sociales	33
Figura 13 Diagrama de flujo	41
Figura 14: Organigrama.....	43
Figura 15: Registro ante la DIAN	46
Figura 16: Registro de cámara de comercio.....	47
Figura 17: Cuenta Bancaria Empresarial	47
Figura 18 Mapa de Valle de Tenza	50
Figura 19 Mapa de ubicación del municipio de Garagoa	51

Lista de tablas

Tabla 1: Información demográfica del Valle de Tenza	26
Tabla 2 Aliados clave del modelo de negocio	28
Tabla 3: Capacidad instalada	34
Tabla 4: Disponibilidad de insumos	35
Tabla 5: Ficha técnica del producto	37
Tabla 6: Descripción de equipos por etapa de proceso de fabricación.	38
Tabla 7: Descripción de maquinaria y equipos operativos	38
Tabla 8: Descripción de cargos.....	43
Tabla 9: Descripción de equipos de oficina.....	44
Tabla 10: Cálculo de la demanda.....	52
Tabla 11: Proyecciones de ventas	52
Tabla 12: Precios de venta	53
Tabla 13: Punto de equilibrio.....	55
Tabla 14: Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)	56
Tabla 15: Proyecciones de ingresos por ventas	56
Tabla 16: Flujo de caja mensual	58
Tabla 17: Saldos acumulados.....	58
Tabla 18: Saldos acumulados.....	59

Tabla 19: Inversión total	59
Tabla 20: Proyección operativa	60
Tabla 21: Indicadores de proyección operativa	60

Introducción

La generación de proyectos y oportunidades de emprendimiento social nacen a partir del reconocimiento de problemáticas que se generan en el entorno en donde interactuamos o vivimos a diario cómo barrió nuestra localidad nuestro municipio o nuestro país. Este tipo de problemáticas principalmente afectan a la sociedad en general y lo que se busca con el desarrollo de posibles soluciones es destinar ideas que no sean políticas sino acciones sociales las cuales tengan como objeto prioritario dar solución o mitigar la problemática para mejorar la calidad de vida de las personas o la comunidad que se está viendo afectada.

En el desarrollo de este trabajo se muestra de manera específica los puntos clave del proyecto social, la importancia de conocer las características de los competidores en el mercado, sus ventajas y desventajas para así poder brindarles a los clientes un producto competitivo y de la mejor calidad, con las características que buscan y con los mejores precios del mercado. También podremos identificar el cliente objetivo para realizar estrategias de marketing dirigidas a cada segmento de mercado con el fin de captar de manera clara a cada uno de los clientes potenciales que permitan a la compañía contar con los ingresos requeridos para mantenerse a flote un inicio y luego lograr que genere utilidades y a su vez contribuya de una manera innovadora al cuidado y la conservación del medio ambiente. Se dio marca a una idea de negocio dando prioridad a este proyecto, generando impacto a la sociedad iniciando por generar objetivos alcanzables del proyecto de emprendimiento social basados en la descripción de una problemática ya analizada teniendo en cuenta que todo se basa en una propuesta de valor social la cual describe las

bondades de nuestro proyecto y demostrando los beneficios de adquirir nuestros productos y que los hace preferibles a la competencia, para finalmente desarrollar un plan de marketing describiendo los elementos de mercadeo usados y describiendo un cuadro de estrategias aplicado a hacer seguimiento al proyecto de emprendimiento social y logrando a través de estimaciones y proyecciones de ventas a tres años los recursos operativos y financieros necesarios, para la elaboración de los productos a ofrecer, que permitirán poner en marcha el emprendimiento.

Objetivos

Objetivo General:

Lograr mitigar el proceso de contaminación que producen las llantas de los vehículos de la región del valle de Tenza Boyacá, fortaleciendo la reconstrucción de estas en distintos artículos de excelente calidad, haciendo parte del cambio en la sociedad.

Objetivos específicos:

Identificar materias Primas, cantidad y costo de estas.

Identificar las herramientas y el valor de estas, para fabricar los muebles a través de las llantas recicladas.

Identificar el personal y gastos parafiscales que ocasionan la contratación de estos.

Definir las fichas técnicas del producto en donde se detallan las características de elaboración.

Determinar el organigrama de los cargos y la proyección de sueldos.

Describir los diferentes equipos o elementos necesarios para la operación de la empresa.

Identificación de la problemática

¿Cuál es el problema?

La contaminación ambiental viene aumentando cada día, una de estas causas es el mal manejo que se le da a las llantas que son retiradas de los vehículos y los convierten en basura, estas llantas no se desintegran esto genera que el monóxido de carbono, óxido de nitrógeno, dióxido de carbono, óxido de zinc, benceno y otros componentes se liberen en el aire causando que afecten la fauna de la región del valle de Tenza Boyacá quien cuenta con dos ríos muy importantes como lo son Garagoa y el Guaya los cuales abastecen la región.

Logrando contribuir con el cambio de estas llantas y brindando una nueva vida útil estaremos protegiendo el ecosistema y la vida humana con los artículos obtenidos por la materia prima de la reutilización de las llantas.

¿Quiénes están involucrados?

Toda la sociedad hace parte del cambio, la creación de una empresa que reconstruye las llantas en un producto funcional de nuevo, hace que todos y cada uno de nosotros deban aportar el conocimiento, la infraestructura, la materia prima.

Los gobernantes hacen parte de un apoyo fundamental al proceso del cambio, aportando espacios, seguridad, y cuidado al medio ambiente

¿Para qué resolverlo?

Para mitigar el cambio climático.

Generar nuevos empleos

Generar conciencia del cuidado de la planta y el entorno

Para darle un lugar para vivir a las personas mucho más limpio

Para embellecer con las llantas recicladas

Para brindar nuevas herramientas de protección al medio ambiente

¿Qué grado de relevancia tiene el problema?

En la actualidad en Colombia encontramos que únicamente en Bogotá hay dos programas posconsumo el cual se encarga de la recolección de las llantas y darles otro tratamiento, sin embargo 950.000 llantas son botadas a la basura en Colombia, no se logra abarcar la totalidad de la recolección de estas con solo dos compañías por eso este proyecto hará que podamos seguir avanzando en el proceso de renovación de las llantas en nuestro entorno y en Colombia.

¿Cuál es la causa?

El mal manejo que se brindó desde un principio a este producto, y la falta de conciencia de los seres humanos frente al desgaste de la naturaleza, la poca empatía que tenemos hacia otros.

¿En qué lugar ocurre el problema?

El Valle de Tenza es una región geográfica y cultural ubicada al sur del departamento colombiano de Boyacá y al oriente del departamento de Cundinamarca.

Valor social y modelo de negocio

El valor social parte del mejoramiento de la calidad de vida de las personas, la generación de la creatividad, técnicas de enseñanzas, aprovechamiento de recursos financieros, pero principalmente encierra la propuesta de incentivar a nuestros ciudadanos a velar por la salud de la tierra, contribuyendo responsablemente al medio ambiente, renovando uno de los productos más contaminantes del medio ambiente, y convirtiéndolo en belleza y renovación. Se realizará la creación de materas elaboradas con llantas recicladas, creando concienciación ciudadana, y brindando renovación paisajística a la población. Se realizará la venta de estos productos a los ciudadanos de Valle de Tenza, y sus alrededores. Se realizarán campañas de recolección en la villa de Tenza, con el fin de dar a conocer nuestra idea de proteger al medio ambiente con materas elaboradas con llantas, esperando que el cliente conozca el producto y sus grandes beneficios.

Toda esta propuesta acoge una contribución positiva a la sociedad ya que con nuestro plan de negocio y nuestros productos aportamos principalmente al cuidado del medio ambiente, aplicando valores como el respeto y el amor a la sociedad y comunidad de nuestro entorno ofreciendo un beneficio a largo plazo en pro de generar un impacto social positivo.

Modelo Desing Thinking

Etapa de empatía

¿Cuál es el problema?

La falta de empatía en la sociedad hace que las personas no les importe su entorno de una manera directa, y la contaminación del medio ambiente se encuentre más fuerte con los años.

¿Quiénes están involucrados?

Toda la sociedad hace parte del cambio, la creación de una empresa que reconstruye las llantas en un producto funcional de nuevo, hace que todos y cada uno de nosotros deban aportar el conocimiento, la infraestructura, la materia prima.

Los gobernantes hacen parte de un apoyo fundamental al proceso del cambio, aportando espacios, seguridad, dinero a las campañas de cuidado al planeta.

¿Para qué resolverlo?

Para mitigar el cambio climático.

Generar nuevos empleos

Generar conciencia del cuidado de la planta y el entorno

Para darle un lugar para vivir a las personas mucho más limpio

Para embellecer con las llantas recicladas, brindando nuevas herramientas de protección al medio ambiente

¿Qué grado de relevancia tiene el problema?

En la actualidad en Colombia encontramos que únicamente en Bogotá hay dos programas posconsumo el cual se encarga de la recolección de las llantas y darles otro tratamiento, sin embargo 950.000 llantas son botadas a la basura en Colombia, no se logra abarcar la totalidad de la recolección de estas con solo dos compañías por eso este proyecto hará que podamos seguir avanzando en el proceso de renovación de las llantas en nuestro entorno y en Colombia.

¿Cuál es la causa?

El mal manejo que se brindó desde un principio a este producto, y la falta de conciencia de los seres humanos frente al desgaste de la naturaleza, la poca empatía que tenemos hacia otros.

¿En qué lugar ocurre el problema?

El Valle de Tenza es una región geográfica y cultural ubicada al sur del departamento colombiano de Boyacá y al oriente del departamento de Cundinamarca.

Etapa de testeo

Figura 1: Etapa del testeo



Fuente: elaboración propia

La herramienta seleccionada, es la maqueta porque ha siempre vista permite observar lo que fue el proceso y lo que ahora es, la transformación de una llanta después de que pierde su valor material, adquiere un nuevo valor social el cual permite que muchas personas puedan mejorar su calidad de vida y además evitar el deterioro del medio ambiente.

En cuanto al Testeo es importante identificar las mejoras significativas que puede tener este proceso como por ejemplo informar, motivar a las personas a reciclar las llantas, hacer convenios con entidades que las producen para que también aporten a quienes quieren ayudar a la transformación. es importante identificar las fallas y resolverlas como por ejemplo saber que una de las fallas es que mientras no haya demanda del producto ya transformado no habrá manera de ofrecerlo, lo cual reduce grandemente a que se pueda dar la continuidad al proyecto, hace falta concientizar más a la sociedad de la importancia de apoyar este proyecto desde el lugar donde se encuentre como cliente del producto ya sea con su valor material o valor transformado.

Etapa prototipada:

Figura 2: Mapa de impacto



Fuente: elaboración propia

Con un mapa de impacto, identifique objetivos, actores, impactos y entregables para que pueda utilizar la planificación correcta al desarrollar su estrategia para lograr los objetivos identificados en el mapa.

Con esta planificación en mente, teniendo en cuenta los entregables a medida que se realiza el impacto y teniendo en cuenta todos los aspectos, se garantiza que el proyecto no solo sea rentable sino también estable en el tiempo y que se logre el avance esperado.

El proceso realizado incluye identificar, de manera general, los objetivos principales de la creación de una microempresa, los participantes que se consideran clientes, el impacto esperado de la puesta en marcha del negocio y los entregables para los usuarios de nuestros productos.

Etapa de ideación

Figura 3: Tarjeta de presentación



Fuente: Elaboración propia

Etapa de definición:

Figura 4: Infografía



Fuente: elaboración propia

Modelo de negocio (Canvas)

Figura 5 Modelo de negocio Canvas



Fuente: Elaboración propia

Propuesta de valor

Reutilizar llantas usadas que son un residuo de la industria automotriz lo aprovecharemos para realizar trabajos artesanales y creaciones personalizadas según el gusto del cliente. Brindando una alternativa amigable con el medio ambiente y duradero que puede soportar las condiciones climáticas. Brindará cómodos espacios decorativos dentro y fuera de su vivienda ya que las llantas son moldeables a cada espacio se crearán hermosas materas para jardines hasta cómodas sillas de descanso suaves y duraderas.

La empresa ofrece diversos productos derivados de las llantas como lo son materas, sillas, figuras, entre otras, que permite la construcción de un medio ambiente más sano, mitigando el impacto ambiental que generan las llantas al cumplir su vida útil, resolviendo el problema de la contaminación, asimismo contribuyendo a las necesidades y creación de espacios ambientalmente responsables

En la región del Valle de Tenza (Boyacá y Cundinamarca) brindando alternativas sustentables al problema del destino final de las llantas usadas, contribuyendo así a mitigar los efectos de la disposición inadecuada de estos residuos sólidos, y contribuyendo al mejoramiento de los espacios públicos generando valor al cuidado del medio ambiente.

Nuestra empresa indaga en sus gustos y necesidades decorativas para construir con materiales de desecho como lo son las llantas usadas dando un segundo uso o prolongando la vida útil de estos elementos que aunque ya no son óptimos ni funcionales para su propósito principal, si son después de ser transformadas en cierto tipo de elementos innovadores útiles para el uso decorativo y de descanso los cuales son personalizados de tal manera que el cliente sienta total satisfacción con el producto terminado y pueda disfrutar de los beneficios que este

le brinda sintiendo que opta por adquirir productos creativos e innovadores, de alta calidad con la satisfacción que directamente está aportando al mejoramiento de la calidad del medio ambiente.

Figura 6: Propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia

Estrategias de mercadeo

Los productos elaborados por la empresa se basan en la protección y conservación de la naturaleza, serán decorados a mano cada una de las macetas con colores vivos creando una sensación de armonía en cada espacio.

Los muebles se elaborarán con productos de calidad que hagan juego con nuestras llantas, brindando comodidad color e innovación, cada producto contará con el toque personal de nuestros clientes con el fin de que encuentren en nuestra marca el producto que buscan con excelente calidad y al mejor precio.

Atributos y beneficios del producto

Atributos:

El producto es un producto de alta calidad, el cual permite tener gran valor ante la competencia

El precio del producto es muy asequible

El producto cuenta con un gran valor promocional e imagen

El producto cuenta con un diseño forma y tamaño adecuado, según el cliente lo desee

La buena imagen del producto consolida a la empresa como una empresa responsable con el medio ambiente

Ecológicas y amigables con el medio ambiente

Llantas cómodas, y con distintas texturas

Llantas coloridas, e innovadoras

Llantas resistentes

Beneficios del producto:

Mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Generación de la creatividad

Aprovechamiento de recursos financieros

Incentivación para velar por la salud de la tierra.

Contribuir responsablemente al medio ambiente

Ahorrar energía y materias primas contaminantes

Contribuye a la conservación de bosques

Fomentación de la economía circular

Creación de empleo verde

Marca, imagen y slogan del proyecto

Nombre del proyecto: “Reutilización de llantas” Eco-tire

Marca: Eco-tire

Slogan: “El futuro está en nuestras manos”

Figura 7 Logo empresa ECO-TIRE

Fuente: Elaboración propia

Grupo objetivo del proyecto:

Identificación y caracterización del grupo de consumidores que aceptarían el producto y tienen la capacidad de compra:

Habitantes del Valle de Tenza, una región geográfica y cultural ubicada al sur del departamento colombiano de Boyacá y al oriente del departamento de Cundinamarca, nuestros clientes buscan el mejoramiento de la calidad de vida, la generación de la creatividad a partir del reciclaje, técnicas de enseñanzas, aprovechamiento de recursos financieros, pero principalmente incentivar a los demás ciudadanos a velar por la salud de la tierra.

Tabla 1: *Información demográfica del Valle de Tenza*

Municipio	Superficie en Km²	Habitantes
Garagoa	210 Km ²	16.195
Guateque	37 Km ²	9.921
Macheta	224 Km ²	6.663
San Luis	247 Km ²	6.158
Guayata	81 Km ²	6.018

Fuente: <https://www.municipio.com.co/departamento-boyaca.html>

Segmentación de clientes

Características de los clientes Demográficas:

Personas del Valle de Tenza

Hombres y mujeres

Geográficas:

Valle de Tenza, ubicado al sur del departamento colombiano de Boyacá.

Psicográficas:

Trabajadores

Innovadores

Experimentadores

Curiosos

Comportamientos:

Personas honestas

Líderes

Innovadoras

Humildes

Recicladoras Sociocultural:

Estratos 1-2-3 Ingresos:

Desde los 800.000 hasta los 2.000.000

Competencia

Competencia directa:

Actualmente existen otras empresas que realizan artesanías y muebles con otros productos, pero no directamente con las llantas, por esto se busca hacer la primera y única

fabricante empresa de artesanías a través de llantas reutilizadas en la región lo cual contribuye a una gran ventaja para el mercado de los productos a ofrecer.

Competencia indirecta:

Como competidores indirectos podrían relacionarse algunos productores de artesanías dedicados a la fabricación de muebles dentro de ellos están:

17 establecimientos de artesanías dedicadas a la elaboración de cestería

9 carpinterías ubicados en algunos municipios como Garagoa, Guateque, Tenza los cuales se encargan de fabricar muebles en madera

Aliados clave del modelo de negocio

Tabla 2 *Aliados clave del modelo de negocio*

Aliados	Definición
Empresas de transporte de materias primas	Las empresas que contribuirán al transporte de materias primas serán flota del Valle de Tenza, flota la Macarena.
Depósitos y ferreterías	Las empresas que contribuirán a los depósitos y elementos de ferretería serán los comerciantes de la región que suministrarán y herramientas necesarias para la producción de la reutilización de llantas
Transportadores	Las empresas que contribuirán con el transporte del producto serán empresas de logística como lo son deprisa, Servientrega y envía
Montallantas y talleres	Las empresas de montallantas y talleres serán las que suministradas llantas usadas de forma gratuita

Financistas

Las empresas que contribuirán a la financiación del proyecto serán líneas de crédito para emprendimiento que aportan capital inicial para dar paso a la creación de la microempresa

Estrategias de Mercadeo

Estrategia de comunicación

Se busca informar a través de los medios de comunicación como lo son Facebook WhatsApp, YouTube, Twitter, Instagram a la comunidad del Valle de Tenza, ofreciendo una nueva idea de negocio que está comprometida con el medio ambiente ofreciendo productos a partir de llantas usadas convirtiéndolas en muebles ecológicos. Realizando una difusión masiva para la comercialización de los productos a través de la comunicación digital e impresa física, teniendo en cuenta que algunas personas de la comunidad no cuentan con medios digitales.

Se dará a conocer los productos elaborados con llantas por medio de la construcción de radio de la emisora del valle de Tenza, incentivando a los ciudadanos a adquirir productos elaborados con material reciclado con el fin de mitigar la construcción del medio ambiente.

Estrategia de Posicionamiento

Se busca ofrecer productos con una vida útil a precios asequibles y con acabados personalizados ofreciendo calidad y precio, a través del reciclaje de llantas que ya cumplieron su vida útil, dándoles una nueva oportunidad y transformándose en ideas innovadoras, ofreciéndolas a la población de Valle de Tenza y sus alrededores, teniendo en cuenta que el producto dispondrá de varios usos según lo desee el cliente, dando a conocer la participación de la empresa en cada uno de los municipios.

Se brindarán productos de excelente calidad a muy buenos precios, garantizando que el cliente quede satisfecho con su compra.

Se brindará al consumidor la mejor atención y productos personalizados.

Estrategia de Diferenciación

Se busca generar diferenciación ante la competencia a través de la venta de productos personalizados y con larga durabilidad a través del reciclaje de llantas que ya cumplieron su vida útil, dándoles una nueva oportunidad y transformándolas en ideas innovadoras, ofreciéndolas a la población de Valle de Tenza y sus alrededores, ofreciendo productos coloridos e innovadores según los deseos del cliente a precios asequibles

El respeto honestidad y calidad será uno de los pilares de la compañía que brindará a nuestros clientes la seguridad de poder adquirir productos reciclados en muy buen precio y calidad.

Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter).

YouTube:

Por medio de la realización del video en la plataforma de YouTube se busca realizar la presentación de la empresa los atributos características del producto comprometido con el medio ambiente a ofrecer

Figura 8: Logo de YouTu



Facebook:

Por medio de la creación de una página en la herramienta de Facebook, se presentarán fotografías de los productos a ofrecer, recepción de mensajes y comentarios acerca de la opinión de los compradores y nuevos clientes que permitan una mejor construcción de la empresa.

Twitter:

Por medio de Twitter se darán a conocer los productos a ofrecer, con fotografías y características según lo desee el cliente así mismo se tendrán en cuenta cada una de las opiniones y comentarios de los clientes e interesados en la compra del producto

Página web

Enlace de página: <https://perezad19902314.wixsite.com/tirebuild>

Marca, imagen y slogan:

Figura 9: Imagen de slogan



Figura 10: Vínculos de información de la empresa y productos



Figura 11: Vínculos de contacto



Figura 12: vínculos a las redes sociales



Enlace de atención al cliente:

<https://perezad19902314.wixsite.com/tirebuild/blank-2>

Enlace de compras y pagos en línea:

<https://perezad19902314.wixsite.com/tirebuild/shop>

Proyección de los recursos operativos y financieros

Recursos operativos

Estudio económico:

Instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción

Tamaño del proyecto:

Para el proyecto ECO-TIRE se describe la capacidad instalada en la empresa en términos de unidades en coherencia con el potencial del mercado identificado, contemplando los diversos tipos de tecnologías que se van a emplear y el tamaño en términos del espacio que se requiere.

Capacidad instalada:

Para la producción de 9 juegos de sala de la empresa ECO-TIRE que consta de 5 sillas con una mesa de centro, para un total de 54 unidades en 30 días laborales de producción se requiere un espacio de una bodega de (180.14m²)

Tabla 3: *Capacidad instalada*

Zona No.	Descripción	Porcentaje	Área m ²
1	Oficina	7.6%	15.21
2	Salón de reuniones	1.3%	2.16
3	Baño de administración	1.5%	2.37
4	Entrada	2.2%	3.52
5	Almacén para materiales y producción	11.7%	23.86
6	Entrada	1.2%	2.01
7	Baños para trabajadores	1.8%	4.87
8	Zona de descanso	1.9%	1.99
9	zona de lavado	18.4%	38.71
10	Área de producción, almacenamiento de llantas terminadas	52.4%	85.44
Total		100.0%	180.14

Insumos

Para la producción de los productos a vender en la empresa ECO-TIRE se cuenta con un stock de materiales y materia prima organizada para garantizar la producción durante 3 meses detallándose en la siguiente información de los insumos requeridos con su respectivo costo

Tabla 4: Disponibilidad de insumos

Ítem	Insumo	Cantidad	Unidad	Valor	Total unitario
1	Puntillas	10	Lb	\$ 10.000	\$ 100.000
2	Tornillos	50	Lb	\$ 12.000	\$ 600.000
3	Pegante	10	UND	\$ 10.000	\$ 100.000
4	Tuercas	30	UND	\$ 2.000	\$ 60.000
5	Arandelas	30	UND	\$ 2.500	\$ 75.000
6	Martillo	5	UND	\$ 12.000	\$ 60.000
7	Segueta	10	UND	\$ 14.000	\$ 140.000
8	Serrucho	5	UND	\$ 10.000	\$ 50.000
9	Hilo	10	m	\$ 1.000	\$ 10.000
10	Jabón	10	UND	\$ 8.000	\$ 80.000
	industrial				
11	Discos de	20	UND	\$ 35.000	\$ 700.000 corte
12	Tubo de PVC	20	UND	\$ 30.000	\$ 600.000

13	Varilla	50	UND	\$ 15.000	\$ 750.000
	metálica				
14	Aguja tipo	10	UND	\$ 2.000	\$ 20.000
	zapatero				
15	Extintor	3	UND	\$ 70.000	\$ 210.000
16	Alambre	25	kg	\$ 30.000	\$ 750.000
17	Alambre	25	kg	\$ 35.000	\$ 875.000
	dulce				
18	Varilla de	10	Kg	\$ 7.000	\$ 70.000
	soldadura				
19	Guantes	20	UND	\$ 5.000	\$ 100.000
	Industriales				
20	Lacas	10	UND	\$ 25.000	\$ 250.000
21	Tubo	10	kg	\$ 15.000	\$ 150.000
22	Cuero	50	UND	\$ 20.000	\$ 1.000.000
23	Pincel	20	UND	\$ 25.000	\$ 500.000 industrial
24	Tijera	10	UND	\$ 25.000	\$ 250.000 industrial
25	Cinta	15	UND	\$ 45.000	\$ 675.000
	industrial				
26	Puntura	50	UND	\$ 70.000	\$ 2.100.000
	industrial				
				TOTAL	\$10.275.000

Tabla 5: *Ficha técnica del producto*

Ficha técnica del producto	
Nombre del producto: Sala moderna ecológica	
	<p>Descripción: La sala moderna consta de cuatro sillas y una mesa de centro</p> <p style="text-align: center;"><i>Figura 9</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Fuente:</i></p> <p style="text-align: center;">https://www.lavanguardia.com/files/article_gallery_microformat/uploads/2016/06/02/5f15f84d8d958.jpeg</p>
<p>Materia prima: Llanta reciclada</p> <p>Vidrio</p> <p>Tornillos</p> <p>Puntillas</p> <p>Hilo cordobán</p>	<p>Espuma de alta densidad</p> <p>Pintura negra y azul</p> <p>Color: Negro, Naranja y blanco</p> <p>Peso: 75 kilos</p>

Operación equipos y producto

Tabla 6: Descripción de equipos por etapa de proceso de fabricación.

Etapa del proceso	Equipo por utilizar	Cantidad	Descripción de la etapa
Equipo de Pintura	Compresor RT400	2	Pintura en general
Equipo de armado	Cosedora PM 200	2	Unión de piezas de llantas
Equipo de ensamble	Soldadora	2	Soldar piezas, armas estructuras metálicas
Equipo de lavado	Hidro lavadora industrial	2	Limpieza y lavado de llantas

Maquinaria

Descripción de la maquinaria:

En cuanto a los equipos de maquinaria útiles para el proceso de manufacturación de productos de la empresa dispone de las siguientes máquinas las cuales se consideran suficientes y eficaces pararealizar un proceso adecuado, para la formación de la estructura del producto.

Tabla 7: Descripción de maquinaria y equipos operativos

Imagen	Nombre	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor total
	Compresor	1	UND	\$720.000	\$720.000



Hidro	2	UND	\$550.000	\$1.100.000
			lavadora	



Sierra	1	UND	\$350.000	\$350.000
--------	---	-----	-----------	-----------



Soldadora	2	UND	\$650.000	\$1.300.000
-----------	---	-----	-----------	-------------



Cosedora	2	UND	\$850.000	1.700.000
			industrial	

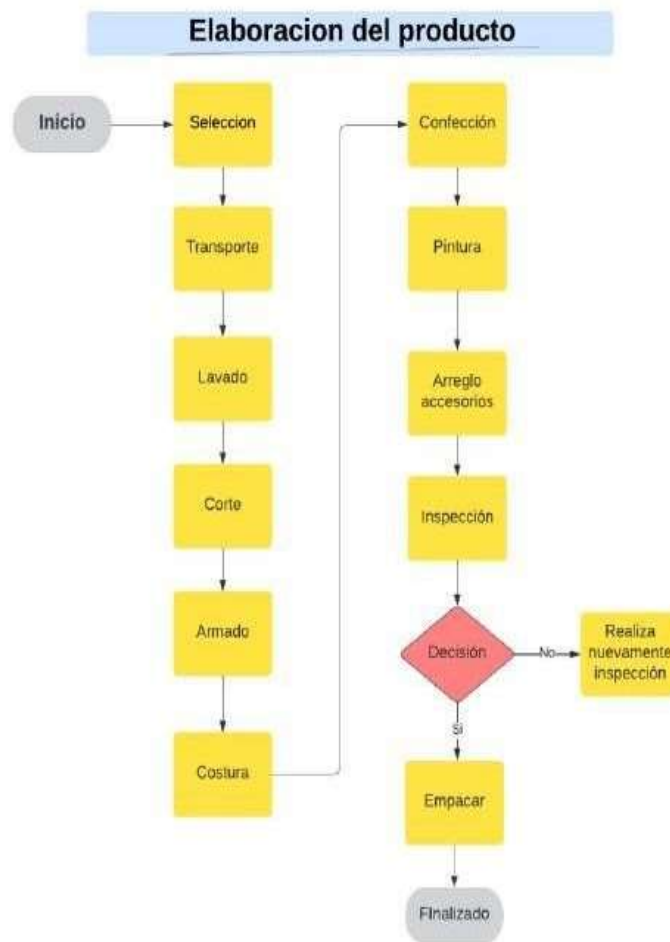


Cortador	1	UND	\$5.000.00	\$5.000.000
de llantas			0	



Total: \$10.170.000

Figura 13 Diagrama de flujo



Fuente: Elaboración propia

Explicación del diagrama de flujo:

Inicio

Selección: Como primer paso se seleccionó las llantas más adecuadas para el tipo de mueble que se vaya a fabricar, y que cumpla con las condiciones para la elaboración del producto

Transporte: Como segundo paso se procede a transportar las llantas seleccionadas a la planta de procesamiento

Lavado: Como tercer paso se procede a lavar las llantas con una hidro lavadora a presión ydetergente industrial

Corte: Como cuarto paso se procede a cortar las llantas según el diseño de la pieza a procesar

Armado: Como quinto paso se procede a armar cada una de las piezas hasta formar la estructuradeseada

Coser: Como sexto paso se procede a coser las piezas con hilo tornillos y puntillas

Confección: Como séptimo paso se procede a detallar las uniones con tornillos

Pintar: Como octavo paso se procede a pintar la estructura formada con los colores dados por elcliente

Accesorios: como noveno paso se procede a colocar los accesorios para la decoración delproducto

Inspección: como decimos pasó se realiza una inspección de los detalles tomando la decisión si se aprueba o no el producto haciendo una revisión minuciosa para detectar defectos o aprobarsepara su entrega

Misión

La empresa ECO-TIRE tiene el compromiso y la disposición de ser un agente de cambio enfocado en el reciclaje de llantas ubicado en Valle de Tenza, generando empleo y creandonegocios rentables para el desarrollo sostenible de la comunidad teniendo en cuenta el compromiso con el medio ambiente.

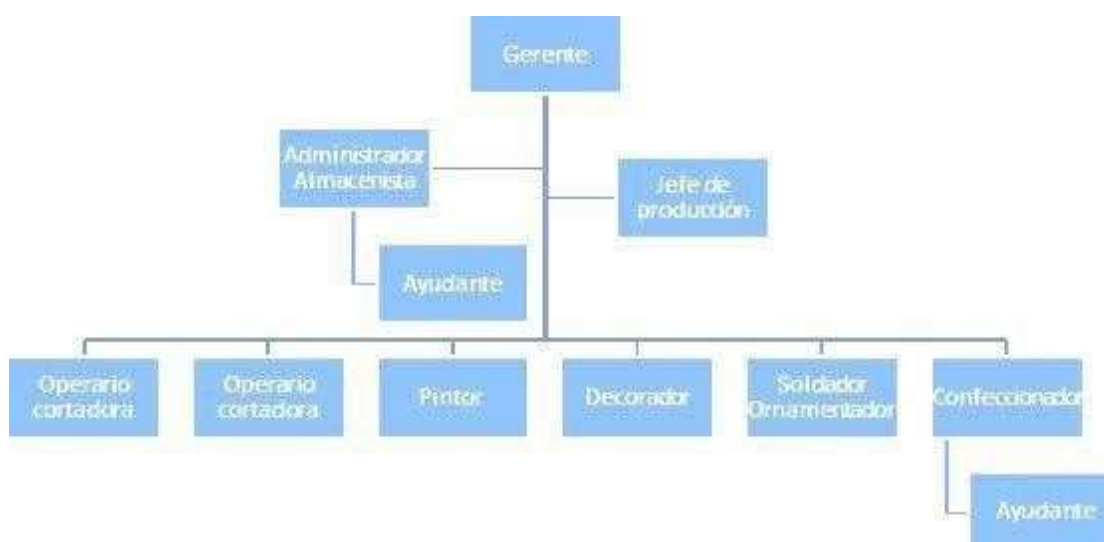
Visión

La empresa ECO-TIRE tiene como visión ser reconocido a nivel nacional como especialista en gestión del desarrollo sostenible por medio del reciclaje de llantas que ya cumplieron su vida útil, logrando generar conciencia en la comunidad y ayudando al medio ambiente al crear nuevas alternativas de cuidado ambiental.

Descripción de cargos y presentación del organigrama

En la empresa ECO-TIRE se establece un organigrama adecuado con el personal idóneo y capacitado para la producción y creación de los productos a ofrecer.

Figura 14: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Descripción de cargos

Cargo	Funciones
Gerente	Direccionar estratégicamente la empresa, proponer estrategias de mercadeo, direccionamiento comercial, proponer objetivos principales de la empresa, aprobación de inversiones y autorización de los gastos

Administrador almacenista	Se encarga de liderar el control de los gastos el pago de salarios la entrega de los materiales y el despacho de estos y asistiendo al gerente en las labores que se necesiten
Auxiliar 1	Se encarga de ayudar en la organización de los productos terminados y el lavado de las llantas
Auxiliar 2	Se encarga de asistir al soldador o al confeccionador para realizar las labores de aseo en la planta de producción
Jefe de producción	Se encarga de controlar los procesos productivos y manejar la solicitud de materiales efectiva y oportunamente
Operario de cortadora y cosedora	Se encarga de realizar los cortes a las llantas y costuras de las partes de las piezas
Pintor	Se encarga de pintar las partes terminadas según las indicaciones del jefe de producción
Soldador	Se encarga de la soldadura y armado de las secciones para formar la estructura final del producto
Confeccionador	Se encarga de confeccionar las partes del producto y la instalación de los accesorios

Tabla 9 Descripción de equipos de oficina

Ítem	Insumo	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total
1	Impresora	1	UND	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
2	Computador	1	UND	\$500.000	\$500.000
3	Papelería	10	Redma	\$15.000	\$150.000
4	Escritorio y silla	1	UND	\$750.000	\$750.000
5	Cafetera	1	UND	\$100.000	\$100.000

TOTAL \$3.100.000

Procesos preoperativos

La empresa ECO-TIRE será de tipo sociedad por acciones simplificada, es una sociedad comercial que por su forma puede emitir acciones y otras modalidades de valores mobiliarios, donde la responsabilidad de los asociados es limitada al monto de sus aportes (acciones).

Se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

Tipo de empresa: Sociedad por Acciones Simplificada.

Estatutos de la Empresa:

De acuerdo con el contenido de los estatutos de una empresa, estos deberán responder al óptimo funcionamiento de las consideraciones acordadas entre accionistas. Para el proceso de redactar los acuerdos es imprescindible contar con lo siguiente:

La denominación de la sociedad.

La duración de la sociedad.

El objeto social que va a tener la empresa.

El domicilio de la sociedad.

La fecha en que empezarán sus operaciones.

Las acciones que tendrán.

El capital social que va a contener.

La estructura legal ante las instancias gubernamentales.

La adopción de todos los acuerdos.

Figura 15: Registro ante la DIAN

DIAN		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		MUSCA		001	
2. Concepto <input type="checkbox"/> Actualización				4. Número de formulario			
5. Número de identificación Tributaria (NIT):				14. Buzón electrónico:			
IDENTIFICACION							
34. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión legítima		35. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía		36. Número de identificación:		37. Fecha expedición:	
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Atlántico		40. Ciudad/Municipio: Barranquilla		41. Dirección principal:	
31. Primer apellido:		32. Segundo apellido:		33. Primer nombre:		34. Otro nombre:	
35. Razón social:		36. Nombre comercial:		37. Régimen:			
UBICACION							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Atlántico		40. Ciudad/Municipio: Barranquilla		41. Dirección principal:	
42. Correo electrónico:		43. Apartado aéreo:		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:	

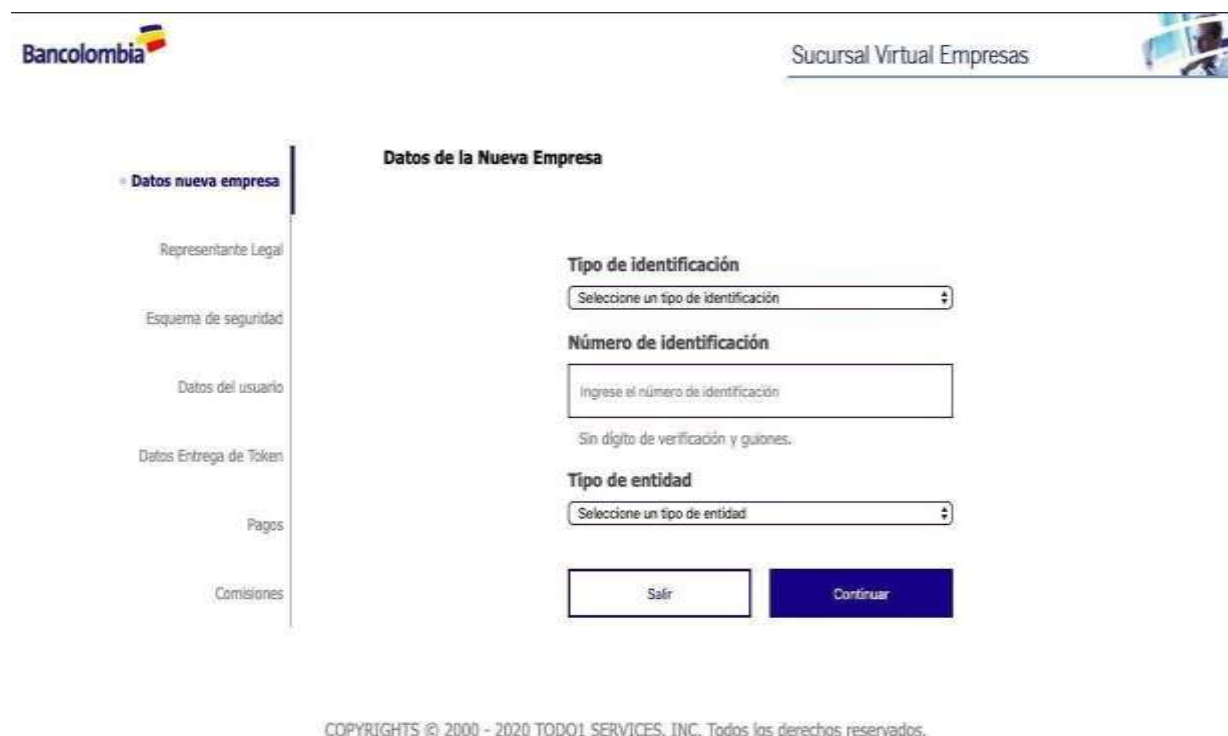
Imagen

El RUT administrado por la DIAN es un mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar los artículos obligatorios administrados por la DIAN y aquellos obligados a hacerlo por las leyes y reglamentos vigentes según lo exija la ley o lo determine la DIAN.

Figura 16: Registro de cámara de comercio

Imagen

Se registra la empresa ECO-TIRE en la cámara de comercio de Tunja. El registro otorgado te convertirá en un profesional de los negocios y así dirigir tu propio negocio.

Figura 17: Cuenta Bancaria Empresarial

The screenshot shows the 'Datos de la Nueva Empresa' (New Business Data) form on the Bancolombia Sucursal Virtual Empresas website. The page includes the Bancolombia logo and a navigation menu on the left with options: 'Datos nueva empresa', 'Representante Legal', 'Esquema de seguridad', 'Datos del usuario', 'Datos Entrega de Token', 'Pagos', and 'Comisiones'. The main form area contains the following fields:

- Tipo de identificación:** A dropdown menu with the placeholder text 'Seleccione un tipo de identificación'.
- Número de identificación:** A text input field with the placeholder text 'Ingrese el número de identificación' and a note below it: 'Sin dígito de verificación y guiones.'
- Tipo de entidad:** A dropdown menu with the placeholder text 'Seleccione un tipo de entidad'.

At the bottom of the form are two buttons: 'Salir' (white) and 'Continuar' (blue).

COPYRIGHTS © 2000 - 2020 TODO1 SERVICES, INC. Todos los derechos reservados.

Imagen

Se crea una cuenta empresarial en el banco Bancolombia. Con la cual se tendrán los siguientes beneficios:

Enviar giros o transferencias al exterior de rentas obtenidas en Colombia.

Realizar consignaciones locales y nacionales en efectivo y/o cheque.

Trasladar fondos entre cuentas y realizar pagos de cartera y tarjetas de crédito empresariales.

Programar débito automático para pagar créditos corporativos, crediágil, tarjeta de crédito y pagos preautorizados.

Solicitud de Facturación a la DIAN:

Se realiza la solicitud de facturación por medio de la página de la DIAN, con lo cual debe tener:

NIT de la empresa

El Documento de identidad del representante legal

Token para firma electrónica.

Vinculación de la empresa en el Sistema de Seguridad Social:

Para realizar los trámites, los empresarios deben registrarse en el portal Mi Seguridad Social, para lo cual deben ingresar sus datos básicos de identificación. Una vez obtenido el registro podrá gestionar los trámites que requiera con el rol Empleador

Financiamiento:

Se solicitará un crédito comercial con el banco Bancolombia para el financiamiento de la inversión inicial de la empresa.

Microcrédito

Son la puerta de entrada para crecer en el mundo de los negocios y poder seguir dando vida a tus sueños. Una alternativa de financiación para microempresarios independientes, que te presta desde 1 SMMLV hasta 120 SMMLV, lo ideal para la inversión inicial para la creación de la empresa.

Localización, descripción del ámbito territorial

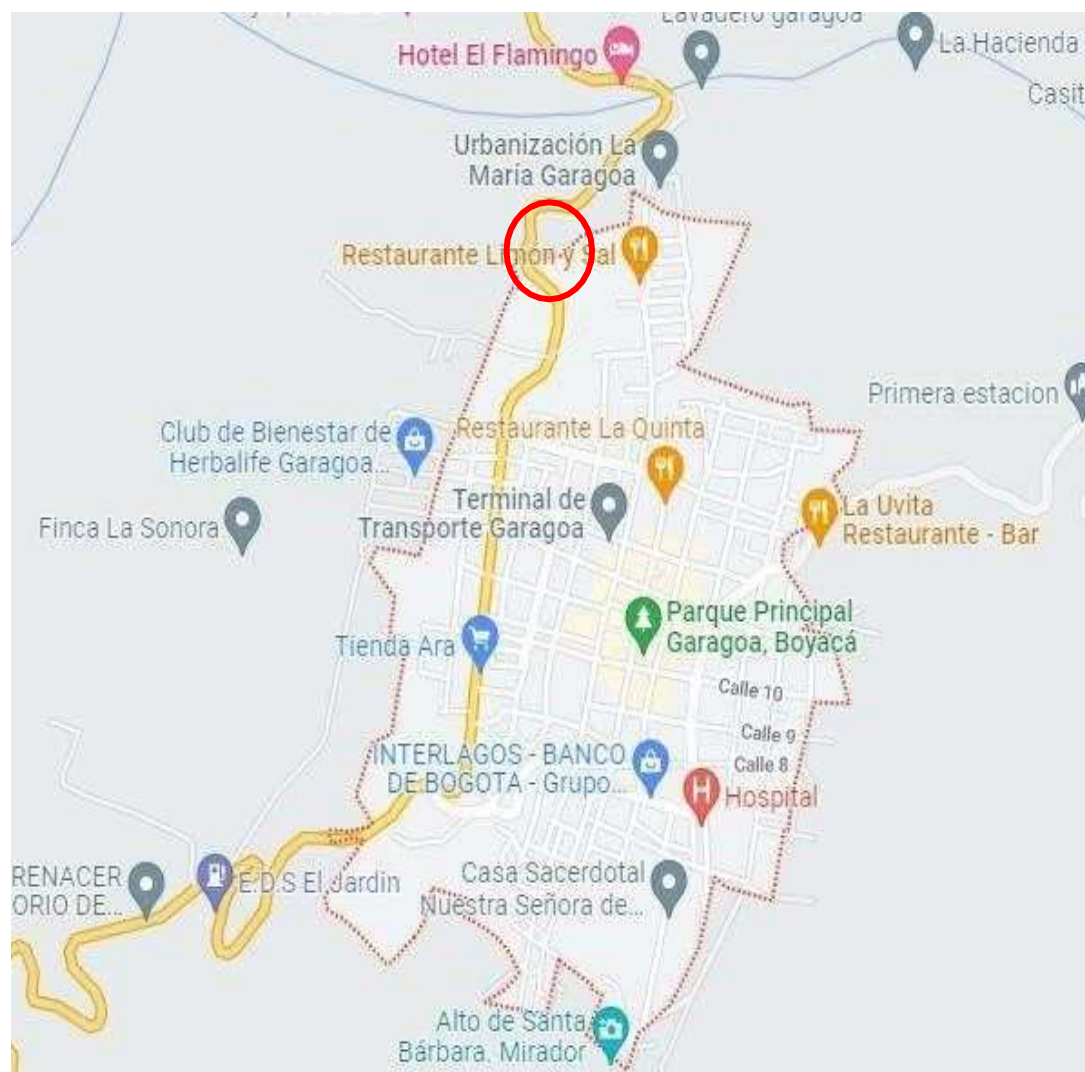
La empresa estará ubicada en la región del Valle de Tenza. La región está conformada por los municipios de Tibirita, Machetá y Manta en Cundinamarca; Guateque, Guayata, Somondoco, Tenza, Sutatenza, Almeida, Chivor y La Capilla en la provincia boyacense de Oriente; y Garagoa, Chinavita, Macanal, Pachavita, San Luís de Gaceno y Santa María de la provincia boyacense de Neira. El Valle de Tenza tiene una población aproximada de más de 80.000 habitantes, que es un municipio colombiano del departamento de Boyacá, situado en el centro-oriente de Colombia, en la región del Valle de Tenza. Está situado a unos 83 kilómetros de la ciudad de Tunja. Se ubica en la Provincia del Oriente. El municipio limita por el norte con La Capilla y Pachavita, al occidente con el departamento de Cundinamarca, al sur con Sutatenza, al oriente con Garagoa. El municipio en donde se ubicará la empresa será en Garagoa ya que es uno de los municipios con más habitantes del departamento contando con 16.195 habitantes.

Figura 18 Mapa de Valle de Tenza



[Imagen](#)

Figura 19 Mapa de ubicación del municipio de Garagoa



Se cuentan con vías de acceso hacia el norte y el occidente, permitiendo el acceso de clientes y su proximidad, así mismo el costo de los espacios es económico y seguro, contando con una disponibilidad de espacios muy accesible.

Proyección de ventas

La proyección de ventas de la empresa Eco- tire permite analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

Tabla 10: *Cálculo de la demanda*

Población objetivo	16.000 habitantes
Consumo promedio mensual	3 productos
Total, consumo	48.000
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	95%
Total, demanda potencial	48.000

Tabla 11: *Proyecciones de ventas*

Mes	Año 1		Año 2		Año 3	
	Unidades	Vlr venta	Unidades	Vlr venta	Unidades	Vlr venta
Enero	50	35.290.000	55	39.652.250	60	44.100.000
Febrero	55	38.819.000	65	46.861.750	75	55.125.000
Marzo	58	40.936.400	75	54.071.250	80	58.800.000
Abril	60	42.348.000	80	57.676.000	85	62.475.000
Mayo	65	45.877.000	86	62.001.700	90	66.150.000
Junio	62	43.759.600	95	68.490.250	98	72.030.000
Julio	70	49.406.000	98	70.653.100	110	80.850.000
Agosto	75	52.935.000	100	72.095.000	111	81.585.000
Septiembre	82	57.875.600	116	83.630.000	115	84.525.000
Octubre	90	63.522.000	119	85.793.050	118	86.730.000
Noviembre	98	69.168.400	115	82.909.250	116	85.260.000
Diciembre	110	77.638.000	120	86.514.000	120	88.200.000

Precio producto año 1: 705.800

Precio producto año 2: 720.950

Precio producto año 3: 735.000

Proyección financiera a tres años

Según los costos de producción que se proyectaron mensualmente, en esta ocasión se presenta la proyección de 3 años la cual indica qué se debe tener una venta mínima de 50 unidades mensuales de acuerdo con el precio de venta, en donde la venta mínima son 35.290.000, teniendo en cuenta que la producción mensual supera esta cifra se tiene un estimado de producir 5 unidades diarias con 30 días de trabajo al mes, en el ejercicio se realiza un cálculo aleatorio con un mínimo de 50 unidades y un máximo de 120, teniendo un total aproximado de 150 unidades producidas al mes, lo cual permite abastecer una cantidad mínima proyectada al mes, incrementando el precio de venta a un 7%.

Tabla 12: *Precios de venta*

Producto	Precio Por Unidad	Imagen
Materas en forma de animal	\$ 400.000.00	

Materas pequeñas \$ 120.000,00



Materas decoradas \$ 350.000,00



Juego de comedor \$ 3.500.000,00



Juego de sala \$ 4.500.000,00



Puf con espuma \$ 300.000,00



Tabla 13: *Punto de equilibrio*

		Año 1
Total, costos fijos	Gastos de personal, valor de arriendo servicios	\$ 30.000.000
Total, costos variables	Materias primas	\$50.000.000
Número de unidades	9 unidades	108 unidades
Costo total promedio unitario	705.800	\$ 76.226.400
Costo promedio unitario	490.000	\$ 52.920.000
Costo variable unitario	200.000	\$ 2.160.000
Precio de venta sin IVA	705.800	\$ 76.226.400
Precio de venta con IVA	839.800	\$ 90.698.400
Margen de utilidad promedio	12%	\$ 67.756.800 96 unidades
Punto de equilibrio en unidades	12%	

Tabla 14: *Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)*

Ventas esperadas miles						
	E	F	M	A	M	JN
Total, ventas	35.290.000	38.819.000	40.936.400	42.348.000	45.877.000	43.759.300
Descuentos por ventas	0	0	0	0	0	0
Ventas netas % de ventas a contado % de ventas a crédito	80%	70%	75%	80%	90%	95%
	20%	30%	25%	20%	10%	5%

Ventas esperadas miles						
	JL	AG	SP	OC	NOV	DC
Total, ventas	49.406.000	52.935.000	57.875.400	63.522.000	69.168.400	77.638.000
Descuentos por ventas	0	0	0	0	0	0
Ventas netas	49.406.000	52.935.000	57.875.400	63.522.000	69.168.400	77.638.000
% de ventas a contado	80%	90%	70%	85%	90%	95%
% de ventas a crédito	20%	10%	30%	15%	10%	5%

Tabla 15: *Proyecciones de ingresos por ventas*

	Año 1
Total, ventas	617.575.000
Descuentos por ventas	0
Ventas netas	617.575.000
% de ventas a contado	85%

% de ventas a crédito

15%

Capital de trabajo

Una vez se pone en marcha un proyecto, se presenta diferencia de tiempo de producción, venta y cobro que hace que la empresa no siempre se empieza a recibir dinero desde su apertura, sin embargo, se necesitan recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un flujo de caja, que permita solventarlos, contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes.

Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

Remuneraciones del personal, materias primas e insumos, agua, electricidad, alquiler local, teléfono, internet, seguros, comisiones, publicidad, entre otros.

El capital de trabajo se determina elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

Flujo mensual acumulado	19.092.000	19.092.000	19.092.000	19.092.000	19.092.000	19.092.000
--------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Tabla 18: *Saldos acumulados*

	JL	AG	SP	OC	NOV	DC
Flujo mensual	1.591.000	1.591.000	1.591.000	1.591.000	1.591.000	1.591.000
Flujo mensual acumulado	19.092.000	19.092.000	19.092.000	19.092.000	19.092.000	19.092.000

Inversiones

La inversión inicial, describe todos aquellos conceptos que incluyen este rubro.

Tabla 19: *Inversión total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$10.170.000
	Equipo de oficina	\$5.000,000
	Terrenos	\$0
Instalaciones y puesta en marcha	Muebles y enseres Equipo de transporte	\$5.000.000
	Estudios de investigación	\$2.000.000
	Adecuación del local o espacio de producción	\$5.000.000
	Gastos legales de constitución	\$3.000.000
	Marketing	\$10.000.000
	Arriendo	\$2.000.000
	Sueldos	\$16.463.976
Capital de trabajo		\$180.000.000
Total		\$40.300.000

Fuentes de capital de inversión:

Las fuentes de capital de inversión se conforman de la siguiente manera para su correcta operación activos fijos, instalaciones y puestas en marcha, contando con un capital propio.

Información adicional

Tabla 20: *Proyección operativa*

Proyección Operativa Eco -Tire				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
	\$			
Gastos de Marketing	10.000.000	\$18.480.387	\$21.112.482	\$18.468.269
Incremento Gastos de Personal			10,00%	10,00%
	\$			
Gastos de Personal	16.463.976	\$32.634.872	\$35.898.359	\$39.488.195
	\$			
Gastos de Mantenimiento	15.566.024	\$9.367.401	\$11.450.408	\$8.941.158
	\$			
Gastos Generales	3.100.000	\$15.159.668	\$16.653.365	\$18.880.266
	\$			
Total, Gastos	45.130.000	\$75.642.328	\$85.114.614	\$85.777.888
	-\$			
<u>EBITDA</u>	<u>45.130.000</u>	<u>\$37.490.233</u>	<u>\$35.469.944</u>	<u>\$42.725.709</u>

Análisis:

Para el año muerto o año cero el gasto operativo está proyectado a \$45.130.000, para los años 1 se genera una reducción en promedio del 15% en el gasto de mantenimiento y a partir del año 2 un incremento del 10% en Gastos de Personal, Gastos de mantenimiento, gastos generales etc.

Tabla 21: *Indicadores de proyección operativa*

Indicadores de evaluación financiera Eco - Tire				
Valor Presente FCL	-\$222.130.000	\$38.235.885	\$3.377.310	\$198.946.331
TMRR (Tasa de Descuento)	15%			
	Con Función		Con Fórmula	
VPN	(\$55.517.231)	2,04%	\$18.429.526	4,04%
TIR	3,04%	\$5.824.956	3,06%	-\$5.610.603
VAUE	\$ 24.315.268,18		\$8.071.708	
IR			1,08	
PRI			2,02	
PRI DESCONTADO			< 2 años	

Análisis:

Según los indicadores de la evaluación Financiera este proyecto genera una rentabilidad del 3,04% anual, adicional el VAUE indica que adicional de que se está pagando un crédito, se está sosteniendo la empresa, y recogiendo la inversión genera una rentabilidad adicional de \$24.315.268 millones de pesos anuales, a través del PRI DESCONTADO indica que en menos de dos años se está recuperando la inversión inicial.

Conclusiones

Con la realización de esta actividad se logró proyectar los recursos operativos y financieros de la empresa ECO-TIRE necesarios para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento social.

En el desarrollo de esta actividad se evidencia que, para realizar un buen desarrollo del proyecto, el identificar los segmentos permite determinar que enfoque debe tener la compañía ECO-TIRE

La proyección de los recursos es importante para poner en marcha nuestra empresa ECO-TIRE porque nos permite tomar decisiones de inversión o financiamiento del negocio para poder conformar el modelo financiero.

Identificamos las fuentes de capital de inversión y las opciones de inyección de dinero necesario para el inicio de la operación, así como el organigrama de personal necesario y la descripción de los equipos necesarios.

Referencias:

Giraldo Oliveros, M. (Il.), Juliao Esparragoza, D. (Il.) & Acevedo Navas, C. (2017). [*Gerencia de marketing*](#). Ecoe Ediciones.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439>

Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). [*Marketing: una versión gráfica*](#). Universidad del Norte.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>

Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (Il.) & Vicente Díaz, M. (Coord.). (2021). [*Marketing para abogados*](#). Wolters Kluwer España.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778>

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). [*Marketing en redes sociales*](#). Difusora Larousse - Anaya Multimedia.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>

Sánchez de Puerta, P. (2019). [*Fundamentos del plan de marketing en marketing*](#). COMM025PO.

IC Editorial. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>