

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se va a dedicar a la
producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en
el distrito de Turbo- Antioquia.**

Autor

Yira Dariana Rodríguez Montoya

Asesor

Bianey Castro Peñaloza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

2024

Dedicatoria

A mis padres, porque me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad, ni desfallecer en el intento. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho en mí, a lo largo de mi vida.

A mis familiares, amigos y maestros que han sido pieza fundamental en el desarrollo de mi persona y mi formación profesional.

A todas aquellas personas que luchan por alcanzar sus sueños y son exitosas para un país con posibilidades de progreso, con seres humanos capaces y cada vez mejores.

A Dios por ser mi estimulación constante, hacia la superación por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado la vida para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Agradecimientos

Con toda gratitud a todos los habitantes del Distrito Turístico de Turbo; especialmente a la comunidad de recicladores; por facilitarme el acercamiento a sus labores para lograr el éxito de este estudio.

En primer lugar, le agradece a Dios, por la ayuda para terminar los estudios académicos, y gracias por las fuerzas recibidas y el carácter regio necesario para hacer realidad la culminación del trabajo de grado.

A mi familia, particularmente a mis padres que dieron todo lo que tenían para sacarme adelante a y no contentos con eso siguen esforzándose cada día por hacerme feliz, en cada momento.

A los docentes universitarios y a los asesores, aprovecho para agradecerles su ejemplo de servicio y constancia, porque se han preocupado por mi crecimiento intelectual y académico, gracias por su apoyo. Gracias porque con ustedes se encontró la información sobre el mismo, a la facultad de Administración de empresas de la “UNAD” y a sus directivos les agradezco grandemente por la oportunidad de realizarlo y haber obtenido una experiencia más en mi ambiente de aprendizaje, espero muy buenos resultados del mismo y que sea el mejor.

Resumen

Este trabajo da a conocer el “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia”., tiene como Objetivo General; realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia. La metodología implementada en cuanto al tipo investigación fue del tipo cualitativa, que según el autor Monje, (2011), manifiesta que: El investigador induce las propiedades del problema estudiado a partir de la forma como “orientan e interpretan su mundo los individuos que se desenvuelven en la realidad que examinan” (p.14). como resultados en las Conclusiones financieras; el **valor presente neto** esperado por este proyecto con una tasa de descuento del **15%**, **\$ 10.744.696,65** y en un periodo de 5 años; la tasa interna de retorno que muestra este proyecto es de **22%** de rentabilidad (Anexo 3. Estudio financiero en Excel. La TIR aceptable puede ser como máximo en 60% para proyectos reales. La TIR indica rentabilidad financiera cuando es mayor a la tasa de descuento o tasa de oportunidad y Flujo de caja el flujo de caja es POSITIVO. La inversión se recuperará en el segundo año de inicio del proyecto, en resumen, es un proyecto rentable y que augura muchos éxitos en el futuro próximo.

Palabras claves: Reciclaje, artesanías, estudio de factibilidad, viabilidad y evaluación financiera

Abstract

His work discloses the "Feasibility study for the creation of a company that is going to dedicate itself to the production and commercialization of allegorical handicrafts from recyclable materials in the Turbo-Antioquia district". Its General Objective; carry out a feasibility study for the creation of a company that will be dedicated to the production and commercialization of allegorical handicrafts from recyclable materials in the district of Turbo-Antioquia. The methodology implemented in terms of the type of research was of the qualitative type, which according to the author Monje, (2011), states that: The researcher induces the properties of the problem studied from the way in which "individuals who operate in the reality they examine guide and interpret their world" (p.14). as results in the Financial Conclusions; the net present value expected for this project with a discount rate of 15%, \$10,744,696.65 and in a period of 5 years; The internal rate of return shown by this project is 22% profitability. The acceptable IRR can be at most 60% for real projects. The IRR indicates financial profitability when it is greater than the discount rate or opportunity rate and Cash Flow the cash flow is POSITIVE. The investment will be recovered in the second year of the start of the project, in short, it is a profitable project that promises many successes in the near future.

Keywords: Recycling, handicrafts, pre-feasibility study, feasibility and financial evaluation

Tabla de Contenido

Introducción	18
Justificación.....	22
Determinación de la Investigación Nivel 1.....	25
Planteamiento del Problema	25
Formulación Del Problema.....	27
Objetivos	29
Objetivo General.....	29
Objetivo Específicos	29
Marco de Referencial.....	30
Marco Teórico.....	30
Marco Conceptual.....	32
Marco Temporal.....	42
Marco Espacial.....	42
Marco Legal	44
Diseño Metodológico.....	48
Tipo de Estudio:.....	48
Método de Investigación:.....	48
Población y Muestra	48
Fuentes y Técnicas para Recolección de la Información.....	49

Fuentes Primarias	49
Fuentes Secundarias	49
Método De Muestreo	49
Técnicas de Recolección de Información.	51
Tratamiento de la Información.....	51
Presentación de la Información.....	52
Aplicación de Encuesta.....	52
Cronograma de la Investigación	52
Presupuesto de la Investigación	54
Aspectos Generales del Entorno Socioeconómico Nivel 2.....	55
Entorno Socioeconómico	55
Diagnóstico del Sector Económico de Turbo	55
Diagnostico Sector de Artesanías en Urabá-Antioquia.....	58
Diagnostico Empresarial.....	58
Matriz PESTEL.....	58
Matriz FODA	63
Análisis y Evaluación de Impactos Socioeconómicos.....	65
Creación de Empleo.....	65
Crecimiento de la Economía de Turbo.	66
Interacción Entre Organizaciones	66

Reducir la Contaminación Ambiental.....	66
Planes y programas del aspecto Socioeconómico:.....	67
Estudio de Mercado Nivel 3	69
Identificación del Producto.....	69
Análisis de la Demanda	70
Distribución Geográfica del Mercado de Consumo.....	77
Comportamiento Histórico de la Demanda.....	79
Demanda Actual.....	80
Proyección de la Demanda.....	81
Demanda Insatisfecha	82
Análisis de la Oferta.....	84
Características de los Principales Competidores.	84
Tipo de Mercado	85
Análisis de Proveedores y Régimen de Mercado de Insumos.	85
Proyección de la Oferta (histórico – actual y futuro).....	86
Análisis de Precios	87
Determinación del Precio Promedio	87
Análisis Histórico y Proyección de Precios	90
Comercialización y Distribución del Servicio o Producto.....	90
Análisis se las Ventajas y Desventajas de los Canales Existentes.....	91

Descripción Operativa del Canal de Comercialización Seleccionado	92
Mecanismos de Promoción y Publicidad	93
Estudio Técnico Nivel 4	95
Tamaño del Proyecto.	95
Capacidad del Proyecto.....	95
Capacidad total Diseñada.....	96
Análisis de los Principales Factores Condicionales del Tamaño Del Proyecto	97
Programa de comercialización	99
Productos a Comercializar:	99
Clientes Objetivos:	99
Estrategias de Marketing Digital.	100
Programación de la Estimación de Ventas.....	100
Conclusión Sobre el Tamaño de la Planta (o del local)	106
Localización del Proyecto.....	107
Macro Localización	107
Micro Localización	109
Ingeniería del Proyecto	113
Descripción Técnica del Producto o Servicio	114
Diagnóstico empresarial.....	118
Gestión de Proveedores.....	121

Elaboración de las Artesanías.	122
Análisis del Proceso de Producción (del bien o servicio) – Diagrama de flujo.....	125
Proceso de Recepción de Materia Prima.....	125
Listado de Equipos, Maquinaria, Herramientas, Muebles, Enseres para la Operación .	129
Descripción de las Materias Primas e Insumos.....	130
Distribución de Planta (o de las diferentes áreas en el local - Aproximación).....	131
Estudio Organizacional Nivel 5	134
Organización de la Empresa	134
Logo. 134	
Base Filosófica.....	135
Estructura del Organigrama	137
Manual de Funciones	138
Estructura Funcional.	138
Necesidad Mano de Obra.....	138
Aspectos Legales	143
Constitución Formal de la Empresa.....	143
Obligaciones Tributarias.....	143
Marco legal Institucional (financiero, ambiental, comercio exterior, etc.).....	145
Normas Jurídicas.....	145
Contratación (laboral, con proveedores, ejecución de la inversión, etc.)	149

Aspectos Ambientales.....	151
Residuos Sólidos. Guía para la Separación en la Fuente	151
Estudio Financiero Nivel 6	155
Presupuesto de Inversiones	155
Inversiones Fijas	155
Inversiones Diferidas	157
Capital de Trabajo.....	158
Cronograma de Inversiones	159
Gastos Administrativos.....	162
Gastos de Ventas.....	162
Costos Financieros	163
Otros Gastos Administrativos.....	164
Ingresos	166
Fuentes de Financiación.....	166
Programa de Ingresos (Proyecciones de ventas).....	166
Estados Financieros	170
Evaluación Financiera.....	172
Tasa Interna de Retorno (TIR)	174
Análisis de la TIR	174
Relación Costo Beneficio	174

Análisis de la Relación Costo Beneficio.....	175
Conclusiones.....	176
Recomendaciones.....	180
Referencias Bibliográficas.....	182
Apéndices.....	190

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Normas sobre las artesanías en Colombia</i>	44
Tabla 2 <i>Operacionalización de las Variables</i>	47
Tabla 3 <i>Cronograma de la Elaboración del Estudio de Factibilidad</i>	53
Tabla 4 <i>Presupuesto de la Elaboración del Estudio de Factibilidad</i>	54
Tabla 5 <i>Matriz PESTEL</i>	59
Tabla 6 <i>Matriz FODA</i>	63
Tabla 7 <i>Entes Públicos que ayudarán a coadyuvar los programas</i>	67
Tabla 8 <i>Programas de impacto socioeconómico</i>	68
Tabla 9 <i>Productos</i>	69
Tabla 10 <i>Proyección de la demanda de las artesanías “Pisingo”</i>	70
Tabla 11 <i>Proyección de la demanda de las artesanías “Puerto Pisisí”</i>	72
Tabla 12 <i>Proyección de la demanda de las artesanías “Parque la Plazoleta”</i>	73
Tabla 13 <i>Proyección de la demanda de las artesanías “Cangrejo Azul”</i>	75
Tabla 14 <i>Comportamiento histórico de la demanda de artesanías en Colombia</i>	79
Tabla 15 <i>Demanda actual, para el primer año</i>	81
Tabla 16 <i>Proyección de la demanda</i>	81
Tabla 17 <i>Proyección de la oferta futura</i>	87
Tabla 18 <i>Precios de productos de artesanías de otras ciudades</i>	89
Tabla 19 <i>Precios del producto</i>	89
Tabla 20 <i>Proyección de precios</i>	90
Tabla 21 <i>Tamaño del proyecto</i>	97
Tabla 22 <i>Programa comercialización de la artesanía “Pato Pisingo”</i>	100

Tabla 23 Programa de comercialización de las artesanías “Puerto Pisisí”	102
Tabla 24 Programa de comercialización de las artesanías “Parque la Plazoleta”	103
Tabla 25 Programa de ventas de la artesanía “Cangrejo Azul”	104
Tabla 26 Programa de comercialización por año y por producto	106
Tabla 27 Programa de comercialización por año y por producto	120
Tabla 28 Presupuesto para la publicidad	121
Tabla 29 Listado de Equipos, maquinaria, herramientas, muebles, enseres para la operación.	129
Tabla 30 Equipo de Oficina	130
Tabla 31 Mano de obra	138
Tabla 32 Normatividad S.A.S	148
Tabla 33 Inversiones fijas	155
Tabla 34 Servicios y otros	156
Tabla 35 Inversiones diferidas	157
Tabla 36 Capital de trabajo	158
Tabla 37 Cronograma de Inversiones	159
Tabla 38 Mano de obra	161
Tabla 39 Materia prima	162
Tabla 40 Gastos de venta	162
Tabla 41 Costos financieros	163
Tabla 42 Otros gastos administrativos	164
Tabla 43 Presupuesto Total de la inversión	165
Tabla 44 Ingresos, proyecciones de ventas artesanías	166
Tabla 45 Balance general inicial	170

Tabla 46 <i>Pérdidas y Ganancias</i>	171
Tabla 47 <i>Flujo de caja</i>	171
Tabla 48 <i>Valor Presente Neto</i>	172

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Fórmula para Definir la Muestra</i>	50
Figura 2 <i>Muelle turístico</i>	77
Figura 3 <i>Plazoleta del Pescador</i>	78
Figura 4 <i>Comportamiento histórico de la Oferta de artesanías en Colombia</i>	87
Figura 5 <i>Canal de distribución directo</i>	91
Figura 6 <i>Macro localización (Urabá)</i>	109
Figura 7 <i>Micro localización (Turbo, Antioquia)</i>	110
Figura 8 <i>Muelle turístico de Turbo</i>	111
Figura 9 <i>Plazoleta del pescador</i>	112
Figura 10 <i>Ingeniería del estudio</i>	113
Figura 11 <i>Artesanías</i>	114
Figura 12 <i>Proceso de elaboración de artesanías</i>	125
Figura 13 <i>Proceso de almacenamiento</i>	126
Figura 14 <i>Proceso de servicio</i>	127
Figura 15 <i>Distribución de la planta</i>	132
Figura 16 <i>Logo</i>	134
Figura 17 <i>Organigrama</i>	137
Figura 18 <i>¿De qué municipio eres?</i>	199
Figura 19 <i>¿Tiene conocimiento sobre el reciclaje?</i>	200
Figura 20 <i>¿Conoce la ley de las 3R?</i>	201
Figura 21 <i>¿Usted practica la cultura de reciclaje?</i>	202
Figura 22 <i>¿Hace cuánto tiempo se dedica al reciclaje?</i>	203

Figura 23 <i>¿Con qué frecuencia recicla?</i>	204
Figura 24 <i>¿Considera usted, que es importante el reciclar?</i>	205
Figura 25 <i>¿Qué tipo de residuos le gusta recolectar?</i>	206
Figura 26 <i>¿Obtiene algún beneficio económico por reciclar?</i>	207
Figura 27 <i>¿Cuál es el residuo que más botas?</i>	208
Figura 28 <i>¿Considera que los residuos sólidos son un problema para el municipio?</i>	209
Figura 29 <i>¿Cree usted pertinente la educación en tema del reciclaje?</i>	210
Figura 30 <i>¿Conoce en la región empresas que reciclen?</i>	211
Figura 31 <i>¿En cuál de los municipios de Urabá, se encuentra ubicada la empresa?</i>	212
Figura 32 <i>¿Le gustaría tener una planta de reciclaje en el municipio de Turbo?</i>	213
Figura 33 <i>¿Reciclaría plástico y vidrio, para contribuir a la futura empresa?</i>	214
Figura 34 <i>¿Reciclaría productos a base de vidrio y plástico a cambio de cupones de descuentos?</i>	215
Figura 35 <i>¿Compraría productos a base de material reciclable?</i>	216
Figura 36 <i>¿Cuál es la red social que usas con mayor frecuencia?</i>	217
Figura 37 <i>¿Cuál es el medio donde ve más publicidad acerca del reciclaje?</i>	218

Introducción

Este trabajo da a conocer el “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia”. Objetivo General; realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia. La metodología implementada en cuanto al tipo investigación fue del tipo cualitativa, que según el autor Monje, (2011), manifiesta que: El investigador induce las propiedades del problema estudiado a partir de la forma como “orientan e interpretan su mundo los individuos que se desenvuelven en la realidad que examinan” (p.14). Este trabajo tiene importancia a la medida que da conocer la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia, tiene una contribución relevante en factores relacionados con el desarrollo social económico de la comunidad recicladora y la reactivación de nuevas empresas de artesanías; ya que los resultados y conclusiones dan a conocer hallazgos que sirven para realizar nuevas y posteriores investigaciones en el área de Administración de Empresas en referencia a las Pymes; que aportan conocimiento científico sobre el tema expuesto, y las recomendaciones que pueden orientar una accionar para mejorar en el emprendimiento social a partir del reciclaje. El trabajo busca dar respuesta a la pregunta. ¿Tiene viabilidad, la creación de una empresa de producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia? En última instancia, en cuanto a la investigación del estudio de factibilidad, de su importancia de sus implicaciones, así como de la manera en que

se ha creído conveniente abordar el estudio de sus diferentes elementos, se tiene que: El valor presente neto esperado por este proyecto con una tasa de descuento del 15%, \$ 10.744.696,65 y en un periodo de 5 años. 2. La tasa interna de retorno que muestra este proyecto es de 22% de rentabilidad. La TIR aceptable puede ser como máximo en 60% para proyectos reales. La TIR indica rentabilidad financiera cuando es mayor a la tasa de descuento o tasa de oportunidad. 3. Flujo de caja, se proyecta una utilidad neta de: Año 1, (12.273.265); Año 2, (157.667.796); Año 3, (152.268.027); Año 4, (178.164.159) y Año 5, (169.220.182). Se puede determinar que el flujo de caja es POSITIVO. La inversión se recuperará en el segundo año de inicio del proyecto, en resumen, es un proyecto rentable y que augura muchos éxitos en el futuro próximo (Anexo 3. Estudio financiero en Excel). En cuanto a la viabilidad comercial, se cuenta con un mercado potencial de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos obtenidos del proyecto desarrollado, según la investigación de mercado. Asimismo, existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto del sistema. De otro lado, la Viabilidad Técnica y operativa, Este proyecto tiene viabilidad técnica, es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente porque existen las condiciones de seguridad con la tecnología disponible para ello, pues los procesos operativos son muy sencillos, se cuenta con la experiencia técnica para desarrollarlos, se conoce a fondo la materia prima y se conoce la maquinaria, equipos. Además, de acuerdo a la Viabilidad legal, en cuanto a la viabilidad legal este proyecto ni infringe ninguna norma, tratado, ley, Decreto, Ordenanza, Acuerdo, Resolución de ninguna índole internacional, nacional, regional, departamental ni municipal, al contrario, para su constitución se basa en leyes colombiana, así: Escogencia del Tipo de sociedad, El tipo de sociedades de responsabilidad será Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S). La responsabilidad de los socios es hasta el monto de sus aportes con el cual se forma el capital social. La administración de la sociedad

corresponde a los socios quienes podrán delegarla a terceros. (LEY 1258 DE 2008y LEY 1449 DE 2010). Como conclusiones se tiene: Mediante el estudio de mercados; en la encuesta (véase apéndice B) se puede evidenciar la disposición por parte de los encuestados para consumir los producto que de ella se creen, dándonos como resultado que el 74,2% estaría dispuesto, el 21,7% estaría muy dispuesto y el 4,1% poco dispuesto; este resultado es muy importante, porque a pesar que no se habló de darles algún beneficio o incentivo, la mayoría expresó su disposición a aportar a la empresa y por ende al medio ambiente. Para la creación de la empresa de identificaron los tramites de tipo legal como son la inscripción ante Cámara y Comercio; mediante la figura de S.A.S.; inscripción de los libros contables. Además, trámite ante Planeación municipal; (Uso de suelos); Industria y comercio entre otros. Se determinó entre las necesidades físicas de tipo técnico como la compra de 1.000 kilos de vidrio y 1.000 kilos de plástico, como materia prima para la elaboración de las artesanías alegóricas; también se identificaron insumos como Pinceles, tijeras, pinturas, seguetas, cortadoras eléctricas, empaques y pegantes. Para el proceso se necesita personal con preparación académica y experiencia en el ramo de las artesanías. Se pudo constatar que el municipio es ideal como lugar o sitio para iniciar la empresa de artesanías alegóricas; por las bondades que tienen esta localidad, como la apertura de los nuevos puertos, el auge del turismo y en cuanto a la estructura administrativa, se determinó la estructura lineal de mando; desde la junta directiva hasta la aseadora de la naciente empresa. El proyecto tiene repercusiones socioeconómicas, ya que crea empleos directos e indirectos, tanto para trabajadores cualificados como no cualificados. El empleo directo estará representado por la contratación de empleados que trabajarán dentro de la empresa y el empleo indirecto está representado por empleados que trabajan para el envío de los productos de clientes, el mantenimiento de equipos y los recicladores independientes del municipio de Turbo. El

proyecto tiene impactos positivos y negativos en el medio ambiente, entre los positivos tenemos: Se reduce la contaminación del mar, ríos y caños del municipio de Turbo, ya que los materiales reciclables serán recuperados y aprovechados, para contrarrestar la problemática que actualmentese está evidenciando. Se reduce el uso del petróleo en la producción de plásticos ya que serán reutilizados para el nuevo proceso productivo. Aumentaría la vida útil de los rellenos sanitario dela región de Urabá, específicamente del municipio de Turbo, gracias a la reutilización de estos residuos (plástico y vidrio). Ahorro de energía y de recursos: Reciclar envases supone un 95 % menos de gasto energético que usar materiales vírgenes. También supone un ahorro del 86 % de agua. En este sentido, en un país con tantos problemas relacionados con los recursos hidrológicoscomo España, el reciclaje de plástico y de otros materiales ha supuesto, desde 1998, el ahorro de más de 400 millones de metros cúbicos de agua dulce. (Plasticosalser, 2021). Dentro de los impactos negativos, tenemos: el ruido generado por la maquinaria para obtener los productos a base de plástico y vidrio, esto será mitigado mediante la implementación de medidas de reducción de ruido y protección auditiva para el personal que trabajará en el proyecto.

Justificación

El estudio de factibilidad de la empresa de artesanías alegóricas, tiene importancia en lo teórico, ya que, busca afianzar los conocimientos adquiridos a lo largo del programa de Administración de Empresas, para aportar en el ámbito empresarial ya que, dicha herramienta da a conocer la factibilidad del mercado, factores relacionados para determinar la demanda y la oferta de una empresa, o sea si un producto o servicio será o no exitoso. También este estudio permite conocer, conceptos de los procesos y elementos de la parte financiera, como los costos, gastos, tanto en el aspecto operativo, administrativo y ventas, ingresos, egresos, indicadores financieros, para en última instancia determinar, si la nueva empresa tiene viabilidad financiera, si da utilidad o no, si se puede invertir en ella o no. Mediante el estudio legal; se afirma los conceptos sobre los requisitos, normas, y procesos en el momento de crear una nueva empresa, conocimientos fundamentales que debe tener un administrador de empresas.

Entre los beneficios prácticos de desarrollar un estudio de factibilidad, está el impulso a que el sector artesanal de la localidad de Turbo, tenga un mayor reconocimiento y posicionamiento a nivel de la Subregión de Urabá, además de contribuir con el desarrollo de las comunidades artesanales para que mejoren su calidad de vida y de esta forma se fortalezca su inserción en la sociedad post pandemia. Además, con la comunidad de recicladores; son impactados de forma positiva tanto en lo comercial, ambiental, económico como en lo sociocultural, la importancia es visualizar nuevas formas de activación económica en el Distrito; desde el ámbito del reciclaje y de las artesanías, y dando una pauta de negocios a los recicladores; que necesita fortalecer sus ingresos. Una vez determinada la viabilidad del estudio de factibilidad, se tiene la plena convicción de que la futura empresa de artesanías alegóricas al

municipio de Turbo - Antioquia, la cual, se direcciona de forma positiva tanto en lo económico, cultural y ambiental, puesto que, no sólo es un modelo de negocio que puede ser innovador y próspero; sino también, que puede tener una connotación de éxito en las otras facetas antes mencionadas. De otro lado, el desempleo en el Distrito de Turbo, según el DANE, (2023), es del 18.88%; con el inicio de la empresa; se pretende abrir nuevos empleos, tanto directos como indirectos, buscando con ello, disminuir en poco los altos niveles de desempleo, que tiene el Distrito Turístico de Turbo. Además, se busca impactar ambientalmente de forma positiva de gran magnitud en el Distrito, puesto que pretende la protección y conservación de la biodiversidad del agua, suelo, flora y fauna a nivel local y que se mantengan las fuentes hídricas libres de contaminación de vidrio y plástico, que será reutilizado en la elaboración de artesanías alegóricas a Turbo.

Este trabajo tiene importancia metodológica, a la medida que da conocer la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia, tiene una contribución relevante en factores relacionados con el desarrollo social económico de la comunidad recicladora y la reactivación de nuevas empresas de artesanías; ya que con la escogencia de una población, un muestra y de la aplicación de un instrumento de recolección de datos, en este caso la encuesta, se determinaron unos los resultados y conclusiones, que dan a conocer hallazgos que sirven para realizar nuevas y posteriores investigaciones en el área de Administración de Empresas en referencia a las Pymes; que aportan conocimiento científico sobre el tema expuesto, y las recomendaciones que pueden orientar una accionar para mejorar en el emprendimiento social a partir del reciclaje.

Además, este estudio de factibilidad; tiene contribución vital en factores relacionados al tema con las pymes y su factibilidad ya que, en primer lugar, los resultados fortalecen el desarrollo de alternativas de emprendimiento social y ambiental; en segundo lugar, fortalecen el proceso administrativo está conformado de cuatro fases principales: planificación, organización, dirección y control, y en tercer lugar, porque los resultados aportan a la ciencia o conocimiento científico, porque son el punto de partida para la realización de otras investigaciones, ya que actualmente existen muy pocos trabajos de investigación sobre el aprovechamiento del vidrio y el plástico en la elaboración de artesanías alegóricas. También el estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia; aporta conocimiento al autor; ya que aporta conocimientos y práctica en el campo del emprendimiento; de la administración de empresas y práctica laboral.

Determinación de la Investigación Nivel 1

Planteamiento del Problema

Con el paso del tiempo, el reciclaje se ha convertido en un elemento fundamental en la sociedad, reutilizando materiales difíciles de eliminar para el medio ambiente y que son nocivos para la naturaleza que nos rodea. El principal problema al que se enfrentan hoy las ciudades y el mundo exterior es la falta de concientización y formación, para adoptar este importante hábito, que nos permita contrarrestar de manera oportuna el daño que poco a poco estamos evidenciando.

Los sinnúmeros de beneficios que se podrían obtener por medios del reciclaje son incalculables para el medio ambiente, la sociedad y la economía, tales como reducir los costos de recolección de residuos, ampliando el ciclo de vida de los rellenos sanitarios.

Actualmente el distrito de Turbo, no cuentan empresas que realicen la labor de reciclaje y la transformación de este para el desarrollo económico del municipio, lo cual, lo ha convertido en un problema latente, ya que todo tipo de basura es arrojada a los caños, ríos, cunetas, solares vacíos y también calles, generando una gran contaminación, y atraso social y cultural.

Social: además de generar una mala imagen del municipio a los turistas y visitantes, estas acciones hacen resaltar la falta de sentido de pertenencia hacia la comunidad y poca conciencia de la importancia del cuidado, protección y preservación del medio ambiente.

Cultural: se considera preocupantes estas acciones deliberadas ya que es así como se está educando a los niños, es este tipo de cultura y costumbres que se les está enseñando lo cual hará que en el futuro el problema sea más difícil de tratar ya que solo esta acción se hará con el fin de recibir una remuneración económica y no por ayudar a mejorar el estado del ambiente.

Ambiental: el desconocimiento de las personas sobre los métodos de recolección de residuos y las buenas prácticas del reciclaje, contribuye aún más a la contaminación del ambiente, ya que se hace de forma deliberada omitiendo la correcta separación de dichos materiales y aumentando así la contaminación del suelo, aire, agua y la propagación de enfermedades y malos olores en la zona

Hoy en día el municipio de Turbo, cuenta con cinco carros recolectores de residuos sólidos, los cuales hacen su recorrido por los diferentes barrios; dos veces a la semana, los habitantes sacan a la puerta de sus casas las “basuras” siendo este el momento justo, utilizado por las personas que ejercen el oficio de separar el material reciclable como el plástico, el cartón, u otros empaques, de igual modo en zonas de mayor comercialización nocturna como bares y discotecas, estos obtienen un gran número de kilos en materiales como latas, plástico, botellas de vidrio, no obstante pervive la problemática expuesta en párrafo anterior, debido a la falta de conciencia ambiental en el manejo y aprovechamiento de los residuos de algunos habitantes del distrito en mención.

Por lo tanto, este proyecto tiene como propósito presentar posibles soluciones a una problemática social relacionada con la organización de las personas en torno a una actividad económica que provea su sustento y el cuidado y la preservación del medio ambiente, a través de un estudio para determinar la viabilidad de crear la Pyme que propenda por organizar y formar

en torno a la actividad del reciclaje y la producción de artesanías alegóricas al distrito, participación de los habitantes de la comunidad, de recicladores del municipio. De esta manera, mitigar las acciones que vayan en contra de la sostenibilidad ambiental del municipio de Turbo, como la sobre carga que se está presentando en los rellenos sanitarios, y contaminación de los ríos y del mar que hacen parte del atractivo de este.

Formulación Del Problema

¿Tiene viabilidad, la creación de una empresa de producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia?

Sistematización Del Problema

- ¿Tiene la empresa de producción y comercialización de artesanías viabilidad de mercado en el municipio de Turbo?
- ¿Cuáles son los trámites de tipo legal y organizacional que se requieren para la creación de una empresa PYME?
- ¿Cuáles son las necesidades físicas de tipo técnico, tecnológico y operativo, para la creación de la nueva empresa?
- ¿Cuál es el análisis situacional y la estructura administrativa del presente estudio de factibilidad?
- ¿Tiene la empresa de producción y comercialización de artesanías viabilidad económica y financiera?

- ¿Cuáles son los recursos monetarios que se necesitan y las fuentes financiación del proyecto? ¿Es viable la rentabilidad del presente estudio?

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia.

Objetivo Específicos

Efectuar un estudio de mercado que permita identificar la necesidad de establecer una empresa, enfocada en la organización y formación del gremio reciclador, para el tratamiento y transformación de los residuos sólidos (plástico y vidrio) y su posterior comercialización como artesanías alegóricas en el municipio de Turbo.

Identificar cuáles son los trámites de tipo legal y organizacional que se requieren para la creación de una empresa PYME.

Determinar las necesidades físicas de tipo técnico, tecnológico y operativo, para la creación de una empresa dedicada al tratamiento y transformación los de residuos sólidos como el plástico y vidrio.

Elaborar el análisis situacional y la estructura administrativa, basándose en el estudio realizado.

Realizar un estudio económico y financiero que determine los recursos monetarios que se necesitan, para la elaboración del proyecto y las posibles fuentes de financiación, además, de su rentabilidad.

Marco de Referencial

Marco Teórico

Según los autores Bonilla & Guillen, (2021), en su “estudio de factibilidad para la creación y estructuración de la empresa “Mistéricos”, en la producción y comercialización de artesanías a base de materiales reciclables en la ciudad de Ibagué Tolima, manifiestan que sobre los Artistas-artesanos:

En el manifiesto modernista (1897) evoca que los bajorrelieves egipcios, los frisos del Partenón, las pinturas de las ánforas griegas, las mismas ánforas, las tallas, tablas y frescos románicos, góticos o renacentistas y multitud de obras realizadas a lo largo de la historia, manifiestan la importancia de la habilidad y la técnica al servicio de las ideas estéticas. Desde un principio, sus autores se caracterizan por un gran dominio del oficio, apreciación que se mantiene a través de la historia, considerándose esto como algo propio de individuos especialmente dotados para las filigranas y virtuosismos manuales. Para los griegos clásicos, no existía una forma diferente o una distinción entre artista o “arte” y artesano o “artesanía”, tampoco tenían vocablos para hacer tal separación (p. 38)

Además, Grecia, arte público, funcional y popular Citando a García (2005): Lo primero que hemos de considerar, es que no obstante por ser una época brillantísima, no todos los templos, ni todas las estatuas griegas resultaron obras de arte, como tampoco cada pieza teatral, ni cualquier vasija o cualquier monumento funerario. En la Grecia clásica, por ejemplo, la cerámica tenía varios cánones y tipos propios que dieron origen a unos característicos prototipos. (...) Sin embargo, zonas enteras en que la calidad fue siempre pobre, como, la de la cerámica del sur de Italia, que se hacía imitando, tal cual, la de Atenas. En este tiempo pasó algo

verdaderamente revolucionario: los escultores, los ceramistas y los pintores, adquirieron el hábito de firmar sus obras. No eran individualistas, eran individuales, porque aceptaban en su tarea disposiciones generales y cánones concretos y solo después exploraban sus posibilidades libremente, utilizando su habilidad, su imaginación y su inventiva. Los ceramistas atenienses sobresalieron pintando las superficies curvas de las ánforas con escenas, a menudo de complicada composición. (p. 39)

De acuerdo al informe de Artesanías de Colombia, (2022), se puede evidenciar el estado de las artesanías, se puede constatar:

En Colombia los grupos étnicos han sido los precursores de esta esfera social y la transmisión de una gran diversidad de saberes asociados a la elaboración de su cultura materializada y sus prácticas tradicionales a través de la fabricación de obras de arte con los recursos que brinda la naturaleza, desde un árbol, la hoja de una planta, barro o arcilla, entre otros; hoy en día las llamamos artesanías como forma de expresión de vida y como herramienta para generar ingresos para sus familias. Para algunas de estas comunidades, la comercialización de las artesanías se ha constituido en la posibilidad de fomentar la supervivencia de su herencia ancestral y de sus economías limitadas. (p.5)

Además, en el mismo sentido, en el informe emitido por Artesanías de Colombia (2022), expresa:

Artesanías de Colombia a través de su Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal consolidó junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el “Programa de fortalecimiento empresarial, productivo y comercial de iniciativas artesanales de grupos étnicos de Colombia”, con el propósito de generar oportunidades de negocio, promover nuevos mercados, así como fortalecer el rescate y reconocimiento de las prácticas productivas propias de

los pueblos étnicos. A lo largo de seis años, esta iniciativa ha logrado fortalecer la labor artesanal de más de 5 mil artesanos de grupos artesanales étnicos, con una extensa cobertura nacional, logrando \$5.108 millones en ingresos directos para las comunidades. El promedio de mejora de la productividad de los grupos vinculados fue del 40,2%, con un desarrollo de 84 líneas de productos bajo la metodología de diseño colaborativo. Los 855 artesanos vinculados, tuvieron una totalidad de ventas de \$1.464 millones, con una tasa de efectividad de sus ventas proyectadas del 33%. (p. 12)

Marco Conceptual

El Reciclaje.

De acuerdo con el autor Roten (2019), “es un proceso donde las materias primas que componen los materiales que usamos en la vida diaria como el papel, vidrio, aluminio, plástico, etc., una vez terminados su ciclo de vida útil, se transforman de nuevo en nuevos materiales”.

De otro lado el mismo autor expone sobre el reciclaje los componentes que hacen parte del proceso:

La Regla de “Las 4r”: Reducir, Reutilizar, Reemplazar, Reciclar

Reducir.

- ✓ Evitar el sobre envasado.
- ✓ Elegir siempre productos con la menor cantidad de embalajes innecesarios y los que utilicen materiales reciclados.
- ✓ Reducir los productos de “usar y tirar”, como el papel aluminio, las bandejas de plástico, los envases tetrabrik....

- ✓ Reducir la utilización de bolsas de plástico en las compras; llevar siempre una de tela o un carrito de compra.
- ✓ Impulsar los procesos de producción limpia. Por ejemplo: reutilizando el papel de regalo.
- ✓ Reducir el uso de plástico en envases, embalajes, juguetes, etc.

Reutilizar.

- ✓ Utilizar envases de vidrio, es 100% reciclable sin perder su calidad. Además, no se necesitan químicos para su elaboración.
- ✓ Al usar el papel para escribir o imprimir, aprovechar las dos caras.
- ✓ También es posible fabricar pequeños blocks de notas con papel sobrante.
- ✓ Utilizar filtros de café no descartables que pueden ser lavados y reutilizados.

Reemplazar.

- ✓ Comprar envases de vidrio en vez de plástico o latas.
- ✓ Elegir otras alternativas a juguetes que funcionan con pilas o que están hechos de plástico.
- ✓ Utilizar pañuelos de tela en vez de pañuelos de papel.
- ✓ Elegir cuadernos con tapas de cartón, en vez de plástico

Reciclar.

- ✓ El reciclado de los materiales es el último paso antes del pretratamiento y la eliminación de los residuos.
- ✓ Reciclar significa utilizar un residuo para obtener un producto similar al originario.

- ✓ El reciclado permite reintroducir los distintos materiales en los ciclos de la producción, ahorrando materias primas y disminuyendo el flujo de residuos que van a parar a los tratamientos de disposición final.

Plástico.

Plástico es el nombre genérico y común que se le da a una serie de sustancias de estructura molecular y características físico-químicas semejantes, cuya característica fundamental es contar con elasticidad y flexibilidad durante un intervalo de temperaturas, permitiendo así su moldeado y adaptación a diversas formas. Este nombre proviene de su eminente plasticidad, es decir, su facilidad para adquirir ciertas formas.

La mayoría de los plásticos son, concretamente, materiales sintéticos y derivados del petróleo, obtenidos mediante procesos de polimerización, es decir, procesos de síntesis de largas cadenas de átomos de carbono, que dan origen a una sustancia orgánica maleable en caliente y resistente al frío. También existen plásticos que no son derivados del petróleo, como los plásticos derivados del almidón, la celulosa y ciertas bacterias.

Este material es sumamente versátil gracias a su liviandad, tacto agradable y resistencia tanto a la degradación biológica como a la ambiental (excepto por la exposición prolongada a rayos UV en algunos casos).

Estas propiedades son difíciles de conseguir con otros materiales, y hacen del plástico al mismo tiempo una bendición y un problema, ya que a la par de ser el material sintético más útil y eficaz de la historia humana, es también la principal fuente de contaminación sólida del planeta (basura). Por suerte, el plástico es reciclable, aunque su producción es mucho más barata y sencilla que su reutilización

(Álvarez, 2021)

Reciclaje de plásticos.

El reciclaje de plástico se refiere al proceso de recuperación de desechos o desperdicios de plástico y al procesamiento de materiales en productos funcionales y útiles. El objetivo de esta actividad es reducir las altas tasas de contaminación plástica y, al mismo tiempo, poner menos presión sobre los materiales vírgenes para producir nuevos productos plásticos. Además, ayuda a conservar los recursos y desvía los plásticos de los vertederos o destinos no deseados, como los océanos. (Receco, 2019)

¿Cuáles son los plásticos más reciclados?

Existen numerosos tipos de plásticos que se pueden reciclar para crear nuevos y mejores productos. Estos son algunos de ellos.

Tereftalato de polietileno

Este tipo de plástico, también conocido como PET por sus siglas en inglés, es resistente, tiene una claridad excelente, es bastante fuerte y es permeable contra la humedad y el gas. Es utilizado en la fabricación de botellas y frascos de agua, refrescos e incluso lo puedes encontrar en muchos **textiles**.

Polietileno de alta densidad

Este plástico es conocido por su rigidez, resistencia a la humedad, resistencia a factores externos, versatilidad y menos permeabilidad al gas. Se utiliza en la fabricación de botellas de agua, de zumo y de leche. También se usa para hacer bolsas resistentes de basura para hogares y empresas.

Cloruro de polivinilo

Este plástico, conocido como PVC, tiene varias aplicaciones en la vida cotidiana. Es versátil, se puede doblar fácilmente, pero también es resistente y fuerte. Se utiliza comúnmente en botellas de jugo, tuberías de PVC y películas adhesivas.

Polietileno de baja densidad

El polietileno de baja densidad es el plástico más común en los centros de reciclaje. Tiene una gran facilidad de procesamiento, es fuerte, flexible y resistente a la humedad. Se usa, generalmente, en la fabricación de bolsas para alimentos congelados, tapas de recipientes, botellas congelables, entre otras. (Receco, 2019)

Vidrio

El vidrio es un material sólido inorgánico que es duro y quebradizo a la vez, sin forma definida. Se forma con la fundición a altas temperaturas de diversas sustancias minerales, como los carbonatos o sales y las variedades de arena, que luego son enfriadas de manera rápida en un molde o manipuladas con herramientas para darle forma.

Es decir que el vidrio puede hacerse a base de arena común (que está compuesta en su mayoría por dióxido de silicio) en estado líquido. Ese estado no podría producirse en una playa de arena debido a que necesita ser expuesta a una temperatura extremadamente alta para derretirse, a partir de los 1700° C.

La arena luego de ser fundida y de enfriarse sufre una transformación en su estructura por lo que no vuelve al estado anterior de sustancia amarilla arcillosa, sino que se convierte en un material sólido y cristalino sin forma determinada.

Los primeros vestigios de vidrio datan del 2000 a. C. en Egipto. El material no era vidrio propiamente dicho ni era transparente, pero imitaba a las piedras preciosas. Se encontró en diversas joyas y cerámicas ornamentadas.

El vidrio se utiliza desde la época antigua y sigue siendo un elemento importante en la actualidad que se emplea en diversos usos, como artículos para el hogar, decoración, infraestructura, telecomunicaciones, aparatos electrónicos, equipos para estudios de salud, maquinarias de trabajo, entre muchos otros. Además de los múltiples usos, tiene la ventaja de que puede ser reciclado reiteradas veces. (editorial, 2023)

Reciclaje de Vidrio

El vidrio es un material que independientemente de la cantidad de veces que se recicle, mantiene el 100% de las propiedades iniciales. La cadena de reciclaje de este material conforma lo que podría denominarse como ‘un círculo perfecto’, siendo todo un ejemplo de economía circular y sostenibilidad. (Blanco, 2023)

Beneficios para el Medio Ambiente

- ✓ Menos residuos para los vertederos
- ✓ La contaminación del aire se reduce un 20%, ya que se quema menos combustible para fabricar nuevos envases y, además, se reduce la producción de gases en la fundición.

✓ Ahorro de recursos naturales: reciclando 3.000 botellas se ahorran 1,2 toneladas de materias primas, reduciendo así la erosión de tierra por extracción.

✓ El vidrio reciclado requiere un 26% menos de energía que su fabricación desde cero. (Recytrans, 2013)

¿Qué se debe entender cómo artesanía?

Según el autor, Roncancio, (2018), en su artículo Artesanías, expone el concepto de artesanía como:

El resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se han transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas. Es importante señalar que cada objeto artesanal es diferente de los demás, incluso cuando se reproduce en grandes cantidades, ya que cada uno depende de la composición de su materia prima. Son piezas únicas que no pueden igualarse la una con la otra, aunque se haya hecho muy parecida. Esto le da un valor muy alto, ya que su creación manual y única, permite al artesano poner toda su creatividad e imaginación en su obra. (p.5)

Economía Circular:

Modelo económico basado en sistemas de producción y consumo que promueven la eficiencia en el uso de materiales, agua y energía, teniendo en cuenta la capacidad de recuperación de los ecosistemas y el uso circular de flujos de materiales a través de innovación

tecnológica, colaboración entre actores y modelos de negocio que responden a los fundamentos del desarrollo sostenible. Su objetivo propenderá por el mantenimiento del valor de los productos, los materiales y los recursos se mantengan durante el mayor tiempo posible en la economía y la reducción en la generación de residuos. (Alcaldía Bogotá, 2022)

Estudio de Factibilidad:

Según Varela, (2018) “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El estudio de factibilidad se divide en las siguientes etapas:

- ✓ Estudio de Mercado
- ✓ Estudio Administrativo
- ✓ Estudio Técnico
- ✓ Estudio Legal
- ✓ Estudio Ambiental
- ✓ Estudio Financiero

Estudio De Mercado

Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento

de determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad. (Silva, 2021)

Estudio Administrativo

Éste consiste en determinar la planificación estratégica, estructura organizacional, definir el talento humano y procesos administrativos que necesita una empresa para su establecimiento.

Sobre todo, la factibilidad operativa depende de los recursos humanos que forman parte de la organización. Dado que son los que deben efectuar todas las actividades en los diferentes procesos del sistema para cumplir con los objetivos propuestos, por tal razón la elección del talento humano va a ser de vital importancia para el buen funcionamiento de la empresa. (Salcedo, 2015)

Estudio Técnico

El estudio técnico de un proyecto es el responsable de verificar la viabilidad técnica de la elaboración del producto, las inversiones necesarias para realizar dicha producción tanto en tecnología, infraestructura como en personal y materiales.

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. (Euroinnova, s.f.)

Estudio Legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta

la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. (Guerrero, 2016)

Estudio Ambiental

Es un conjunto de estudios ambientales, técnico-científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los efectos positivos o negativos que puede producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico o humano. (GRN, s.f.)

Estudio Financiero

Un estudio financiero, es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. (UTH Florida University|, s.f.)

Pequeña Empresa:

Según la secretaria de economía de México, Las pequeñas empresas son aquellos negocios dedicados al comercio, que tiene entre 11 y 30 trabajadores o generan ventas anuales superiores a los 9 millones y hasta 100 millones de pesos.

Son entidades independientes, creadas para ser rentables, cuyo objetivo es dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

Representan más del 3 por ciento del total de las empresas y casi el 15 por ciento del empleo en el país, asimismo producen más del 14 por ciento del Producto Interno Bruto.

(Zenteno, 2017)

Microempresas: la microempresa es aquella que posee una plantilla de empleados inferior a los 10 trabajadores. En cuanto al volumen de facturación, para considerarse microempresa, esta debe facturar anualmente menos de 8 millones de pesos.

Mediana empresa: Es una categoría superior, por su mayor tamaño. Por empleados, suelen tener entre 50 y 250 trabajadores.

Gran empresa: Aquellas empresas más grandes, con plantillas superiores a los 250 trabajadores, e incluso aglutinando otras de más de 50.000. Las multinacionales más famosas que conocemos son un buen ejemplo de gran empresa. (Morales, 2021)

Marco Temporal

La elaboración del estudio de factibilidad inicia el mes julio de del año 2023 y termina en el mes de septiembre del año 2023.

Marco Espacial

Macro Localización:

“Consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas”. (Rubio, 2021)

Se escogió la subregión de Urabá, como Macro localización; porque Urabá es una zona estratégica para la agroindustria de Antioquia, siendo el plátano y el banano sus potencialidades. Además, se erige como una región turística con muchas fortalezas por explotar. El Golfo de Urabá le permite a Puerto Pisisí (que está en construcción) estar a 474 kilómetros del Canal de Panamá.

Micro Localización:

“Es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto. Hay un dicho que dice que las tres consideraciones más importantes en los negocios son la ubicación, la ubicación y la ubicación”. (Rubio, 2021)

Para este proyecto se escogió el municipio de Turbo, ubicado en la región del Urabá Antioqueño, por ser una zona con potencial de desarrollo económico y poblacional, por lo tanto, la planta de tratamiento de residuos sólidos se ubicará en suburbios de la ciudad por Turbo - Apartadó.

Punto de venta n°1 (Muelle Turístico Turbo Antioquia)

Uno de los lugares donde estaría ubicado nuestro punto de venta, sería en el muelle turístico, ya que es allí es donde entran y sale una gran cantidad de turista, lo que lo vuelve un punto perfecto para las ventas de artesanías alegóricas del municipio.

Punto De Venta N°2 (Plazoleta El Pescador).

Este es un punto muy importante e icónico del municipio de Turbo, ya que es un lugar donde es casi obligatorio pasar, debido a que está ubicado en todo el centro del municipio; estar ubicados en esta área, nos daría una visibilidad significativa, clave para logro de nuestros objetivos.

Micro Localización 'Planta de producción de las artesanías alegóricas.

A éste el lugar es a donde se llevarán los residuos y se comenzara su reutilización y tratamiento del residuo, en las artesanías alegóricas al municipio de Turbo. El lugar está en la vía que conecta a Apartadó y Turbo, ya que al momento de hacer uso de las maquinarias de tratamiento residual se quiere evitar incomodar a los habitantes por el ruido que esta pueda provocar o el mal olor de los residuos cuando sean almacenados en el lugar.

Marco Legal

En este apartado del estudio se dan a conocer las principales normas que tienen que ver con el proyecto, así:

Tabla 1*Normas sobre las artesanías en Colombia*

Norma	Concepto
-------	----------

Ley 36 de 1984	“Por la cual se reglamenta la profesión de artesano y se dictan otras disposiciones.”
Decreto 258 de 1987	“Por el cual se reglamenta la Ley 36 de 1984 y se organiza el Registro de Artesanos y de Organizaciones Gremiales de Artesanos y se dictan otras disposiciones”
Ley 2184 de 2022	“Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones.”
La Constitución Política de Colombia del año (1991), se señala en su capítulo 2	En la Constitución Política de Colombia del año (1991), establece en su capítulo 3 los
Artículo 67 la gestión adecuada de residuos sólidos y aprovechamiento responsable de ellos.	derechos colectivos y del medio ambiente y en sus artículos 78 al 83 se crea a través de la ley 99 del 93 el ministerio del medio ambiente en el cual se ordena la gestión y conservación del medio ambiente y todos

aquellos recursos naturales que son
renovables estructurando así el
Sistema Nacional Ambiental SINA4 en
conservación del ecosistema

Fuente. Autoría propia

Hipótesis

La empresa de producción y comercialización de artesanías alegóricas a partir de materiales reciclables en el distrito de Turbo- Antioquia, tiene viabilidad socioeconómica, de mercado, técnica, legal, ambiental y financiera.

Operacionalización de las Variables.

Se definen claramente la manera como se observará y medirá cada característica del presente estudio de factibilidad.

Tabla 2*Operacionalización de las Variables*

Tipo de innovación	Preguntas	Escala
De Producto	X1, ¿Ha hecho cambios en el tamaño de los artículos?	Variable dicotómica 1=Si 0=No
	X2, ¿Ha hecho cambios en la forma?	
	X3, ¿Ha hecho cambios en la calidad de los artículos?	
De Procesos	X1, ¿Ha utilizado materiales mejorados?	Variable dicotómica 1=Si 0=No
	X2, ¿Ha cambiado la forma de producir sus artículos?	
De Mercadotecnia	X1, ¿Ha buscado vender productos en otros mercados?	Variable dicotómica 1=Si 0=No
	X2, ¿Su empresa de artesanías tiene algunos distintivos?	

Fuente. Autoría propia

Diseño Metodológico

Tipo de Estudio:

El tipo de investigación que se utilizará será el descriptivo y explicativo.

descriptiva, porque a través de esta investigación, la realidad será descrita y permitirá reunir la información necesaria para sacar conclusiones que contribuyan a resolver los problemas encontrados en el proceso, todo esto mediante entrevistas hacia el tipo de población afectada en la problemática analizada; y explicativa, porque con este estudio, se encontrar las razones de los acontecimientos, y cuáles son los procedimientos apropiados para llevar a cabo la investigación, con base en hipótesis confirmatorias de primer, segundo y tercer o grado, estableciendo las relaciones causa y efecto.

Método de Investigación:

Se utilizará el método mixto que consiste en la integración del método tanto cualitativo y cuantitativo; a partir de los elementos que integran la investigación; se utiliza este método porque en el proceso del estudio de factibilidad, se recolectan, analizan y vinculan datos tanto cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, para responder a un planteamiento del problema del estudio de perfectibilidad.

Población y Muestra.

La investigación se realizará en el municipio de Turbo - Antioquia y el muestreo es el probabilístico donde se hará el cálculo del tamaño de la muestra. Se procedió a determinar el tamaño de la muestra haciendo uso de los instrumentos estadísticos existentes que para tal fin están formulados, es así como para el caso se utilizó la formula estadística que corresponde para ser aplicada a poblaciones infinitas aquellas donde su población ha sido definida de más de 100.000

habitantes, teniendo en cuenta que Turbo tiene 134.278 habitantes. (Antioquia G. d., 2022). Una vez aplicada la fórmula se determinó que la muestra sería la de 96 personas a encuestar.

Fuentes y Técnicas para Recolección de la Información

La información se recopilará a través de fuentes primarias y secundarias; precisamente porque se aplicarán encuestas, se utilizarán fotografías y para conocer y manifestar directamente sobre el problema de la contaminación y la carente cultura de reciclaje del municipio de Turbo; secundarias, porque se utilizarán documentos, y registros publicados en internet relacionados con la investigación.

Fuentes Primarias

En este aspecto se recurrió a fuentes directas como lo son la encuesta en donde se preparó un cuestionario que constó de 20 de preguntas cerradas, la cuales permitió recolectar y analizar los datos de manera cuantificable. (véase apéndice A)

Fuentes Secundarias

Como fuente secundaria se utilizó informes relacionadas a la problemática, artículos de internet específicamente de la revista Semana, La República y Acoplástico, también se obtuvo información valiosa gracias a trabajos investigativos por parte de otros estudiantes colombianos.

Método De Muestreo

El método de la muestra es el probabilístico, La población a la cual está destinado este estudio de factibilidad, son los habitantes del municipio de Turbo; según la Proyección DANE 2022 el municipio de Turbo tiene una población de 134.278 habitantes. (Antioquia G. d., 2022)

Para la ejecución del proyecto se tomará únicamente los datos de adolescentes hasta personas mayor, solo realizaremos las encuestas a un total de 96 personas que podrían ser nuestros clientes potenciales.

Muestra Población de Turbo: 138.278

La muestra que se utilizará para el cálculo es la siguiente:

Figura 1

Fórmula para Definir la Muestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

En donde:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo (138.278)

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC) (1.96) 95%

e = Error de estimación máximo aceptado (10%)

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) 50%

q = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado 50%

Reemplazando:

$$n = 138.278 * (1.96^2) (0.50) (0.50)$$

$$= ((0.10^2) (138.278-1)) + ((1.96^2) (0.50) (0.50))$$

n= 132.802191

137.278

n= 96

Técnicas de Recolección de Información

La técnica de recolección de datos se recurrirá a la encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas, para el autor, Lopez-Roldàn & Fachelli, (2016), manifiestan que:

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto. (P.14)

Tratamiento de la Información

Los datos obtenidos serán procesados cualitativa a través del análisis de las preguntas planteadas y procesados cuantitativamente a través de gráficos, que muestren el porcentaje obtenido a través de la encuesta. (véase apéndice B)

Técnica: Encuesta

Modo de tratamiento de datos: Manual

Presentación de la Información.

La forma como se presenta la información obtenida en la encuesta a través de un informe. En que se resaltarán los hallazgos del estudio de factibilidad de forma clara, concisa y estructurada.

Los resultados se presentarán mediante las gráficas que se utilizan para representar los datos brutos de la encuesta. Cada una de las preguntas llevará el respectivo encabezado, su gráfico e interpretación de datos y análisis de los mismos (Se anexa presentación de la información, ítems anexos.)

Aplicación de Encuesta

La encuesta se realizó a través de una herramienta virtual a 96 personas del municipio de Turbo, según el cálculo de la muestra.

Cronograma de la Investigación

Se definen cada una de las actividades y su respectivo tiempo de ejecución en el estudio de factibilidad de la empresa de artesanías alegóricas.

Tabla 3*Cronograma de la Elaboración del Estudio de Factibilidad*

ACTIVIDADES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Elección de la modalidad de trabajo de grado y del tema a trabajar			
Planteamiento del problema, formulación del problema, sistematización del problema, formulación de objetivos, y justificación, Marco referencial, hipótesis, variables.			
Diseño Metodológico, elaboración de la encuesta, aplicación de la encuesta, tabulación, traficación, interpretación de datos y análisis, de los mismos.			
Elaboración de aspectos generales socioeconómicos y estudio de mercados			

Elaboración estudio técnico y estudio de la organización, aspectos legales y ambientales del proyecto	
Elaboración de estudio financiero, conclusiones y recomendaciones	
Entrega del estudio de Perfectibilidad	

Fuente. Autoría propia

Presupuesto de la Investigación

Se definen las actividades que tienen un costo en su realización en el estudio.

Tabla 4

Presupuesto de la Elaboración del Estudio de Factibilidad

Recursos necesarios	Valor estimado
Aplicación de la encuesta	\$ 300.000
Buses y Taxis a la ciudad de Turbo	\$ 200.000
Reuniones con recicladores de Turbo	\$ 200.000
Total	\$ 700.000

Fuente. Autoría propia

Aspectos Generales del Entorno Socioeconómico Nivel 2

Entorno Socioeconómico.

Diagnóstico del Sector Económico de Turbo

En el Distrito Portuario Logístico Industrial y Turístico de Turbo, Plan de Desarrollo Municipal (2020-2023), la economía predominante es:

El sector agrícola, aunque la actividad comercial ha sido durante varios años, el sustento del empleo informal por ser una zona preferencial aduanera y encontrarse ante la perspectiva de un mega proyecto que beneficie esta actividad en la región, como es el Puerto de Aguas Profundas de Turbo.

La dinámica económica del municipio gira principalmente alrededor de la exportación de banano y plátano, cuyos cultivos se presentan en la zona de piedemonte y la Serranía de Abibe, los demás productos de la economía campesina como maíz, arroz, yuca y algunos cultivos de plátano se encuentran en pequeños valles ultramontanos. Sin embargo, el área de suelos dedicados a la actividad agrícola es de 28.085 hectáreas, siendo una cifra pequeña en proporción con el extenso territorio del municipio. La actividad productiva del banano desde su producción hasta la fase de exportación genera aproximadamente 16.911 empleos de los cuales 4.228 son directos. Esta fuente de empleo ha creado una identidad cultural que hace parte del municipio, la actividad de los braceros, personas que se encargan del embarque del banano en los barcos internacionales. Por otra parte, la producción del plátano corresponde a la actividad de campesinos agricultores de extracción social media, generando ingresos permanentes a la

población productora, ya que es una alternativa rentable. Sin embargo, la producción de este, presenta grandes dificultades técnicas que se conocen por la baja productividad y calidad del plátano, además de la inexistencia de una agremiación que agrupe a todos los plataneros de la región. La Actividad pecuaria, esta actividad ha sufrido deterioro debido al problema de violencia que se originó en la región años atrás, además de la escasa tecnología y el manejo inadecuado de pastos. Según el Plan Agrícola Municipal de 1998, el número de predios dedicados al sector pecuario es de 741 con aproximadamente 78530 cabezas de ganado, resaltando su ubicación principalmente entre el río Mulatos y límites con la cabecera municipal, y entre el mismo río hasta el municipio de San Pedro. La explotación pecuaria se dedica a satisfacer la demanda local, regional y algunos excedentes se comercializan en Medellín.

También, la Pesca; la actividad pesquera en el municipio es de carácter artesanal y de subsistencia, debido a la falta de inversión y capacitación en las labores específicas de pesca como la comercialización, conservación y captura del producto. Turbo se considera el principal centro de comercialización del producto pesquero para la zona de Urabá, sin embargo, su impacto no ha traspasado los límites intrarregionales debido a la carencia de tecnología para transportar el producto a distancias mayores.

En Turbo tienes la posibilidad de disfrutar el sabor cultural, la alegría del alma y la música del Caribe antioqueño. Gran parte de su riqueza cultural se basa en su gastronomía que combina productos frescos del mar con sabores cítricos, frutas, verduras y recetas autóctonas que deleitan cualquier paladar. Allí encontrarás el Parque Nacional Natural Katíos, hogar de grupos autóctonos y del 30% de las aves de toda Colombia. Las playas más populares de Turbo son: La Martina, Tie, Bahía Los Enamorados, Bahía El Muelle y Playa Dulce. Es el sitio perfecto para los amantes de la naturaleza, el mar, la cultura, la gastronomía y la aventura. Su economía tiene

gran fortaleza en la explotación agrícola, particularmente es potencial en banano y plátano, por lo que es la industria que más personas ocupa, aunque el turismo también es una industria creciente en la región. Si quieres visitarla en sus festividades, se celebra el Festival del Dulce durante la Semana Santa, el Carnaval de las Etnias y el Mangle entre otras celebraciones. (p.116)

De otro lado, en el Distrito Portuario Logístico Industrial y Turístico de Turbo, Plan de Desarrollo Municipal (2020-2023), en su Línea Distrito de Innovación y Emprendimiento; en su subprograma, Turbo productivo y competitivo; manifiesta:

Se busca hacer que Turbo, sea competitivo por eso, se apostará por la formación de talento humano para la producción eficiente y sostenible, en pro de recuperar el comercio y reactivar la economía local a través del fortalecimiento del comercio existente incentivando la llegada de nuevas empresas, aumentando así la generación de empleo y diversas formas de emprendimiento, que Turbo se convierta en un verdadero Distrito Turístico. (p.226)

En cuanto al entorno socioeconómico de los productos de artesanías en Urabá, (Artesanías de Colombia, Informe de Artesanías, 2022), expresa que:

Uno de ellos es el proyecto: “Incremento de la competitividad e inclusión productiva de la población artesana víctima y vulnerable del país nacional”, el cual tuvo en 2019 una inversión de \$237.875.000 que se destinaron a 204 artesanos de la zona de Urabá, de los cuales 85 pertenecen al Pueblo Gunadule. (p.1)

Diagnostico Sector de Artesanías en Urabá-Antioquia.

De acuerdo a (Artesanías de Colombia, Informe de Artesanías, 2022), en su taller,

“Construyendo País”, el programa de diálogo social y participación ciudadana del Gobierno de Colombia se comparte un pequeño **contexto de la artesanía en el Urabá Antioqueño y de la gestión de Artesanías de Colombia** en esta zona, así:

De acuerdo con la caracterización hecha por el Sistema Estadístico de la Actividad Artesanal, SIEAA, de Artesanías de Colombia, se identificaron cinco de los once municipios del Urabá

Antioqueño con destacada vocación artesanal: **Apartadó, Chigorodó, Necoclí, Turbo y San**

Juan De Urabá. En esta caracterización, se levantó el perfil sociodemográfico de 463 artesanos,

identificando que el 46,4% de ellos pertenece a la zona urbana; el 35,8% al resguardo indígena y el

17,8% a la zona rural.

Entre los oficios más ejercidos por los artesanos del Urabá Antioqueño está la **cestería 18,5%;**

la joyería 15,4%; el aplique de tela sobre tela 8,1% y la talla en madera 4,8%. En 2019,

Artesanías de Colombia a través de cinco de sus programas y proyectos, benefició a más de 270 artesanos en esta zona.

Diagnostico Empresarial.

Matriz PESTEL

Mediante la Matriz de PESTEL, se pueden evidenciar aspectos socioeconómicos de la naciente empresa de artesanías, identificadas en la siguiente tabla.

Tabla 5*Matriz PESTEL*

Factores	Autodiagnóstico	Observación.
Políticos	1. La política financiera y de creación de empresas contribuye notoriamente al sector donde se quiere operar.	Los factores inciden de forma positiva en la creación de la empresa de artesanías alegóricas. El crecimiento económico afecta
	2. Existe oportunidad de expansión y crecimiento sostenido del sector.	negativamente al sector ya que a más competencia menos oportunidad de éxito.
	3. La expectativa de crecimiento económico afecta el mercado de las artesanías.	Afecta positivamente ya que la Gobernación de Antioquia fortalece emprendimientos para artesanos.
	4. Estabilidad gubernamental	
	5. Los partidos políticos y la gestión del emprendimiento	Afecta positivamente en la actualidad existe furor por la cultura del emprendimiento acompañada del ala de los partidos políticos.
Económicos	1. La empleabilidad contribuye al desarrollo del sector.	Los factores inciden de forma positiva en la creación de la empresa

-
- | | |
|--|---|
| 2. La coyuntura económica actual es favorable para el sector. | de artesanías alegóricas, con la creación de la empresa se contribuye al sector de la economía y a |
| 3. Medidas para disminuir el desempleo. | mitigar los altos índices de desempleo. |
| 4. Las ventas más altas son temporadas altas cuando llegan extranjeros, y cuando pueden exportar mejora la economía. | El turismo incide positivamente en las ventas de la futura empresa.
La inflación afecta negativamente a las |
| 5. La incidencia de la inflación. | empresas, ya que este aumento salarial que se decreta por la inflación, tiene el potencial de erosionar las utilidades de las compañías y dificultar las negociaciones salariales entre empresarios y trabajadores. |
| 6. El PIB en las empresas de artesanías. | El PIB afecta positivamente a las empresas de artesanías, ya que Los datos macroeconómicos, estiman que la participación del sector artesanal al P.I.B. es de |
-

		0.4, y ocupa el 15% de la población laboral en la industria manufacturera
Tecnológicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El sector se ha visto impactado por el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) 2. El uso de las TIC se hace necesario. 3. Hay direccionamiento hacia la innovación del sector. 	Las TIC, son ventajas competitivas en el sector por el marketing digital que inciden de forma positiva en el sector.
Social	<ol style="list-style-type: none"> 1. El crecimiento de la población tiene una incidencia positiva en la demanda del producto. 2. El cambio en los gustos y deseos en los consumidores en el mercado tiene un impacto fundamental. 3. Las tendencias y nuevos estilo de vida generan cambios en el sector de las artesanías. 4. Los cambios de los ingresos de los consumidores influyen 	<p>A más población más oportunidad de demanda, este factor incide de forma positiva en el sector.</p> <p>El cambio de los consumidores en los gustos y deseos, las nuevas tendencias y nuevo estilo de vida y la variación de ingresos influyen negativamente en la demanda y la oferta del producto.</p> <p>El emprendimiento personal actúa de forma</p>

	notablemente en el poder de adquisición.	positiva en la creación de nuevas empresas.
	5. El deseo de vivir mejor, es un incentivo para el emprendimiento personal.	
Ecológicos	1. Las políticas medioambientales del sector, son ventajas competitivas.	El factor incide favorablemente por las políticas ambientales que son fundamentales en la actualidad, por la necesidad del reciclaje y su respectivo aprovechamiento.
	2. La creciente preocupación por el medio ambiente es global.	
	3. Normas y leyes de reciclaje.	Afectan positivamente a la empresa de artesanías a base de elementos reciclados, ya que la empresa está respaldada por estas normas.
Legales	1. La legislación tributaria repercute en las empresas del sector.	Este factor incide negativamente en el sector; la carga tributaria
	2. La legislación laboral repercute en la actividad en que se encuentra la empresa.	ha llevado a la quiebra a muchas empresas del sector. La legislación laboral
	3. Las regulaciones en las administraciones públicas Son clave en el	casi siempre va a favor de los colaboradores, este suceso incide

desarrollo competitivo	negativamente en las
del mercado.	empresas.
4. El impacto de la	La ley del consumidor
legislación	al incide positivamente en
consumidor es relevante	la calidad del producto
en la producción.	elaborado.

Fuente. Autoría propia

Matriz FODA

La FODA, también conocido como análisis DAFO, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 6

Matriz FODA

OPORTUNIDADES	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cambios saludables. • Reutilización de los residuos • Generación de recurso económico • Implementar un sistema de selección y clasificación de los residuos. • Concienciar sobre el manejo y la utilidad de los residuos sólidos. • Formar en emprendimiento, a través de la gestión integral de proyecto y el desarrollo sostenible. • Capacitar a la comunidad en la elaboración de artesanías a través del material reciclable • Mejorar la calidad de vida de las familias participes del proceso del reciclaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de los habitantes de los diversos beneficios de la actividad de reciclar. • Falta de formación en la clasificación y reutilización de los residuos. • Poco conocimiento del proceso de separación de los residuos. • Desconocimiento de la sobre la reutilización de los diferentes residuos. • Falta de políticas municipales de organicen regulen la gestión integral de los recursos sólidos.

<ul style="list-style-type: none"> • Realizar artesanías alegóricas al distrito de turbo, oportunidad de negocio. • Apoyo de la iniciativa por parte de la comunidad • Apoyo de los diferentes entes municipales. • Transformación de los residuos dándoles nueva vida y utilidad en los hogares. • Existe interés por parte de algunos comerciantes para adquirir los productos y distribuirlos. • Hay interés por parte del gobierno local y departamental por apoyar nuevos emprendimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de las costumbres artesanales en jóvenes • El control de las normas ambientales, pueden atrasar el proyecto. • El turismo incipiente de Turbo. • Capacidad de producción limitada por los recursos económicos que se cuenta. • Dependencia de éxito de la habilidad de los artesanos.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los emprendedores tienen la experiencia y preparación académica en la elaboración de artesanías a base de elementos reciclables. • Se tienen diseños innovadores de artesanías y alegóricos a Turbo • Productos de artesanías de muy alta calidad. • Se cuenta con parte del capital financiero y con la oportunidad de adquirir crédito bancario. • Precios asequibles a los proveedores. • Los diseños tienen variedad, además se harán réplicas de lugares emblemáticos de Turbo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de estrategias para el manejo de la “basura”, debido a que se está mezclando todo tipo de residuos (biológicos, químicos, radiológicos) • El espacio asignado para la deposición de la “basura” del Distrito es muy limitado lo que causa problema ya que la población turbeña, ha aumentado su porcentaje de habitantes • Aumento de los habitantes del distrito de Turbo. • Falta de control y organización de la “basura “en los lugares públicos del municipio

<ul style="list-style-type: none"> • Muchos amigos y familiares estarían dispuestos a comprar las artesanías alegóricas a Turbo. • Hay en los recicladores grupo gestor de la cultura y artesanías. • Hay vocación de emprendedores al interior de la organización de recicladores. • Artesanías hechas a mano personalizadas. • Presencia en línea (marketing digital) para mayor comodidad del cliente. • Seriedad, puntualidad y oportunidad en la entrega de los trabajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La carga tributaria en Colombia es bastante pesada. • No se cuenta con un lugar propio para implementar la empresa. • Altos costos del transporte y la empresa no cuentan con transporte propio. • Existe mucha competencia en el sector de artesanías. • Los cambios de la economía local pueden afectar la demanda de los productos artesanales. • Los precios de alta calidad pueden incidir en las utilidades de la empresa.
--	---

Fuente. Autoría propia

Análisis y Evaluación de Impactos Socioeconómicos.

Creación de Empleo.

El desempleo en el Distrito de Turbo, según el DANE, (2023), es del 18.88%; el proyecto tiene repercusiones socioeconómicas en cuanto a la generación de empleo, ya que crea empleos 6 directos y 10 indirectos, tanto para trabajadores cualificados como no cualificados. El empleo directo estará representado por la contratación de empleados que trabajarán dentro de la empresa y el empleo indirecto está representado por empleados que trabajan para el envío de los productos de clientes, el mantenimiento de equipos y los recicladores independientes del municipio de Turbo.

Crecimiento de la Economía de Turbo.

El proyecto ayudará a la reactivación de la economía local, en la puesta en marcha de nuevas empresas que aportarán el PIB local, dando así crecimiento a la economía de Turbo, y de la subregión de Urabá.

Interacción Entre Organizaciones

Se buscará incrementar clúster empresarial que son concentraciones geográficas de empresas interconectada de apoyo vinculadas a productos finales dentro de un área o región local, en este caso será la empresa de artesanías alegóricas, el gremio de recicladores y comerciantes de artesanías.

Reducir la Contaminación Ambiental.

El proyecto tiene impactos positivos en el medio socio ambiental, entre los positivos tenemos: Se reduce la contaminación del mar, ríos y caños del municipio de Turbo, ya que los materiales reciclables serán recuperados y aprovechados, para contrarrestar la problemática que actualmente se está evidenciando. Se reduce el uso del petróleo en la producción de plásticos ya que serán reutilizados para el nuevo proceso productivo. Aumentaría la vida útil de los rellenos sanitario de la región de Urabá, específicamente del municipio de Turbo, gracias a la reutilización de estos residuos (plástico y vidrio). Ahorro de energía y de recursos: Reciclar envases supone un 95 % menos de gasto energético que usar materiales vírgenes. También supone un ahorro del 86 % de agua. En este sentido, en un país con tantos problemas relacionados con los recursos hidrológicos como España, el reciclaje de plástico y de otros

materiales ha supuesto, desde 1998, el ahorro de más de 400 millones de metros cúbicos de agua dulce. (plasticosalser, 2021).

Planes y programas del aspecto Socioeconómico:

En el plano funcional ellos deben estar enmarcados dentro de dos aspectos básicos, en cuanto a las relaciones con otras entidades, públicas o privadas, que su ejecución implicara:

a. Coordinación y concentración: con los entes públicos del orden nacional, departamental y/o regional que por sus funciones pueden coadyuvar al logro de los programas definidos, en el caso de la empresa se buscará el apoyo:

Tabla 7

Entes Públicos que ayudarán a coadyuvar los programas

Entes Públicos	De orden	Apoyo
Ministerio de Cultura	Nacional	Recursos económicos para el proyecto de artesanías alegóricas-Programa “Estímulos 2023”
Artesanías Colombia	Nacional	Recursos económicos y humanos (capacitaciones) para el proyecto de artesanías alegóricas-programa “Construyendo País”
Antioquia	Departamental	Recursos económicos del programa Beneficios Económicos Periódicos, BEPS con recursos de la Estampilla Pro cultura departamental

Turbo	Municipal	Recursos económicos avalados en el Plan de Desarrollo Municipal- Línea Distrito de Innovación y Emprendimiento.
-------	-----------	---

Fuente. Autoría propia

b. Programas: con los programas socioeconómicos el proyecto busca impactar positivamente a la comunidad del Distrito de Turbo

Tabla 8

Programas de impacto socioeconómico

Programa	Objetivo	Indicador	Meta
Creación de empleo.	Crear empleos directos e indirectos	Empleos directos e indirectos creados	6 empleos directos 10 empleos indirectos
Crecimiento de la economía de Turbo.	Ayudar al crecimiento del PIB local	Ventas realizadas	\$ 108.600.000 primer año
Interacción entre organizaciones	Crear un clúster empresarial	Clúster empresarial creado	1 clúster empresarial.
Reducir la contaminación ambiental	Reducir la contaminación.	Vidrio y plástico reciclado	1.000 kilos de vidrio 1.000 kilos de plástico

Fuente. Autoría propia

Estudio de Mercado Nivel 3

Identificación del Producto

El producto que pretende ofrecer la empresa CAMTUR, son las artesanías alegóricas del municipio de Turbo; elaboradas con elementos reciclados como el vidrio y plástico. Los productos son artesanías alegóricas al municipio de Turbo, realizadas con base de materias recicladas: plástico y vidrio. En la siguiente tabla, se describen cada una de ellas y sus respectivos motivos alegóricos al municipio, que son pequeñas replicas a menor escala de lugares y esculturas locales del Distrito Turístico.

Tabla 9

Productos

Artesanías alegórica el Pato Pisingo

Artesanías alegórica el Puerto Pisisí

Artesanías alegórica Parque la Plazoleta

Artesanías alegórica Cangrejo Azul

Fuente. Autoría propia

Los productos de calidad, con buen acabado, variedad de diseños y durabilidad, añadiendo aditivos que incrementen su resistencia a los golpes, al fuego o a la conductividad eléctrica y térmica. También es posible modificar su brillo y color, que son capaces de soportar

altas temperaturas y ofrecen una resistencia excelente, sumado con las maquinarias idóneas que permitirán cumplir y garantizar la calidad y la variedad de los productos.

Análisis de la Demanda

Para el mercado objetivo que es el municipio de Turbo; se tiene en cuenta para el análisis de la demanda; la capacidad de compra de los clientes, la capacidad de producción de la nueva empresa, los recursos disponibles para la producción, los precios de los competidores, y la mano de obra disponible entre otras variables. Con base a lo anterior se procede hacer la proyección de los bienes y sus respectivos precios para la demanda del Distrito de Turbo, así:

Tabla 10

Proyección de la demanda de las artesanías “Pisingo”

Proyecciones de la Demanda				
Inicio de operaciones de la empresa	Tamaño del periodo	Tiempo Proyectado	Método de proyección	Costo de venta del producto
Ene-24	Mensual	Cinco años	Ascendente	\$ 17.000

Proyecciones de Demanda Mensuales					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	150	160	170	180	190
Mes 2	150	160	170	180	190
Mes 3	150	160	170	180	190
Mes 4	150	160	170	180	190
Mes 5	150	160	170	180	190
Mes 6	150	160	170	180	190
Mes 7	150	160	170	180	190
Mes 8	150	160	170	180	190
Mes 9	150	160	170	180	190
Mes 10	150	160	170	180	190
Mes 11	150	160	170	180	190
Mes 12	150	160	170	180	190

Pato Pisingo	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00
Precio	\$ 17.000,00	\$ 18.000,00	\$ 19.000,00	\$ 20.000,00	\$ 21.000,00
Ventas esperadas	\$ 30.600.000,0	\$ 34.560.000,0	\$ 38.760.000,0	\$ 43.200.000,0	\$ 47.880.000,0
	0	0	0	0	0

Proyecciones de demanda en Unidades

Producto	Proyecciones de Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pato Pisingo	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280

Proyecciones de ingresos por ventas

Producto	Proyecciones de ventas \$				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pato Pisingo	\$ 30.600.000	\$ 34.560.000	\$ 38.760.000	\$ 43.200.000	\$ 47.880.000
Precio	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000	\$ 20.000	\$ 21.000

Nota. El método utilizado es el ascendente: con este método debes calcular la cantidad total de unidades producidas que tu empresa venderá en un ciclo de ventas, luego multiplicar ese número por el costo promedio por unidad. En este caso, para las artesanías “Pato Pisingo”; se presupuestan 5 unidades elaboradas por día, 150 unidades por mes, se multiplica 5 unidades x 30 días; da como resultado = 150 unidades producidas al mes y se multiplica 150 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.800 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente.

Tabla 11*Proyección de la demanda de las artesanías “Puerto Pisisí”*

Proyecciones de demanda				
Inicio de operaciones de la empresa	Tamaño del periodo	Tiempo Proyectado	Método de proyección	Costo de venta del producto
Ene-24	Mensual	Cinco años	Ascendente	\$ 20.000

Proyecciones de demanda mensuales					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	150	160	170	180	190
Mes 2	150	160	170	180	190
Mes 3	150	160	170	180	190
Mes 4	150	160	170	180	190
Mes 5	150	160	170	180	190
Mes 6	150	160	170	180	190
Mes 7	150	160	170	180	190
Mes 8	150	160	170	180	190
Mes 9	150	160	170	180	190
Mes 10	150	160	170	180	190
Mes 11	150	160	170	180	190
Mes 12	150	160	170	180	190
Puerto Pisisí	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00
Precio	\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.000,00	\$ 23.000,00	\$ 24.000,00
Ventas esperadas	\$ 36.000.000,00	\$ 40.320.000,00	\$ 44.880.000,00	\$ 49.680.000,00	\$ 54.720.000,00

Proyecciones de ventas en unidades					
Proyecciones de ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Puerto Pisisí	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280

Proyecciones de ingresos por ventas					
Proyecciones de ventas \$					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

	\$	\$	\$	\$	\$
Puerto Pisisí	36.000.000	40.320.000	44.880.000	49.680.000	54.720.000
Precio	\$ 20.000	\$ 21.000	\$ 22.000	\$ 23.000	\$ 24.000

Nota. El método utilizado es el ascendente: con este método debes calcular la cantidad total de unidades producidas que tu empresa venderá en un ciclo de ventas, luego multiplicar ese número por el costo promedio por unidad. En este caso, para las artesanías “Puerto Pisingo”; se presupuestan 5 unidades elaboradas por día, 150 unidades por mes, se multiplica 5 unidades x 30 días; da como resultado = 150 unidades producidas al mes y se multiplica 150 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.800 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente.

Tabla 12

Proyección de la demanda de las artesanías “Parque la Plazoleta”

Proyecciones de la demanda				
Inicio de operaciones de la empresa	Tamaño del periodo	Tiempo Proyectado	Método de proyección	Costo de venta del producto
Ene-24	Mensual	Cinco años	Ascendente	\$ 15.000

Proyecciones de demanda mensuales

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	100	110	120	130	140
Mes 2	100	110	120	130	140
Mes 3	100	110	120	130	140
Mes 4	100	110	120	130	140
Mes 5	100	110	120	130	140
Mes 6	100	110	120	130	140
Mes 7	100	110	120	130	140
Mes 8	100	110	120	130	140
Mes 9	100	110	120	130	140
Mes 10	100	110	120	130	140

Mes 11	100	110	120	130	140
Mes 12	100	110	120	130	140
Parque la Plazoleta	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Precio	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00
Ventas esperadas	\$ 18.000.000,00	\$ 21.120.000,00	\$ 24.480.000,00	\$ 28.080.000,00	\$ 31.920.000,00

Proyecciones de ventas en Unidades

Producto	Proyecciones de Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Parque la Plazoleta	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680

Proyecciones de ingresos por ventas

Producto	Proyecciones de ventas \$				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cangrejo azul	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Precio	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000

Nota. En este caso, para las artesanías “Plazoleta”; se presupuestan 3 unidades elaboradas por día, 100 unidades por mes; se multiplica 100 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.200 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente.

Tabla 13*Proyección de la demanda de las artesanías “Cangrejo Azul”*

Proyecciones de la Demanda				
Inicio de operaciones de la empresa	Tamaño del periodo	Tiempo Proyectado	Método de proyección	Costo de venta del producto
Ene-24	Mensual	Cinco años	Ascendente	\$ 15.000

Proyecciones de demanda mensuales

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	100	110	120	130	140
Mes 2	100	110	120	130	140
Mes 3	100	110	120	130	140
Mes 4	100	110	120	130	140
Mes 5	100	110	120	130	140
Mes 6	100	110	120	130	140
Mes 7	100	110	120	130	140
Mes 8	100	110	120	130	140
Mes 9	100	110	120	130	140
Mes 10	100	110	120	130	140
Mes 11	100	110	120	130	140
Mes 12	100	110	120	130	140
Parque la Plazoleta	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Precio	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00
Ventas esperadas	\$ 18.000.000,0	\$ 21.120.000,0	\$ 24.480.000,0	\$ 28.080.000,0	\$ 31.920.000,0
	0	0	0	0	0

Proyecciones de ventas en Unidades

Producto	Proyecciones de Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cangrejo azul	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680

Proyecciones de ingresos por ventas

Producto	Proyecciones de ventas \$				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cangrejo azul	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Precio	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000

Nota. En este caso, para las artesanías “Cangrejo Azul”; se presupuestan 3 unidades elaboradas por día, 100 unidades por mes; se multiplica 100 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.200 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente. *Fuente.* Autoría propia

Mediante esta proyección de la demanda, se busca mantener el equilibrio entre la demanda y la oferta es un desafío que toda empresa enfrenta. La producción debe ir a la par con la demanda de tu público objetivo, en este caso con los habitantes del Municipio de Turbo, la empresa se puede enfrentar a pérdidas debido a una superproducción de productos artesanales. Por el contrario, si produces menos productos artesanales, de lo que demandan tus clientes, muchos quedarán insatisfechos por no poder acceder a la oferta de la empresa.

Distribución Geográfica del Mercado de Consumo

Punto de venta n°1 (Muelle Turístico Turbo Antioquia)

Uno de los lugares donde estaría ubicado nuestro punto de venta, sería en el muelle turístico, ya que es allí es donde entran y sale una gran cantidad de turista, lo que lo vuelve un punto perfecto para las ventas de artesanías alegóricas del municipio.

Figura 2

Muelle turístico



Fuente. Imagen tomada del sitio web (Puebliando, s.f.)

Punto De Venta N°2 (Plazoleta El Pescador).

Este es un punto muy importante e icónico del municipio de Turbo, ya que es un lugar donde es casi obligatorio pasar, debido a que está ubicado en todo el centro del municipio; estar ubicados en esta área, nos daría una visibilidad significativa, clave para logro de nuestros objetivos.

Figura 3

Plazoleta del Pescador



Fuente. (Imagen tomada del sitio web (puebliando, s.f.)

Para la escogencia de los puntos de venta de la empresa, se tuvo en cuenta los siguientes criterios, así:

1. Proximidad de los sitios, atractivos y facilidad para los clientes

Los lugares escogidos, *Muelle turístico* y *Plazoleta del Pescador*, son sitios cerca; concurridos por los habitantes de Turbo y por los turistas; son sitios emblemáticos de la ciudad y donde se mueve el comercio en general. Además, atractivos para la comercialización de las artesanías alegóricas.

2. Presencia de la competencia

En principio interesa que no haya ningún competidor en el área de influencia para la comercialización de los productos artesanales, pero en ocasiones, la suma de muchos competidores beneficia a todos ya que así se conforma un gran polo de atracción de potenciales clientes de toda el Distrito turístico.

Proximidad a los proveedores

Puede ayudar a reducir los costos de transporte de los productos artesanales elaborados. A veces también influye la facilidad para conseguir determinados suministros: electricidad, agua, internet, teléfono. O los horarios y zonas de carga y descarga.

Comportamiento Histórico de la Demanda

Como la empresa de artesanías, no cuenta con un histórico de la demanda del producto, se vale de las estadísticas de Artesanías de Colombia, para ver el comportamiento de la demanda, así:

Tabla 14

Comportamiento histórico de la demanda de artesanías en Colombia

Objetivo	Indicador	2019		2020		2021		2022	
		Meta	Resultado	Meta	Resultado	Meta	Resultado	Meta	Resultado
Contribuir a los ingresos de los artesanos a través de la artesanías	Ingreso de los artesanos (monto anual esperado)	28323	28331	13308	6945	7592	23568	23413	23551

Fuente. (AresaniasdeColombia, Informe de Artesanías, 2022)

De acuerdo al informe de (AresaniasdeColombia, 2022), manifiesta que este indicador contemplaba año a año, una meta en términos de incremento en espera de contar cada vez con más espacios de visibilización y promoción del sector artesanal. Es así que, en 2020 se esperaba un crecimiento del 5% sobre los ingresos percibidos por los artesanos en 2019. Sin embargo, a

partir de junio de 2020 se realizó ajuste de metas, teniendo en cuenta el cambio estratégico que fue realizado por causa de la contingencia derivada por la pandemia por COVID – 19. Esto llevó a que el indicador no sea medido en término de crecimiento durante la vigencia. Se han aunado esfuerzos y buscados recursos para aportar a la reactivación del sector. En el capítulo correspondiente a la perspectiva de cliente y beneficiario, se ampliará con detalle las iniciativas y acciones que se vienen adelantado. Para 2021 y luego de la revisión por la dirección del día 21/06/2021 y teniendo en cuenta la situación ya expuesta que se está generando, se decide retomar el indicador en términos de "Monto" y no de "incremento" Así mismo se ajusta el objetivo estratégico, cambiando el enfoque de "Contribuir al "aumento" por "generación" de ingresos". La meta planteada ha sido conservadora, tomando como línea de base los resultados de 2020, basado en el panorama mencionado.

Sin embargo, resultado de las iniciativas encaminadas a contribuir a la generación de ingresos de los artesanos, se logró un monto de ingresos a los artesanos por valor de \$23.568 MM, a través de las siguientes iniciativas: Por organización de ferias:14.021,9 MM, por participación en ferias regionales: \$1.119 MM; Inversión en producto artesanal: \$1.691,8 MM y por negocios facilitados a los artesanos \$6.735 MM. Esto evidencia un cumplimiento del 310% de la meta finalmente planteada para 2021. (MINComercio, 2022)

Demanda Actual

La demanda actual tiene referencia a la cantidad total de un producto que los clientes desean comprar, y la que la empresa está en la capacidad de producir, para cubrir una necesidad insatisfecha en la actualidad. En este caso, la demanda actual de la empresa de artesanías alegóricas para el primer año, es:

Tabla 15*Demanda actual, para el primer año*

Producto	Año 1
Artesanías "Pato Pisingo"	1.800
Artesanías "Puerto Pisisí"	1.800
Artesanías "Plazoleta"	1.200
Artesanías "Cangrejo azul"	1.200
Total	4.800

*Fuente. Autoría propia****Proyección de la Demanda.***

Se hace la proyección de producción y ventas para satisfacer la demanda actual, que existe en el Distrito turístico de Turbo, así:

Tabla 16*Proyección de la demanda.*

Resumen de Proyecciones de Ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanías "Pato Pisingo"	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanías "Puerto Pisisí"	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanías "Plazoleta"	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Artesanías "Cangrejo azul"	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Total	4.800	5.160	5.520	5.880	6.240

Nota. El método utilizado es el ascendente: con este método debes calcular la cantidad total de unidades producidas que tu empresa venderá en un ciclo de ventas, luego multiplicar ese número por el costo promedio por unidad. En este caso, para las artesanías "Pato Pisingo"; se presupuestan 5 unidades elaboradas por día, 150 unidades por mes, se multiplica 5 unidades x 30

días; da como resultado = 150 unidades producidas al mes y se multiplica 150 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.800 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente. Para las artesanías “Puerto Pisisí”, se aplica la misma proyección explicada anteriormente. En este caso, para las artesanías “Plazoleta”; se presupuestan 3 unidades elaboradas por día, 100 unidades por mes; se multiplica 100 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.200 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente. Se aplica el mismo método para las artesanías “Cangrejo Azul”. Además, para la anterior proyección se tienen en cuenta la capacidad de producción de la mano de obra; se tiene presupuestado 2 operarios.

Demanda Insatisfecha .

Los resultados arrojados en cuanto a la encuesta virtual realizada en el Distrito de Turbo, muestra un balance positivo conforme a la comercialización de las artesanías alegóricas, esto puede tenerse en consideración al comenzar a realizar proyectos de inmersión principalmente en la ciudad de Turbo, para luego de su posible crecimiento en la subregión de Urabá. A continuación, se muestra la encuesta realizada y su análisis.

Según la encuesta (véase apéndice B) en la pregunta No. 18; cuando se solicita la intención de compra de las artesanías alegóricas, se puede constatar que con esta pregunta se da a conocer los productos principales que se producirían con la reutilización del plástico en donde el 94,2% expresa que, si lo comprarían, revelando los clientes potenciales para este hermoso proyecto.

La encuesta (véase apéndice B) realizada a los individuos del Distrito de Turbo, muestra la potencial demanda de los productos con la reutilización del plástico, los cuales, y llegarían a obtener una acogida alta, mejorando así su productividad y consecución de nuevos nichos de mercados. De igual manera, se hace gran reconocimiento de la comunidad por los habitantes de Turbo, por el conocimiento que tienen acerca del reciclaje y los productos que se pueden obtener de los mismos.

De otro lado, se debe tener en cuenta que Turbo, es un Distrito Turístico; tienes la posibilidad de disfrutar el sabor cultural, la alegría del alma y la música del Caribe antioqueño. Gran parte de su riqueza cultural se basa en su gastronomía que combina productos frescos del mar con sabores cítricos, frutas, verduras y recetas autóctonas que deleitan cualquier paladar.

Allí encontrarás el Parque Nacional Natural Katíos, hogar de grupos autóctonos y del 30% de las aves de toda Colombia. Las playas más populares de Turbo son: La Martina, Tie, Bahía Los Enamorados, Bahía El Muelle y Playa Dulce. Es el sitio perfecto para los amantes de la naturaleza, el mar, la cultura, la gastronomía y la aventura.

La demanda insatisfecha de los productos de artesanías alegóricas al municipio de Turbo, se constata cuando no se encuentra el producto que busca o una oferta adecuada a sus expectativas, en este caso se verificó, buscando en los mercados en líneas y mercado convencionales, productos con las características de las artesanías que la empresa ofrece, se constató que no existe la oferta, por ende, se produce lo que la demanda insatisfecha.

Todas las bondades anteriores, se convierten en una oportunidad de negocio para la naciente empresa de artesanías alegóricas.

Análisis de la Oferta

Características de los Principales Competidores.

De acuerdo, con Artesanías de Colombia, Informe de Artesanías, (2020), Con ocasión del taller “Construyendo País”, el programa de diálogo social y participación ciudadana del Gobierno de Colombia, que se realizó el 29 de febrero de 2020 en Apartadó, Antioquia; se puede constatar que:

De acuerdo con la caracterización hecha por el Sistema Estadístico de la Actividad Artesanal, SIEAA, de Artesanías de Colombia, se identificaron cinco de los once municipios del Urabá Antioqueño con destacada vocación artesanal: Apartadó, Chigorodó, Necoclí, Turbo y San Juan De Urabá. En esta caracterización, se levantó el perfil sociodemográfico de 463 artesanos, identificando que el 46,4% de ellos pertenece a la zona urbana; el 35,8% al resguardo indígena y el 17,8% a la zona rural.

Entre los oficios más ejercidos por los artesanos del Urabá Antioqueño está la cestería 18,5%; la joyería 15,4%; el aplique de tela sobre tela 8,1% y la talla en madera 4,8%. En 2019, Artesanías de Colombia a través de cinco de sus programas y proyectos, benefició a más de 270 artesanos en esta zona. (p.1)

Existen pocos competidores en el Distrito Turístico de Turbo; ya que hay pocas empresas dedicadas a las artesanías, a grandes rasgos se puede evidenciar que tienen productos variados, de muy buena calidad, y variedad; con precios favorables al público.

Consultando a la población de Turbo, se pudo evidenciar los siguientes lugares donde venta de artesanías: Dirección: Cra. 21 #114-85, Turbo, Antioquia; Barú Café y Artesanías,

Ubicado en: Restaurante el Muelle turístico y Café Barú y Artesanías, ubicado en la dirección Cra. 13 #99a-05, Turbo, Antioquia.

Tipo de Mercado

Análisis de Proveedores y Régimen de Mercado de Insumos.

El gremio reciclador del municipio de Turbo, proveerá los residuos sólidos tales como, plástico y vidrio; en lo cual, se enfocará en el aprovechamiento económico de estos residuos, que tanto impacto negativo está creando en el municipio, posterior a esto, se convertirá: artesanías alegóricas del municipio. Todo lo anterior para ayudar a la descontaminación municipal, teniendo como objetivo principal, descongestionar el nivel de contaminación, vial y caños, de la zona, además, de ubicar al municipio.

De acuerdo al estudio “Análisis de los beneficios económicos, sociales y ambientales en el reciclaje y aprovechamiento de los residuos sólidos urbanos en 20 hogares del Municipio de Turbo, año 2022”, los autores, Martínez & Montoya, (2022), dan a conocer una su investigación que:

Las cantidades totales por kilogramos recolectadas de la primera semana del mes de octubre del 2022, en lo que se ha identificado que la cantidad que presentan para los residuos de Pet equivalen a un 35%, para los plásticos- 43 pasta 36% y el vidrio un 28%, interpretando que la mayor cantidad de flujo del residuo recolectados es el plástico y el menos es el vidrio.

De acuerdo al enunciado se interpreta que el valor del precio mínimo y máximo de los residuos Pet es de \$200 y \$650 pesos, con un promedio del su precio de \$515 pesos, este tiene

una desviación entre sus precios del \$122 pesos y entre su precio frecuente es por valor de \$600 pesos. Para el residuo plástico- pasta maneja un precio mínimo y máximo de \$ 200 y \$1.100 pesos y su valor más repetitivo es de \$ 800 pesos, presentando una desviación entre sus precios de \$217 pesos. Por último, el residuo del vidrio proyecta un valor mínimo y máximo de \$300 y \$600 pesos con un valor promedio de su precio de \$ 452 pesos y se da una desviación entre sus precios de \$71 pesos siendo la cifra repetitiva por valor de \$400 pesos. (p.42)

Los proveedores serán el grupo de recicladores que proveerán los siguientes insumos:

Plástico reciclado.

Para la etapa de transformación del plástico, se pretende empezar con una capacidad instalada mínima 1.000 kilos, para esto se recomienda adquirir las máquinas necesarias para realizar las etapas siguientes:

Vidrio.

El vidrio es un material que, por muchas veces que se recicle, conserva el 100% de sus propiedades originales. Esta cadena de reciclaje de materiales forma lo que puede denominarse un "círculo perfecto", un ejemplo de economía circular y sostenibilidad. **Se pretende comprar: 1.00 kilos.**

Proyección de la Oferta (histórico – actual y futuro)

Para la proyección de la oferta se tiene la oferta de Artesanías de Colombia. Se hace la proyección actual para el año y la proyección a futuro de los años subsiguientes desde al año 2 al 5.

Figura 4

Comportamiento histórico de la Oferta de artesanías en Colombia

INGRESOS DE LOS ARTESANOS							
INICIATIVA	2018 (Línea Base)	2019	2020	Meta inicial 2021	Meta ajustada 2021	2021	
FERIAS ORGANIZADAS POR ADC	\$ 17.332	\$ 18.854	\$ 645	\$ 677	\$ 677	\$14.022	2.071%
INGRESOS PARTICIPACIÓN EN FERIAS REGIONALES E INTERNACIONALES	\$ 1.185	\$ 1.795	\$ 615	\$ 646	\$ 646	\$ 1.119	173%
ARTICULACIÓN INDUSTRIAS CREATIVAS - ARTESANOS	\$ 1.784	\$ 2.904	\$ 3.370	\$ 3.789	\$ 4.322	\$ 6.735	156%
INVERSIÓN EN PRODUCTO ARTESANAL	\$ 4.813**	\$ 2.921	\$ 2.315	\$ 2.180	\$ 1.947	\$ 1.692	87%
TOTAL INGRESOS	\$ 26.975	\$ 28.831	\$ 6.945	\$ 7.292	\$ 7.592	\$ 23.568	310%
RUEDAS DE NEGOCIO	\$ 1.861	\$ 2.357	\$ 6*	\$ 10*	\$ 10*	\$ 2.105	21.050%

Fuente. (AresaniasdeColombia, Informe de Artesanías, 2022)

Tabla 17

Proyección de la oferta futura

Resumen de Proyecciones de Ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanías "Pato Pisingo"	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanías "Puerto Pisisí"	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanías "Plazoleta"	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Artesanías "Cangrejo azul"	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
TOTAL	4.800	5.160	5.520	5.880	6.240

Fuente. Autoría propia

Análisis de Precios

Determinación del Precio Promedio

El método escogido para la fijación de precio es el de por competencias, donde el autor (Rodríguez, 2015), “los precios competitivos consisten en establecer el precio al mismo nivel

que los competidores. Este método se basa en la idea de que los competidores ya han trabajado exhaustivamente en su fijación de precios” (p.15).

Teniendo en cuenta el precio que en el municipio de Turbo y de otras ciudades que comercializan artesanías alegóricas similares, por lo anterior se estiman los siguientes precios. Los productos son artesanías alegóricas al municipio de Turbo, realizadas con base de materias recicladas: plástico y vidrio, que son pequeñas replicas a menor escala de lugares y esculturas locales del Distrito de Turbo, como son el “parque de la plazoleta”; escultura del “Pato Pisingo”, el nuevo Puerto “Pisisí” y la escultura del “Cangrejo Azul”.

En la siguiente tabla, se describen cada una de ellas y sus respectivos motivos alegóricos al municipio, así:

Tabla 18*Precios de productos de artesanías de otras ciudades*

Producto	Precio	Ciudad
Artesanía alegóricas Lápices de Carnaval	\$17.000	Barranquilla
Artesanías alegóricas imagen a la danza del Torito	\$20.000	Barranquilla
Artesanías alegóricas a la India Catalina	\$20.000	Cartagena
Artesanías alegóricas máscara de la marimonda	\$20.000	Barranquilla
Artesanías alegóricas la gorda de Botero	\$22.000	Medellín

Fuente. Mercado Libre Colombia-2023

Con base a los precios de artesanías alegóricas de otras ciudades de Colombia, con las mismas características de las producidas por la empresa de Turbo, se definen los precios, así:

Tabla 19*Precios del producto*

Producto	Precio
Artesanías alegóricas a Turbo “Pato Pisingo”	\$17.000
Artesanías alegóricas a Turbo “Puerto Pisisí”	\$20.000
Artesanías alegóricas a Turbo “Parque la Plazoleta”	\$15.000

Artesanías alegóricas a Turbo “Cangrejo Azul”	\$20.000
--	----------

Fuente. Autoría propia

Análisis Histórico y Proyección de Precios

Al ser una empresa que sólo se va a crear, no se cuentan con datos estadísticos para hacer un histórico; pero si se realizó la proyección de precios desde el primer año (actual) y a futuro a próximos años subsiguientes.

Tabla 20

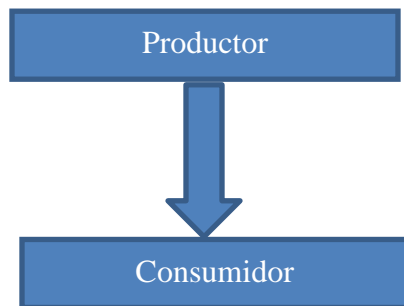
Proyección de precios

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanías "Pato Pisingo"	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000	\$ 20.000	\$ 21.000
Artesanía "Puerto Pisisí"	\$ 20.000	\$ 21.000	\$ 22.000	\$ 23.000	\$ 24.000
Artesanías "Plazoleta"	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000
Artesanías "Cangrejo Azul"	\$ 20.000	\$ 21.000	\$ 22.000	\$ 23.000	\$ 24.000

Nota. Para la proyección de precios se fijaron los precios por competencia para el primer año; y se incrementó año tras año un 0.625%, teniendo en cuenta, que en agosto de 2023 la variación anual del IPC que 11,43%, es decir, 0,59 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 10,84%

Comercialización y Distribución del Servicio o Producto

Canal Directo. El productor vende directamente al consumidor, sin intermediarios. La vía más rápida, pero no siempre posible, ni la más barata o adecuada.

Figura 5*Canal de distribución directo**Fuente. Autoría propia****Análisis se las Ventajas y Desventajas de los Canales Existentes***

- ✓ El canal directo tiene como ventajas:
- ✓ Mayor conexión con la base de clientes.
- ✓ Mayor control del proceso de distribución.
- ✓ Mejor seguimiento de cómo se entregan las mercancías.
- ✓ Mayor posibilidad de identificar y eliminar ineficiencias.
- ✓ Posibilidad de incorporar nuevos productos.
- ✓ Facilidad para la fijación de precios.
- ✓ Respuesta inmediata a los pedidos.
- ✓ Bajos costos de transporte.

El canal directo tiene como desventajas:

- ✓ La distribución de los productos suele tener un alcance geográfico más limitado.
- ✓ El volumen de ventas suele ser inferior.
- ✓ Se requiere más esfuerzos administrativos y contar con un equipo humano capaz de optimizar el proceso de distribución.

Descripción Operativa del Canal de Comercialización Seleccionado

El Canal Directo. El productor vende directamente al consumidor, sin intermediarios. La vía más rápida, pero no siempre posible, ni la más barata o adecuada.

La forma de distribuir los productos al mayorista o al cliente final, será entrega a domicilio, después de haber realizado el pago por los productos, los cuales se realizará a través de Bancolombia, Efecty, Nequi, DaviPlata, por ser las principales plataformas de pago virtual en Colombia y utilizadas por la mayoría de las empresas e-commerce. La importancia de su aplicación radica en que estas van a facilitar a los futuros clientes al momento de hacer sus compras ya que tendrían el acceso a todos los medios de pago disponibles.

Por otro lado, en cuanto a la entrega del producto, se tiene previsto utilizar los medios establecidos de entrega de paquetería como Envía, Servientrega, TCC y Tu Mensajero, debido a su amplia experiencia en la realización de entregas. Además, también cuentan con un sistema logístico calificado, logrando que la distribución se realice a nivel regional y nacional, y de manera segura, en donde el cliente puede hacer uso del software que cada una de estas tienen predestinado para que sus clientes rastreen sus pedidos, ganando la confianza de estos, en la futura empresa. El plazo de entrega de los productos dependerá de varios factores, según la ubicación del cliente y las condiciones de las carreteras. Por otro lado, para compras superiores a \$250,000, el envío será gratuito.

Mecanismos de Promoción y Publicidad

La estrategia de promoción es el plan para generar o aumentar la demanda de un producto. Permite determinar las tácticas que se usarán para generar conciencia sobre el producto y para hacer que todos quieran comprarlo. (MacNeil, 2022)

Es por ello, que el objetivo de la futura empresa, radicaría en crear estrategias de promoción, que nos permita darles visibilidad a nuestros productos por medio de las redes sociales, medio que, gracias a la encuesta realizada (véase apéndice B), se determinó que es la forma más idónea, para captar los clientes potenciales. ¿Cómo? Haciéndoles reconocer la problemática que en estos momentos estamos atravesando en la región, con la contaminación de los ríos y mares que hacen parte del atractivo de la región, en este caso, del municipio de Turbo; una vez, que hacemos reconocer la necesidad, evalúan nuestros productos como una solución y finalmente accedan a comprarlo.

La distribución del producto será a través de la venta directa y online, el objetivo del plan de comunicación es captar el mayor porcentaje de mayoristas y clientes finales, a través de las redes sociales y radio, para promocionar el producto.

Otros: volantes, se realizará de manera constante entrevistas y charlas a las instituciones ubicados en el municipio de Turbo, para dar a conocer la importancia de la cultura del reciclaje.

Campaña de publicidad: Se realizará una campaña de publicidad, planteando los siguientes objetivos.

- ✓ Dar a conocer la empresa.
- ✓ Crear una buena imagen corporativa.
- ✓ Informar acerca de las características de nuestros productos

- ✓ Dar a conocer los beneficios para aquellos clientes recurrentes.
- ✓ Influir en los hábitos de compra de clientes potenciales.
- ✓ Dar a conocer los impactos sociales y ambientales, que generarían al comprar nuestros productos.

Con estos objetivos, el área comercial de la futura empresa se encargará de elaborar una Promoción de ventas adecuada que garanticen la aceptación de los productos que ofrecerá la misma. Estas estrategias se las realizará a través del Marketing Digital.

Estudio Técnico Nivel 4

Tamaño del Proyecto

Capacidad del Proyecto

Para definir la capacidad del proyecto según el autor (Cagigas & Ramírez, 2019), se tiene en cuenta el cálculo de la capacidad de producción de una empresa activa:

Basta valorar los recursos disponibles, es decir, medir la cantidad y calidad de los recursos humanos, las máquinas y equipos, las instalaciones físicas, la distribución de la planta, el sistema de producción y el capital de trabajo disponible. Sería cuestión de multiplicar el tiempo real disponible para producir, por el número de operarios, por los turnos de producción y por el número de días laborables (p.1)

Teniendo en cuenta los criterios anteriores, la capacidad del proyecto de artesanías alegóricas, en cuanto a la producción es: Artesanías “Pato Pisingo”; para el primer año es de 1.800 unidades, para el segundo año, 1.920; para el tercer año, 2.040; para el cuarto año, 2.160 y para el año 5, 2, 280.

Artesanías “Puerto Pisisí”; para el primer año es de 1.800 unidades, para el segundo año, 1.920; para el tercer año, 2.040; para el cuarto año, 2.160 y para el año 5, 2, 280.

Artesanías “Plazoleta”, para el primer año es de 1.200 unidades, para el segundo año, 1.320; para el tercer año, 1.440; para el cuarto año, 1.560 y para el año 5, 1, 680.

Artesanías “el cangrejo azul”, para el primer año es de 1.200 unidades, para el segundo año, 1.320; para el tercer año, 1.440; para el cuarto año, 1.560 y para el año 5, 1, 680.

La producción del proyecto, si satisface la demanda insatisfecha del municipio de Turbo; ya que se busca mantener el equilibrio entre la demanda y la oferta, que es un desafío que toda empresa enfrenta. La producción debe ir a la par con la demanda de tu clientes objetivo, en este caso con los habitantes del Municipio de Turbo, la empresa se puede enfrentar a pérdidas debido a una superproducción de los productos artesanales. Por el contrario, si produces menos productos artesanales, de lo que demandan tus clientes, muchos quedarán insatisfechos por no poder acceder a la oferta de la empresa. En este caso, la cantidad de productos de artesanías de la demanda es la misma cantidad de la oferta.

Capacidad total Diseñada.

Según el autor (Sánchez, 2014), la capacidad instalada “es el nivel máximo posible de producción en condiciones normales, es la capacidad de producción del proyecto” (p.56)

La capacidad instalada de la empresa de artesanías alegóricas, se tiene en cuenta el potencial de producción o volumen máximo de producción que tiene la empresa en mención, cantidad que se puede lograr diario, mensual y anual, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos. Para determinar la capacidad total diseñada, se tiene en cuenta la capacidad de producción y los otros criterios antes mencionados; se hace la proyección a 5 años.

Tabla 21*Tamaño del proyecto*

Resumen de Proyecciones de Ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanía “Pato Pisingo”	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanía “Puerto Pisisí”	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanía “Plazoleta”	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Artesanía “Cangrejo Azul”	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Total, unidades	4.800	5.160	5.520	5.880	6.240

Fuente. Autoría propia*Análisis de los Principales Factores Condicionales del Tamaño Del Proyecto***1. El Mercado**

Se debe tener en cuenta que Turbo, es un Distrito Turístico; tienes la posibilidad de disfrutar el sabor cultural, la alegría del alma y la música del Caribe antioqueño. Gran parte de su riqueza cultural se basa en su gastronomía que combina productos frescos del mar con sabores cítricos, frutas, verduras y recetas autóctonas que deleitan cualquier paladar. Allí encontrarás el Parque Nacional Natural Katíos, hogar de grupos autóctonos y del 30% de las aves de toda Colombia. Las playas más populares de Turbo son: La Martina, Tie, Bahía Los Enamorados, Bahía El Muelle y Playa Dulce. Es el sitio perfecto para los amantes de la naturaleza, el mar, la cultura, la gastronomía y la aventura.

Todas las bondades anteriores, se convierten en una oportunidad de negocio para la naciente empresa de artesanías alegóricas, existe un potencial mercado, donde se podría vender toda la producción proyectada.

2. Disponibilidad de Recursos Financieros

Los recursos financieros de la empresa se iniciarán En la empresa **CAMTUR S.A.S**, los emprendedores, solicitarán préstamo al Banco Agrario por la suma de: \$102.000.000 y el aporte de capital \$30.000.000. De acuerdo con el análisis de los costos y gastos del proyecto, se puede evidenciar que los recursos, son suficientes para el éxito en la materialización de la producción proyectada.

3. Disponibilidad de Insumos y Materia Prima.

Hay disponibilidad de la materia prima (Vidrio) y (Plástico); se encuentra en gran cantidad en la ciudad de Turbo producto del reciclaje. Para la etapa de transformación del plástico, se pretende empezar con una capacidad instalada mínima 1.000 kilos. Esta cadena de reciclaje de materiales forma lo que puede denominarse un "círculo perfecto", un ejemplo de economía circular y sostenibilidad. **Se pretende comprar: 1.000 kilos.**

4. La tecnología utilizada.

Los procesos tecnológicos que exigen un volumen mínimo de producción son simples y comunes, en la elaboración de las artesanías alegóricas, es tan difícil llegar a los topes de producción proyectados.

5. Problemas de transporte.

En el municipio de Turbo y en toda la subregión de Urabá, existe el número suficiente de empresas dedicadas al autotransporte público y privado, que pueden proporcionar sus servicios

para el transporte de los insumos, materias primas y productos elaborados, no existe tara alguna por este concepto.

6. Capacidad administrativa.

Para el presente proyecto, ésta no puede significar limitante alguna o restricción para el tamaño y la capacidad de la planta, puesto que se tiene contemplado, el seleccionar el personal debidamente capacitado, que conocen del tema de las artesanías y del reciclaje.

Programa de comercialización

El programa de comercialización es una de las partes más importantes en la planeación de la empresa. En este programa se definirán los productos a comercializar, los clientes objetivos, forma de atraer los clientes, concretamente las acciones que se deben llevar a cabo para atraer y retener a estos clientes y cuál es la estimación de ventas en un periodo de tiempo determinado

Productos a Comercializar:

El producto que pretende ofrecer la empresa CAMTUR, son las artesanías alegóricas del municipio de Turbo; elaboradas con elementos reciclados como el vidrio y plástico, que son pequeñas replicas a menor escala de lugares y esculturas locales del Distrito Turístico, como son: Artesanías “Pato Pisingo”; Artesanía “Parque la Plazoleta”, artesanía “Puerto Pisisí” y Artesanía “Cangrejo Azul”

Clientes Objetivos:

Los clientes objetivos se encuentran en la ciudad de Turbo, son turistas y los mismos habitantes del Distrito Turístico.

Estrategias de Marketing Digital.

Se utilizarán las siguientes: **Estrategias de Marketing Digital:**

- Acciones en el blog o página web.
- Acciones en Redes Sociales.
- Acciones en E-mail Marketing.
- Acciones de conversión.
- Preguntas frecuentes.

Programación de la Estimación de Ventas

El programa de comercialización de la empresa de artesanías alegóricas presenta en detalle las ventas por cada artesanía, por cada mes, por cada año; proyectadas en 5 años.

Tabla 22

Programa comercialización de la artesanía “Pato Pisingo”

Ventas Esperadas					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	150	160	170	180	190
Mes 2	150	160	170	180	190
Mes 3	150	160	170	180	190
Mes 4	150	160	170	180	190
Mes 5	150	160	170	180	190
Mes 6	150	160	170	180	190
Mes 7	150	160	170	180	190
Mes 8	150	160	170	180	190
Mes 9	150	160	170	180	190
Mes 10	150	160	170	180	190
Mes 11	150	160	170	180	190
Mes 12	150	160	170	180	190
Artesanía Pato Pisingo	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00
Precio	\$ 17.000,00	\$ 18.000,00	\$ 19.000,00	\$ 20.000,00	\$ 21.000,00

	\$	\$	\$	\$	\$
Ventas Esperadas	30.600.000,	34.560.000,	38.760.000,	43.200.000,	47.880.000,
	00	00	00	00	00

Ventas esperadas					
Producto	Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pato Pisingo	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280

Ingresos por Ventas					
Producto	Ventas \$				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pato Pisingo	\$ 30.600.000	\$ 34.560.000	\$ 38.760.000	\$ 43.200.000	\$ 47.880.000
Precio	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000	\$ 20.000	\$ 21.000

Nota. El método utilizado es el ascendente: con este método debes calcular la cantidad total de unidades producidas que tu empresa venderá en un ciclo de ventas, luego multiplicar ese número por el costo promedio por unidad. En este caso, para las artesanías “Pato Pisingo”; se presupuestan 5 unidades elaboradas por día, 150 unidades por mes, se multiplica 5 unidades x 30 días; da como resultado = 150 unidades producidas al mes y se multiplica 150 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.800 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente.

Tabla 23*Programa de comercialización de las artesanías “Puerto Pisisí”*

Ventas Mensuales Esperadas					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	150	160	170	180	190
Mes 2	150	160	170	180	190
Mes 3	150	160	170	180	190
Mes 4	150	160	170	180	190
Mes 5	150	160	170	180	190
Mes 6	150	160	170	180	190
Mes 7	150	160	170	180	190
Mes 8	150	160	170	180	190
Mes 9	150	160	170	180	190
Mes 10	150	160	170	180	190
Mes 11	150	160	170	180	190
Mes 12	150	160	170	180	190
Puerto Pisisí	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00
Precio	\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.000,00	\$ 23.000,00	\$ 24.000,00
Ventas esperadas	\$ 36.000.000,00	\$ 40.320.000,00	\$ 44.880.000,00	\$ 49.680.000,00	\$ 54.720.000,00

Ventas en unidades

Producto	Proyecciones de Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Puerto Pisisí	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280

Ingresos por Ventas

Producto	Ventas \$				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Puerto Pisisí	\$ 36.000.000	\$ 40.320.000	\$ 44.880.000	\$ 49.680.000	\$ 54.720.000
Precio	\$ 20.000	\$ 21.000	\$ 22.000	\$ 23.000	\$ 24.000

Nota. El método utilizado es el ascendente: con este método debes calcular la cantidad total de unidades producidas que tu empresa venderá en un ciclo de ventas, luego multiplicar ese número por el costo promedio por unidad. En este caso, para las artesanías “Puerto Pisingo”; se

presupuestan 5 unidades elaboradas por día, 150 unidades por mes, se multiplica 5 unidades x 30 días; da como resultado = 150 unidades producidas al mes y se multiplica 150 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.800 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente.

Tabla 24

Programa de comercialización de las artesanías “Parque la Plazoleta”

Ventas Mensuales					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	100	110	120	130	140
Mes 2	100	110	120	130	140
Mes 3	100	110	120	130	140
Mes 4	100	110	120	130	140
Mes 5	100	110	120	130	140
Mes 6	100	110	120	130	140
Mes 7	100	110	120	130	140
Mes 8	100	110	120	130	140
Mes 9	100	110	120	130	140
Mes 10	100	110	120	130	140
Mes 11	100	110	120	130	140
Mes 12	100	110	120	130	140
Parque la Plazoleta	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Precio	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00
Ventas Esperadas	\$ 18.000.000,00	\$ 21.120.000,00	\$ 24.480.000,00	\$ 28.080.000,00	\$ 31.920.000,00

Ventas Esperadas en Unidades

Ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Parque la Plazoleta	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680

Ingresos por Ventas

Ventas \$					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cangrejo Azul	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Precio	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000

Nota. En este caso, para las artesanías “Plazoleta”; se presupuestan 3 unidades elaboradas por día, 100 unidades por mes, se multiplica 100 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.200 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente.

Tabla 25

Programa de ventas de la artesanía “Cangrejo Azul”

Ventas Esperadas Mensuales					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	100	110	120	130	140
Mes 2	100	110	120	130	140
Mes 3	100	110	120	130	140
Mes 4	100	110	120	130	140
Mes 5	100	110	120	130	140
Mes 6	100	110	120	130	140
Mes 7	100	110	120	130	140
Mes 8	100	110	120	130	140
Mes 9	100	110	120	130	140
Mes 10	100	110	120	130	140
Mes 11	100	110	120	130	140
Mes 12	100	110	120	130	140
Cangrejo azul	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Precio	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00
Ventas Esperadas	\$ 18.000.000,00	\$ 21.120.000,00	\$ 24.480.000,00	\$ 28.080.000,00	\$ 31.920.000,00

Ventas en Unidades

Producto	Proyecciones De Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cangrejo Azul	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680

Ingresos por Ventas

Producto	Ventas \$				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cangrejo azul	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Precio	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000

Nota. En este caso, para las artesanías “Cangrejo Azul”; se presupuestan 3 unidades elaboradas por día, 100 unidades por mes, se multiplica 100 unidades x 12 meses, dando como resultado 1.200 unidades para el primer año. Se incrementa del primer año hacia adelante un porcentaje 0.0625% para los subsiguientes años, teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa naciente.

Teniendo en cuenta los recursos económicos, humanos y de materias primas, se hace la proyección del programa de comercialización para 5 años.

Tabla 26*Programa de comercialización por año y por producto*

Resumen de Proyecciones de Ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanía “Pato Pisingo”	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanía “Puerto Pisisí”	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanía “Plazoleta”	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Artesanía “Cangrejo azul”	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Total, unidades	4.800	5.160	5.520	5.880	6.240
Resumen ingresos Proyecciones de ventas \$					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanía “Pato Pisingo”	\$ 30.600.000	\$ 34.560.000	\$ 38.760.000	\$ 43.200.000	\$ 47.880.000
Artesanía “Puerto Pisisí”	\$ 36.000.000	\$ 40.320.000	\$ 44.880.000	\$ 49.680.000	\$ 54.720.000
Artesanía “Plazoleta”	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Artesanía “Cangrejo azul”	\$ 24.000.000	\$ 27.720.000	\$ 31.680.000	\$ 35.880.000	\$ 40.320.000
Total	\$ 108.600.000	\$ 123.720.000	\$ 139.800.000	\$ 156.840.000	\$ 174.840.000

*Fuente. Autoría propia****Conclusión Sobre el Tamaño de la Planta (o del local)***

La empresa dispondrá de una distribución completa en la planta de elaboración de artesanías, la cual, permitirá un funcionamiento eficaz del proyecto.

A éste el lugar es a donde se llevarán los residuos y se comenzara su reutilización y tratamiento del residuo, en las artesanías alegóricas al municipio de Turbo. El lugar está en la vía que conecta a Apartadó y Turbo, ya que al momento de hacer uso de las maquinarias de

tratamiento residual se quiere evitar incomodar a los habitantes por el ruido que esta pueda provocar o el mal olor de los residuos cuando sean almacenados en el lugar.

Acortar los tiempos de producción para incrementar la fabricación de los productos. En las instalaciones, tanto la maquinaria como la materia prima estarán dispuestas y organizadas de forma que se dé el ahorro del espacio y disminuya el tiempo de recorrido de los diferentes pasillos y almacén de productos por parte los trabajadores.

Reducir posibles riesgos e implementar elementos que garanticen la seguridad de los trabajadores. En el diseño de planta de las instalaciones para la elaboración de las artesanías alegóricas, se prioriza la eliminación o minimización de los riesgos para la integridad física de todos los trabajadores de la empresa. A saber:

- Disponer de iluminación y ventilación,
- Ofrecer accesibilidad a los puntos de mantenimiento y servicio.
- Contar con rutas de escape y un plan de emergencia.

Localización del Proyecto

Macro Localización

Subregión de Urabá. Según el (PlandesarroldepartamentalAntioquia, 2020-2023), Esta subregión se localiza en la parte:

Noroccidental del departamento, al ser una subregión costera, se convierte en una subregión estratégica para la conexión de Antioquia con los mercados mundiales. Esta limita al norte con la frontera con Panamá y el mar caribe (océano Atlántico), al oriente con la subregión

de Occidente y el Departamento de Córdoba, con las subregiones de Suroeste, el Occidente y el Departamento de Chocó al sur. Se compone por 11 municipios: Apartadó, Arboletes, Carepa, Chigorodó, Murindó, Mutatá, Necoclí, San Juan de Urabá, San Pedro de Urabá, Turbo y Vigía del Fuerte. Tiene una extensión total de 11.664 km² (18,6% del departamento) y un piso macro térmico, en el cual hay una producción predominante de banano.

Para 2019, tuvo una población proyectada de 514.423 habitantes, participando en el total departamental con el 7,9%. Esta población se distribuye en 252.475 hombres (49,1%) y 261.948 (51,9%) mujeres, estando localizados el 56,3% en la parte urbana y el 43,7% en la rural.

En cuanto al mercado laboral de esta subregión, según la información de la ECV 2019, la tasa de desempleo se localizó en el 12,8%, siendo la más alta de todas las subregiones, e impactando en mayor medida a las mujeres en relación con los hombres, dándose valores de 24,2% contra 6,2%, respectivamente. En lo que se refiere a la formalidad laboral, se tiene una tasa del 41,0%. Siendo los sectores con mayor participación, el agropecuario (37,2%), el de servicios (20,5%) y el de comercio (20,0%). Del sector agropecuario, según estadísticas de las Evaluaciones agropecuarias municipales realizadas por Min Agricultura, tuvieron una participación del 46,4% de la producción del departamento, con 1.710.999 toneladas, que corresponden a 24 cultivos, siendo los de mayor participación banano (73,7%) y plátano (14,9%). (p.88)

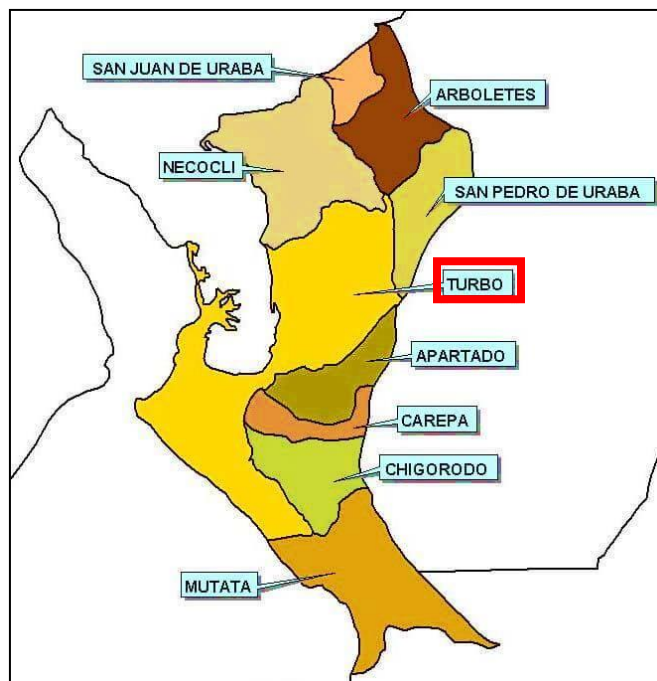
Figura 6*Macro localización (Urabá)**Micro Localización*

Turbo. Según el (PlandeDesarrolloMunicipal2020-2023, 2020), es un distrito de Colombia localizado en la subregión de Urabá en el departamento de Antioquia.

Siendo el municipio más grande de este departamento con una extensión de 3055 ², muy por encima de Urrao, limita al norte con el Golfo de Urabá, Necoclí y Arboletes, al oriente con San Pedro de Urabá y Valencia (Córdoba), al suroriente con Apartadó, Carepa y Chigorodó, al sur con Mutatá y al occidente con Riosucio y Unguía (Ambas en el Chocó).

Figura 7

Micro localización (Turbo, Antioquia)



Nota. Para este proyecto se escogió el municipio de Turbo, ubicado en la región del Urabá Antioqueño, por ser una zona con potencial de desarrollo económico y poblacional, por lo tanto, la planta de tratamiento de residuos sólidos se ubicará en suburbios de la ciudad por Turbo - Apartadó. *Fuente.* Imagen recuperada del sitio web, (NoticiasUrabá, 2017)

Punto de venta n°1 (Muelle Turístico Turbo Antioquia)

Uno de los lugares donde estaría ubicado nuestro punto de venta, sería en el muelle turístico, ya que es allí es donde entran y sale una gran cantidad de turista, lo que lo vuelve un punto perfecto para las ventas de artesanías alegóricas del municipio.

Figura 8

Muelle turístico de Turbo



Nota. El Muelle Turístico del municipio de Turbo, el cual consta de batería de baños, punto de información, restaurante, locales comerciales, taquillas y sala de enfermería.

Punto De Venta N°2 (Plazoleta El Pescador).

Este es un punto muy importante e icónico del municipio de Turbo, ya que es un lugar donde es casi obligatorio pasar, debido a que está ubicado en todo el centro del municipio; estar ubicados en esta área, nos daría una visibilidad significativa, clave para logro de nuestros objetivos.

Figura 9*Plazoleta del pescador*

Nota. Un lugar emblemático del municipio de Turbo Antioquia.

Para la escogencia de los puntos de venta de la empresa, se tuvo en cuenta los siguientes criterios, así:

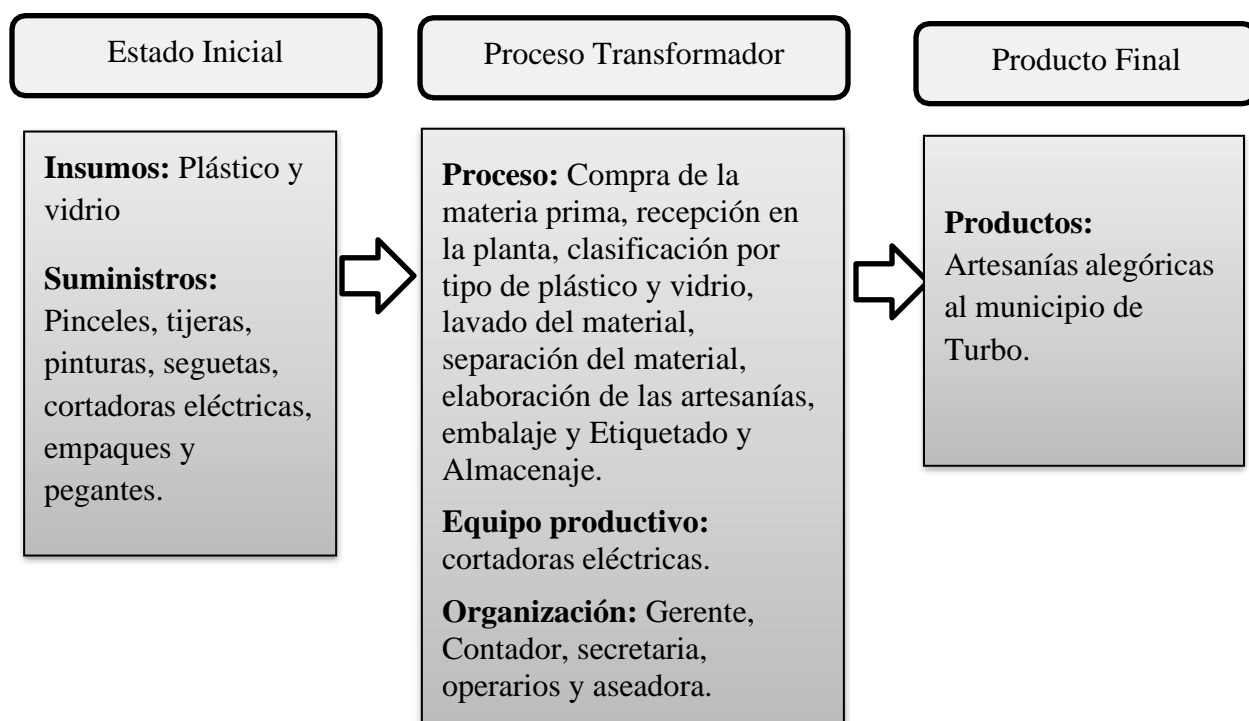
1. Proximidad de los sitios, atractivos y facilidad para los clientes
2. Presencia de la competencia

Proximidad a los proveedores

Ingeniería del Proyecto

Figura 10

Ingeniería del estudio



Fuente. Autoría propia

Descripción Técnica del Producto o Servicio

Se elaborarán artesanías a menor escala, alegóricas al municipio de Turbo, de sitios emblemáticos y esculturas orgullo del Distrito.

Figura 11

Artesanías



Artesanía Alegórica “Puerto Pisisí”

Artesanía Alegórica “Cangrejo Azul”



Artesanía “Parque Plazoleta”

Artesanía alegórica “Pato Pisingo”

Fuente. Autoría propia

Ficha técnica:

Pieza: Artesanía Alegórica “Puerto Pisisí”

Material: Vidrio y plástico.

Cantidad: 1

Especificaciones técnicas: coloridas y de muy buena calidad; las artesanías son de fabricación manual; el artesano selecciona la materia prima dándole su propio estilo y personalidad, son resistentes y duraderas.

Color: Varios colores: azul, rojo, naranjado, gris

Peso: 125 gramos

Largo: 15 cms

Ancho.15 cms

Precio: \$20.000

Ficha Técnica:

Pieza: Pato Pisingo

Material: Vidrio y plástico.

Cantidad: 1

Especificaciones técnicas: coloridas y de muy buena calidad; las artesanías son de fabricación manual; el artesano selecciona la materia prima dándole su propio estilo y personalidad, son resistentes y duraderas.

Color: Varios colores: azul, rojo, naranjado, gris

Peso: 125 gramos

Largo: 12 cms

Ancho.10 cms

Precio: \$17.000

Ficha técnica:

Pieza: Artesanía “Parque la Plazoleta”

Material: Vidrio y plástico.

Cantidad: 1

Especificaciones técnicas: coloridas y de muy buena calidad; las artesanías son de fabricación manual; el artesano selecciona la materia prima dándole su propio estilo y personalidad, son resistentes y duraderas.

Color: Varios colores: azul, rojo, naranjado, gris, rosado, blanco.

Peso: 125 gramos

Largo: 10 cms

Ancho.10 cms

Precio: \$15.000

Ficha Técnica:

Pieza: Artesanía “El Cangrejo Azul”

Material: Vidrio y plástico.

Cantidad: 1

Especificaciones técnicas: coloridas y de muy buena calidad; las artesanías son de fabricación manual; el artesano selecciona la materia prima dándole su propio estilo y personalidad, son resistentes y duraderas.

Color: Varios colores: azul, blanco, gris.

Peso: 125 gramos

Largo: 15 cms

Ancho.15 cms

Precio: \$20.000

Diagnóstico empresarial

Según la autora (Rincón, 2020), manifiesta que el diagnóstico empresarial le permite a la administración:

Conocer la situación actual por la que atraviesa el proceso organizativo, con qué cuenta la empresa y qué puede o debe hacer, qué estrategias implementar para superar los obstáculos que impiden obtener los resultados esperados, realizando seguimiento evaluativo a las mismas y, por consiguiente, efectuando los ajustes a que haya lugar.

A través del diagnóstico empresarial, las PYMES pueden detectar las causas principales de los problemas que las aquejan, de tal manera que consigan enfocar los esfuerzos futuros en buscar medidas más efectivas y evitar el desperdicio de energías. Asimismo, la entidad puede establecer cuáles son los obstáculos que le impiden obtener los resultados deseados y ser más competitivas, logrando así ser capaz de establecer estrategias de crecimiento y satisfacer sus propios objetivos conociendo los requerimientos de sus clientes.

Es un análisis que te permite entender si la gestión de tu negocio va por buen camino. Al realizarlo, se buscan e identifican las debilidades y fortalezas de tu empresa. Así, puedes trabajar enfocándote en ellas, asegurando el éxito de tus iniciativas. (p.105)

1. Recopilación de información:

1. Finanzas: Resultados financieros.

En el caso del presente estudio de factibilidad el VPN es de \$ **250303410,6**, por lo que se puede evaluar que el proyecto, es viable y aceptable.

Según el criterio de aceptación del VPN, del autor, (Mete, 2014), manifiesta que: Si el Valor Actual Neto de un proyecto independiente es mayor 0 el proyecto se acepta, caso contrario se rechaza. Para el caso de proyectos mutuamente excluyentes, donde debo optar por uno u otro, debe elegirse el que presente el VAN mayor. (p.2)

En el caso del presente estudio de factibilidad la TIR es de \$ **115%**, mayor que la tasa de descuento, por lo que se puede evaluar que el proyecto, es viable y aceptable.

Según el criterio de aceptación del TIR, del autor, (Mete, 2014), manifiesta que: Si la TIR es mayor a la tasa de descuento, el proyecto es financieramente atractivo ya que sus ingresos cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa o alternativa. (p.2)

Relación costo-beneficio: 1.12%, es viable porque es mayor que 1.

Según el criterio de aceptación del B/C, del autor, (Mete, 2014), expone, que:

$B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado. $B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes. B/C

< 1 , muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar. (p.2)

Flujo de caja

Se proyecta una utilidad neta de:

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo al final del periodo	12.273.265	104.555.646	104.539.227	121.619.192	118.693.867

Se puede determinar que **el flujo de caja es POSITIVO**. La inversión se recuperará en el segundo año de inicio del proyecto, **en resumen, es un proyecto rentable y que augura muchos éxitos en el futuro próximo.**

2. Ventas y Marketing: El desempeño comercial y publicitario.

Para las ventas se tiene previsto en el programa de comercialización las siguientes ventas en unidades con sus respectivas cantidades en dinero, así.

Tabla 27

Programa de comercialización por año y por producto

Resumen De Proyecciones De Ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanía “Pato Pisingo”	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanía “Puerto Pisisí”	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Artesanía “Plazoleta”	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Artesanía “Cangrejo azul”	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
TOTAL, UNIDADES	4.800	5.160	5.520	5.880	6.240
Resumen ingresos Proyecciones de ventas \$					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Artesanía “Pato Pisingo”	\$ 30.600.000	\$ 34.560.000	\$ 38.760.000	\$ 43.200.000	\$ 47.880.000
Artesanía “Puerto Pisisí”	\$ 36.000.000	\$ 40.320.000	\$ 44.880.000	\$ 49.680.000	\$ 54.720.000
Artesanía “Plazoleta”	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Artesanía “Cangrejo azul”	\$ 24.000.000	\$ 27.720.000	\$ 31.680.000	\$ 35.880.000	\$ 40.320.000
TOTAL	\$ 108.600.000	\$ 123.720.000	\$ 139.800.000	\$ 156.840.000	\$ 174.840.000

Fuente. Autoría propia

En cuento al Marketing, se tiene presupuestado utilizar las siguientes: Estrategias de Marketing Digital:

- Acciones en el blog o página web.
- Acciones en Redes Sociales.
- Acciones en E-mail Marketing.
- Acciones de conversión.
- Preguntas frecuentes.

Además, se presupuesta la publicidad convencional, utilizando los diferentes medios existentes en la localidad, así:

Tabla 28

Presupuesto para la publicidad

Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo				
Detalle	Unidad	Cantidad	V/r Unit.	V/r total
Cuñas radiales	Pautas	20	10.000	\$ 200.000,00
Cuñas escritas	Pautas	20	15.000	\$ 300.000,00
Volantes	Volantes	3.000	50	\$ 150.000,00
Portafolio de servicios	Portafolios	1.000	750	\$ 750.000,00
Total				\$ 1.400.000,00

Fuente. Autoría propia

3. Operaciones:

Las actividades esenciales.

Gestión de **Proveedores**.

Se cuenta con los proveedores de vidrio y plástico, en el municipio de Turbo, el resto de accesorios para la elaboración de las artesanías es de fácil acceso en Urabá.

Elaboración de las Artesanías.

Se cuenta con la experiencia, para la fabricación y con la idea clara del negocio.

4. Recursos Humanos: Se tiene proyectado la contratación de 6 personas con empleos directos y unas 10 personas indirectas; con su respectivo contrato, pago de todas sus prestaciones sociales los empleados directos y todo lo de Ley para la entera satisfacción de los empleados.

5. Tecnología: En la producción de las artesanías no se utiliza una tecnología avanzada, solo se tienen en cuenta el medio de comunicación, como las redes sociales y ventas en línea para la comercialización.

2. Análisis de los datos

- En cuanto al aspecto financiero, se puede deducir que es aceptable, ya que los indicadores son aceptables y las proyecciones son positivas, lo que augura jugosas ganancias.
- Las ventas proyectadas tienen equilibrio entre la oferta y la demanda; se tiene la capacidad para la producción esperada, y es la justa para atender la demanda en el municipio de Turbo.
- Se tienen un programa de Marketing tanto digital como convencional, con su respectivo presupuesto; lo que asegura dar a conocer el producto por los distintos medios, buscando captar los posibles clientes.
- En cuanto a las operaciones, no existe dificultad alguna, en la operatividad de producción, se cuenta con la experiencia y la mano de obra suficiente; hay disponibilidad de los proveedores entre otros.
- La gestión de tus empleados es eficiente, los colaboradores tienen sus respectivos contratos de ley y se busca capacitarlos cada día más.
- La tecnología es sencilla, sólo se utilizarán la TIC, S

3. Identificación de oportunidades de mejora y fortalezas

Oportunidades:

1. Cambios saludables
2. Reutilización de los residuos
3. Generación de recurso económico
4. Implementar un sistema de selección y clasificación de los residuos
5. Concienciar sobre el manejo y la utilidad de los residuos sólidos.
6. Formar en emprendimiento, a través de la gestión integral de proyecto y el desarrollo sostenible.
7. Capacitar a la comunidad en la elaboración de artesanías a través del material reciclable
8. Mejorar la calidad de vida de las familias participes del proceso del reciclaje
9. Realizar artesanías alegóricas al distrito de turbo, oportunidad de negocio.
10. Apoyo de la iniciativa por parte de la comunidad
11. Apoyo de los diferentes entes municipales
12. Transformación de los residuos dándoles nueva vida y utilidad en los hogares.
13. Existe interés por parte de algunos comerciantes para adquirir los productos y distribuirlos.
14. Hay interés por parte del gobierno local y departamental por apoyar nuevos emprendimientos.

Fortalezas:

1. Los emprendedores tienen la experiencia y preparación académica en la elaboración de artesanías a base de elementos reciclables.
2. Se tienen diseños innovadores de artesanías y alegóricos a Turbo
3. Productos de artesanías de muy alta calidad.
4. Se cuenta con parte del capital financiero y con la oportunidad de adquirir crédito bancario.
5. Precios asequibles a los proveedores.
6. Los diseños tienen variedad, además se harán réplicas de lugares emblemáticos de Turbo.
7. Muchos amigos y familiares estarían dispuestos a comprar las artesanías alegóricas a Turbo.
8. Hay en los recicladores grupo gestor de la cultura y artesanías.
9. Hay vocación de emprendedores al interior de la organización de recicladores.
10. Artesanías hechas a mano personalizadas.
11. Presencia en línea (marketing digital) para mayor comodidad del cliente.
12. Seriedad, puntualidad y oportunidad en la entrega de los trabajos.

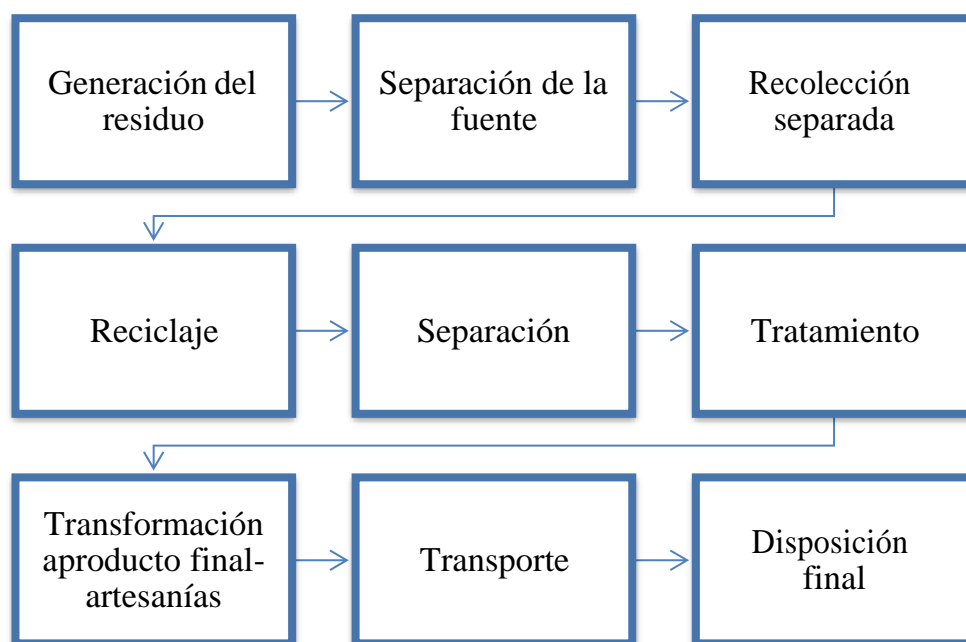
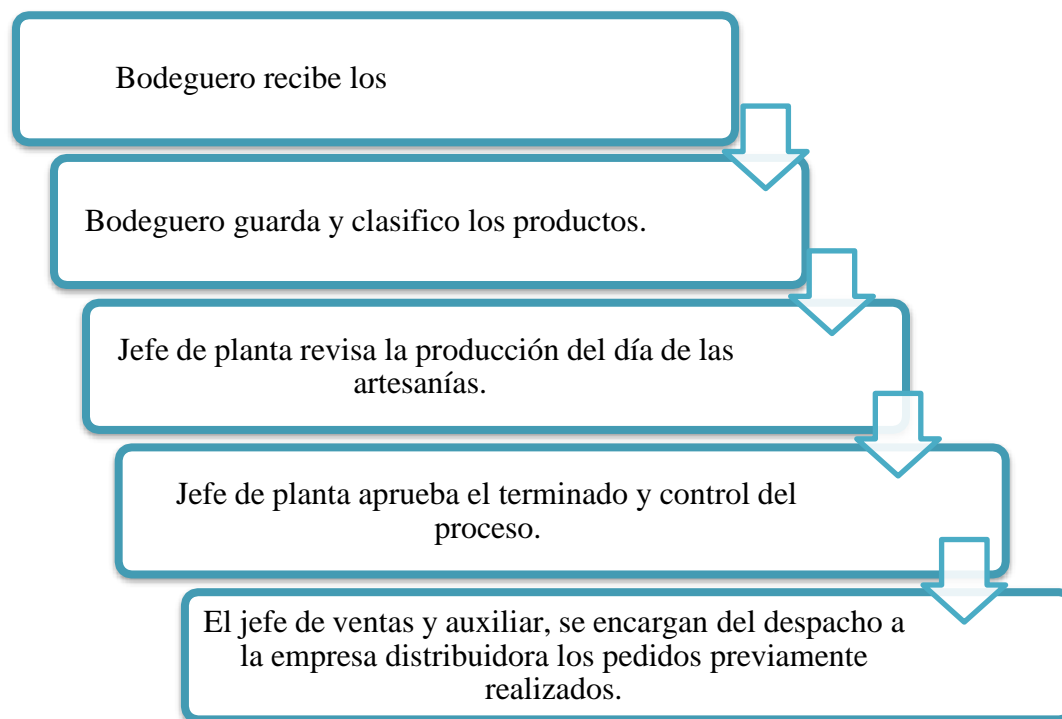
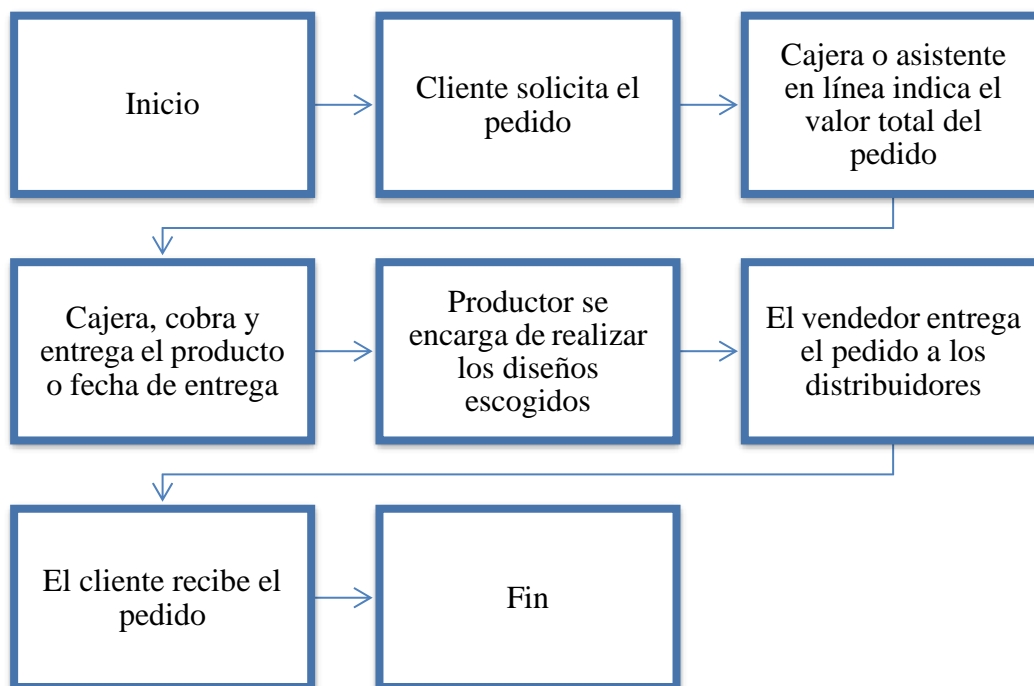
Análisis del Proceso de Producción (del bien o servicio) – Diagrama de flujo***Proceso de Recepción de Materia Prima*****Figura 12***Proceso de elaboración de artesanías**Fuente. Autoría propia*

Figura 13*Proceso de almacenamiento*

Fuente. Autoría propia

Figura 14*Proceso de servicio**Fuente. Autoría propia***Descripción Del Proceso De Transformación de las artesanías alegóricas.****Proceso de elaboración****1. Compra de la materia prima**

La compra de la materia reciclada se la hará a las recicladoras, ya que, de acuerdo a la información obtenida de la encuesta, es allí, donde se compila la mayor cantidad de estos desechos, además se publicitará la compra de reciclado en las instalaciones de la empresa para que los recolectores la vendan de manera directa proponiendo el precio de compra.

1. Recepción en la planta

La empresa hará la recolección de la materia prima en el centro de acopio y transformación en artesanías, se receptorá de manera directa en la planta el material compre que se compre a recicladores que lo llevaran directamente.

2. Clasificación por tipo de plástico y vidrio.

Para realizar las artesanías a base de material reciclado se necesita conocer la clasificación de los tipos de plásticos ya que no todos los plásticos tienen la misma la consistencia. Es necesario saber que los que más servirán son los de tipo 1 PET ya que son materiales que no están mezclados con otro tipo. Para facilitar la recolección y clasificación de los plásticos y vidrio se estableció un código numérico que indicase sin errores de qué tipo de materia prima.

3. Lavado del material

Es indispensable realizar una limpieza a nuestro material reciclado, debido a que su procedencia es el basurero, y las calles.

4. Separación del material

A pesar de comprar el material para la elaboración de los accesorios, es necesario ser meticuloso al momento de la clasificación de los desechos ya que si la masa se mezcla con otro tipo daña la consistencia de esta, y no servirá para nuestro proceso de producción.

5. Elaboración de las artesanías.

En el proceso se convierten el material reciclado en las artesanías alegóricas a Turbo.

Pato Pisingo, puerto Pisisí, Parque la Plazoleta y cangrejo Azul

6. Embalaje y Etiquetado

El producto llevara la etiqueta con el nombre, y dirección de la empresa cada vez que se despache la mercadería, hecho de hoja bond A4 y pegado en la parte superior del paquete. El producto se embalará en material plástico de funda el cual es resistente y económico, además de darle a nuestro producto una buena imagen.

7. Almacenaje

Una vez terminado el proceso productivo de la artesanía pasa a un cuarto de bodega donde se almacenará y clasificará hasta su posterior despacho.

Listado de Equipos, Maquinaria, Herramientas, Muebles, Enseres para la Operación

Los equipos, maquinarias, y otros enseres, son fundamentales en el funcionamiento y operatividad de la empresa; por eso es fundamental escogerlos de buena calidad y con su respectiva garantía. A continuación, se relacionan:

Tabla 29

Listado de Equipos, maquinaria, herramientas, muebles, enseres para la operación

Requerimiento	Unidad	Cant.	V/r. Unit	V/r. Total
Pinceles	Unidad	20	20.000	400.000
Tijeras	Unidad	4	30.000	120.000
Pinturas	Unidad	30	10.000	300.000
seguetas manuales	Unidad	4	30.000	120.000
Cortadores eléctricos	Unidad	4	120.000	480.000
Empaques	paquetes x 100	10000	500	5.000.000
Pegantes	Galones	4	100.000	400.000
Total				6.820.000

Fuente. Autoría propia

Tabla 30*Equipo de Oficina*

Inversión en Muebles y Enseres				
Detalle	Unidad	Cantidad	Vr/unitario	Vr/total
Teléfono	Unidad	1	50.000	50.000
Computador	Unidad	1	1.500.000	1.500.000
Fax	Unidad	1	450.000	450.000
Impresora	Unidad	1	250.000	250.000
Calculadora	Unidad	1	20.000	20.000
Total				2.270.000

Inversión en Equipos de Oficina				
Detalle	Unidad	Cantidad	Vr/unitario	Vr/total
Escritorio	Unidad	1	350.000	350.000
Silla Ejecutiva	Unidad	1	150.000	150.000
Silla Plástica	Unidad	6	15.000	90.000
Ventilador	Unidad	2	120.000	240.000
Archivador	Unidad	1	400.000	400.000
Dispensador de Agua	Unidad	1	200.000	200.000
Total				1.430.000

Nota. Información obtenida de distintos proveedores de la región de Urabá

Descripción de las Materias Primas e Insumos

“Las materias primas son artículos que se transforman para elaborar bienes de consumo u otros artículos que se convertirán en productos terminados o en componentes de productos de una entidad manufacturera”. (López R. R., 2019)

Plástico Reciclado.

Para la etapa de transformación del plástico, se pretende empezar con una capacidad instalada mínima 1.000 kilos.

Vidrio.

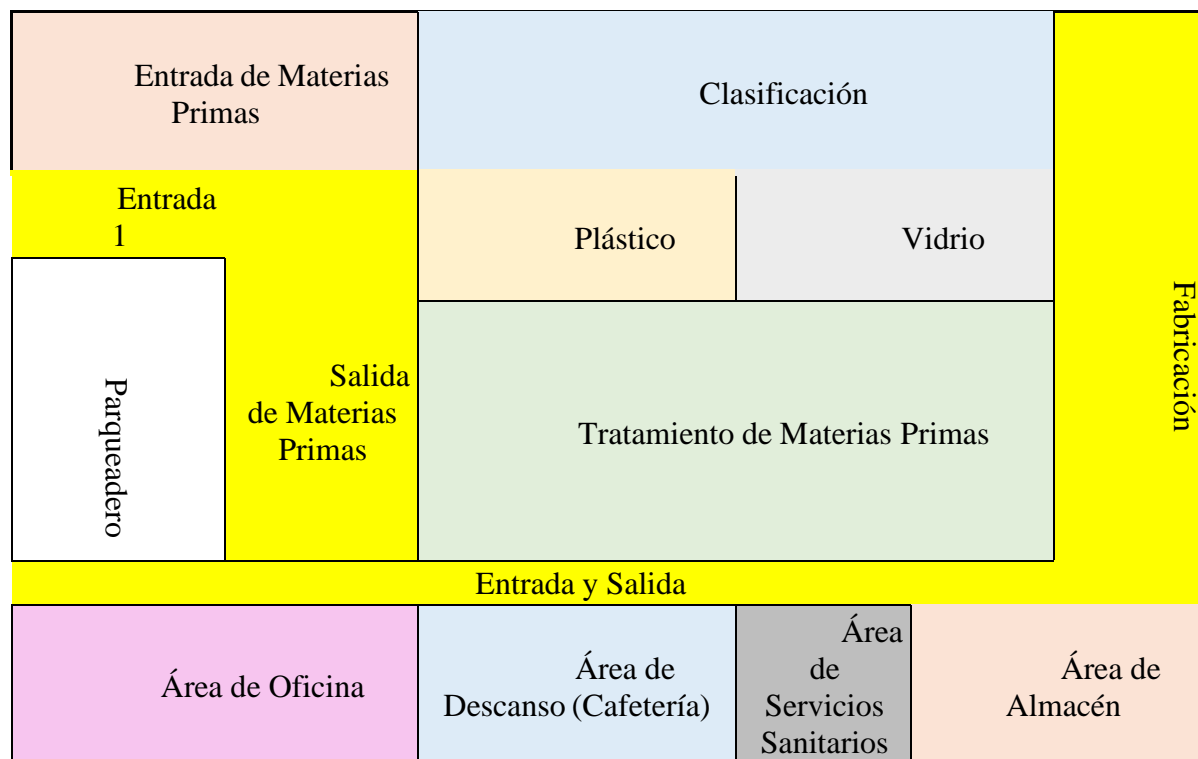
El vidrio es un material que, por muchas veces que se recicle, conserva el 100% de sus propiedades originales. Esta cadena de reciclaje de materiales forma lo que puede denominarse un "círculo perfecto", un ejemplo de economía circular y sostenibilidad. Se pretende comprar: 1.00 kilos.

Características de la materia prima.

El vidrio y el plástico deben estar en buenas condiciones, limpio, libre de rayones, arrugas, quemaduras, y otros defectos.

Distribución de Planta (o de las diferentes áreas en el local - Aproximación)

La planta de producción de artesanía es la fábrica donde se elaboran productos artesanales. Sus instalaciones disponen de todos los medios necesarios para desarrollar el proceso de fabricación, tiene sus respectivas divisiones para cada uno de las labores a realizar, buena ventilación y vías de evacuación para equilibrar necesidades de fabricación y riesgos del personal.

Figura 15*Distribución de la planta.**Fuente: Autoría propia*

Características de la planta de producción:

La seguridad siempre es importante: con el chequeo constante tanto del bienestar de los trabajadores como de las estructuras de la industria, se detectarán a tiempo los riesgos latentes que se puedan presentar. Así, las personas sabrán que están en un entorno seguro y podrán tener la certeza de que las amenazas que tienen el potencial de afectar sus labores, están controladas.

La planta de producción de la elaboración de artesanías, cuenta con amplias instalaciones divididas en varias entradas, zonas de entrega y expedición y áreas específicas de entrada y

salida de personal, respectivamente. Tienen, por lo tanto, una gran necesidad de seguridad interna y también de protección perimetral para evitar intrusiones.

Estudio Organizacional Nivel 5

Organización de la Empresa

El proyecto se planteó como una empresa de tipo formal; ya que se incluyen en el plan de empresa desde la constitución de la misma y que pretenden regular las actividades corporativas, asignar roles, diseñar departamentos, elegir responsables y, en último término, dar entidad a la organización.

Desde el punto de vista del tamaño de la empresa; será una microempresa, ya que tiene menos de 10 colaboradores y de capital privado.

Desde el punto de vista jurídico, será una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S).

En cuanto al sector económico; sector secundario: la labor es transformar las materias primas, vidrio y plástico; en artesanías alegóricas.

Logo.

Figura 16

Logo



Fuente. Autoría propia

Base Filosófica.

Misión

CAMTUR S.A.S., es una empresa de marca, proyectada a brindar productos realizados a base de material reciclado y biodegradable con liderazgo en la comercialización de artesanías alegóricas a nivel de Turbo de toda la subregión de Urabá, con altos estándares de calidad que propendan en el cuidado del medio ambiente.

Visión

Para el año 2026, CAMTUR S.A.S., será una empresa líder y exitosa en el comercio de artesanías alegóricas a Turbo, realizados en material reciclado y biodegradable llegando a consumidores de todas las edades y estratos, con una alta gestión de empresarial y crecimiento económico para nuestra región de Urabá y en general del país.

Valores y principios

Los valores éticos corporativos, describen la forma de cómo se espera que se comporten los colaboradores de la empresa CAMTUR S.A.S., cada día en el trabajo con las relaciones de los demás trabajadores y entorno.

- **Transparencia:** lograr un ambiente de trabajo profesional y tranquilo para alcanzar los objetivos.

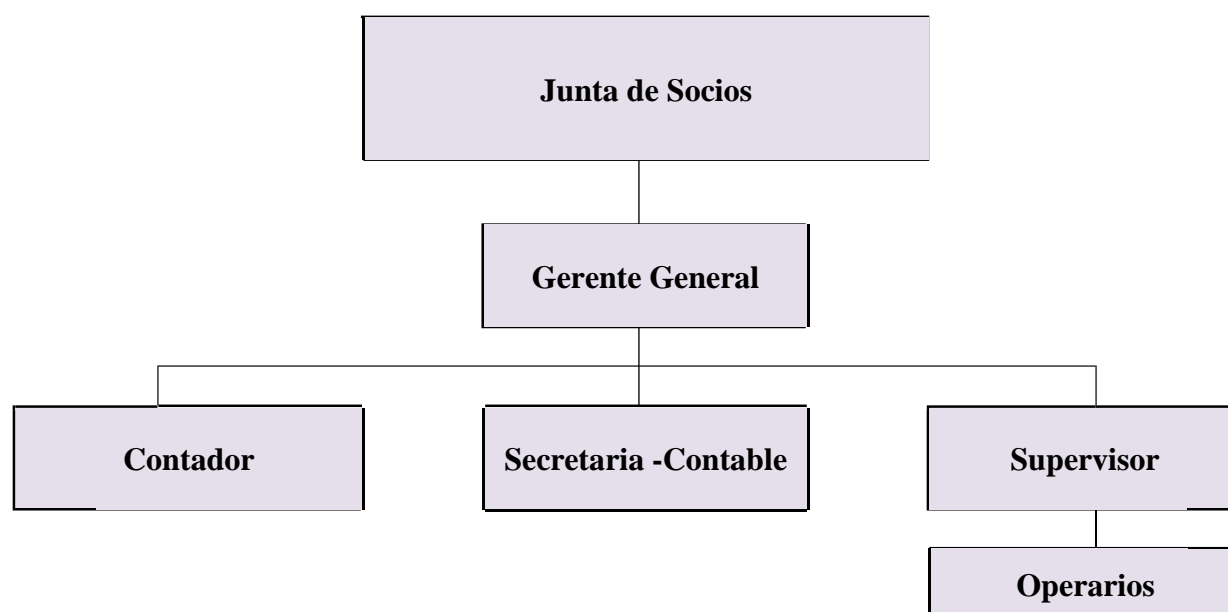
- **Trabajo en equipo:** alcanzar resultados mediante la colaboración laboral positiva, que fomenta y fortalece la participación en el trabajo.

- Responsabilidad: Se crea la importancia social ambiental, lo cual es fundamental para el logro de los objetivos.

- Liderazgo: Se le da la importancia de tener una visión al futuro que cuente con los intereses de cada uno de los miembros y colaboradores de la organización.

- Calidad: es un factor indispensable para la eficiencia y la satisfacción del cliente, que es la visión de nuestra empresa CAMTUR S.A.S.

- Cumplimiento: la empresa CAMTUR S.A.S tiene como objetivo promover el conocimiento y el respeto al código de valores de trabajo.

*Estructura del Organigrama***Figura 17***Organigrama**Fuente. Autoría propia*

Manual de Funciones

Estructura Funcional.

Dado que se trata de un proyecto en donde su proceso de producción es mecanizado, agregando el hecho que seríamos nuevos en el mercado y el capital con el que se pretende iniciar, estaría un poco limitado, la demanda de mano de obra se determina, teniendo en cuenta las etapas de clasificación (la cual será totalmente manual) y el tratamiento de la materia prima.

Manual de funciones

Necesidad Mano de Obra.

Tabla 31

Mano de obra

Nombre del cargo	N · de personas
Gerente	1
Contador (Departamento financiero)	1
Secretaria auxiliar contable	1
Operarios (Departamento de producción)	2
Aseadora	1
Total	6

Fuente. Autoría propia

Funciones de la Mano de Obra

1. Junta de Socios.

Identificación del cargo

Nombre del cargo: Junta de socios

Funciones:

- Establecer políticas, metas y objetivos
- Nombrar al gerente
- Aprobar los programas de menor y mayor trascendencia.
- toma de decisiones acorde a los fines productivos de la empresa

2. Gerente

Identificación del cargo

Nombre del cargo: Gerente

Jefe inmediato: Junta de socios

Funciones:

1. Planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.
2. Seleccionar y contratar el personal idóneo.
3. Ser el representante legal, contratar, y remover a los empleados
4. Responder por el cumplimiento de las metas ante la junta de socios
5. Revisar los balances, estados de ganancias y pérdidas, para conocer la proyección de la empresa.
6. Ejecutar las políticas internas de la empresa
7. Encargado de la bodega, Kardex, recibo y entrega de mercancías e inventarios

Especificaciones y Requisitos Mínimos

Educación: Título profesional administración de empresas.

Experiencia: Unos dos años mínimo en cargos afines

Entrenamiento: Se requiere personas con actualización constante en el manejo del cargo y la empresa misma.

Complejidad: las labores son variadas, se requieren personas idóneas y capaces de desempeñar las diferentes actividades a desarrollar en la empresa.

Perfil psicológico: el requerimiento aprobado por la empresa es de personas con aptitudes como: capacidad para prever nuevas situaciones y adaptarse a ellas, personalidad atrayente y cortes, carácter discreto y responsable, buenas relaciones interpersonales, fluidez verbal, capacidad de síntesis y desarrollo

3. Secretaria Auxiliar Contable

Identificación del cargo

Nombre del cargo: Secretaria auxiliar contable

Jefe inmediato: Gerente

Funciones:

1. Llevar los registros de contabilidad de la empresa.
2. Requisiciones de compras, pago de nómina, servicios, depreciaciones)
3. conciliaciones bancarias
4. Prepara pago impuestos y tributos
5. Llevar el archivo, correspondencia y atención al público.
6. Encargada correspondencia recibida y enviada

Especificaciones y Requisitos Mínimos

Educación: técnica en secretariado ejecutivo y contabilidad

Experiencia: tener como mínimo un año de experiencia laboral.

Entrenamiento: se requiere una inducción mínima de una semana

Complejidad: excelentes relaciones y tratos con las personas, puntualidad en el cumplimiento de los horarios, orden y organización del trabajo.

4. Contador

Identificación del cargo

Nombre del cargo: Contador

Jefe inmediato: Gerente

Funciones:

- Elaborar los estados financieros.
- Realizar auditorías financieras.
- Proporcionar asesoría financiera.
- Elaborar informes financieros y tributarios.
- Realizar presupuestos financieros.
- Analizar registros contables.
- Preparar los presupuestos de una empresa.
- Encargarse de la nómina.
- Elaborar declaraciones de impuestos.
- Registrar los ingresos y egresos de la empresa, entre otros.

Especificaciones y Requisitos Mínimos

Educación: Contaduría pública

Experiencia: Tener como mínimo un dos de experiencia laboral.

Entrenamiento: Se requiere una inducción mínima de una semana

Complejidad: Excelentes relaciones y trato con las personas, puntualidad en el cumplimiento de los horarios, orden y organización del trabajo.

5. Supervisor Producción

Identificación del cargo

Nombre del cargo: Supervisor

Jefe inmediato: Gerente

Funciones:

1. Supervisión, recepción de la materia
2. Supervisión producción de artesanías
3. Cuidado de las máquinas y utensilios

Especificaciones y Requisitos Mínimos

Educación: Tecnólogo en elaboración de artesanías

Experiencia: Tener como mínimo un año de experiencia laboral.

Entrenamiento: Se requiere una inducción mínima de una semana

Complejidad: Excelentes relaciones y tratos con las personas, puntualidad en el cumplimiento de los horarios, orden y organización del trabajo.

6. Operarios**Identificación del cargo**

Nombre del cargo: Operarios

Jefe inmediato: Gerente

Funciones:

1. Recepción de la materia prima
2. Elaboración de artesanías
3. Embalaje
4. Almacenado del producto
5. Cuidado de las máquinas y utensilios

Especificaciones y requisitos mínimos

Educación: bachilleres – con certificado del Sena.

Experiencia: tener como mínimo un año de experiencia laboral.

Entrenamiento: se requiere una inducción mínima de una semana

Complejidad: excelentes relaciones y tratos con las personas, puntualidad en el cumplimiento de los horarios, orden y organización del trabajo.

Aspectos Legales

Constitución Formal de la Empresa

Tipo de Sociedad

El tipo de sociedades de responsabilidad será Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S). Es la asociación mínima de dos personas. La responsabilidad de los socios es hasta el monto de sus aportes con el cual se forma el capital social. La administración de la sociedad corresponde a los socios quienes podrán delegarla a terceros.

Obligaciones Tributarias

De acuerdo a los autores Fajardo, Romero, & Vélez, (2009), en el estudio “Régimen legal, tributario, contable y social de las Sociedades por Acciones Simplificadas –SAS”, manifiestan que:

Desde el punto de vista contable y tributario, las SAS se asimilan a sociedades anónimas. De conformidad con el Estatuto Tributario, la Sociedad por Acciones Simplificada es gravada y por lo tanto tributará a la tarifa correspondiente de renta, pertenecen al régimen ordinario y en algunos casos al especial, será responsable del IVA y sujeto pasivo del ICA, según su actividad económica, responsable del timbre, agente retenedor y sujeto del GMF como todas las demás sociedades, sin perjuicio de que los accionistas paguen el impuesto que les corresponda sobre sus acciones y dividendos o certificados de inversión y utilidades, cuando estas resulten gravadas de

conformidad con las normas vigentes. Sus accionistas no responden por impuestos de la sociedad, ni serán responsables por las obligaciones tributarias, laborales, comerciales, administrativas, ni de ninguna otra naturaleza en que incurra la sociedad, siempre y cuando no se utilice la sociedad para fraude a la ley o de terceros. Desde el punto de vista contable, las SAS están obligadas a llevar contabilidad en libros debidamente registrados, a emitir estados financieros de propósito general, a presentar informe de gestión y deberán regirse por los principios de contabilidad generalmente aceptados. Las utilidades comerciales deben estar soportadas por estados financieros dictaminados por un contador público independiente.

Al igual que las demás formas societarias, la SAS debe cumplir con las obligaciones tributarias impuestas por la ley. Su proceso contributivo se fundamenta en el artículo 95 numeral 9° de la Constitución Política de Colombia, según el cual todos los ciudadanos tienen el deber de “contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad”. Los impuestos nacionales que generan obligaciones especiales de procedimiento para el pago y el control de los mismos son: el Impuesto de Renta y Complementarios (Ganancias Ocasionales), el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto de Timbre, Impuesto a los Gravámenes Financieros, y el Impuesto al Patrimonio y el recaudo anticipado denominado “Retención en la Fuente”. (p.161)

Marco legal Institucional (financiero, ambiental, comercio exterior, etc.)

Normas Jurídicas

El tipo de sociedades de responsabilidad será Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), de acuerdo a los autores Fajardo, Romero, & Vélez, (2009), en el estudio, “Régimen legal, tributario, contable y social de las Sociedades por Acciones Simplificadas –SAS”, conceptúan:

A partir del 5 de diciembre de 2008 surge en Colombia un nuevo esquema societario en el que la voluntad de los socios prima sobre los requisitos legales, al que podrán recurrir los empresarios para conformar su negocio y constituirse a partir de un solo socio. Se trata de la SAS (Sociedad por Acciones Simplificada), creada por la Ley 1258 de diciembre 5 de 2008, que establece una amplia flexibilización y libertad contractual respecto a la organización y funcionamiento de la sociedad, rompe con los conceptos tradicionales de sociedades, anacrónicos e inoperantes, simplifica la forma de hacer empresa y fomenta una competencia normativa entre los diferentes tipos societarios, de manera que sean los empresarios quienes decidan conforme a sus necesidades, intereses y preferencias.

Las Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S. son un modelo legal para la constitución de personas jurídicas, que tuvo su origen en la Ley 1258 del 05 de diciembre de 2008; esta Ley opera de forma independiente, puesto que no introdujo ninguna modificación en el Código de Comercio. (p. 6)

Como Empresa de Responsabilidad sociedad por acciones simplificadas, las principales normas jurídicas que influyen directamente en su administración están las contenidas en el Art. 354, y 357 del código del comercio.

Artículo 354. El capital social se pagará íntegramente al constituirse la compañía, así como al solemnizarse cualquier aumento del mismo. El capital estará dividido en cuotas de igual valor cesibles en las condiciones previstas en la ley o en los estatutos. Los socios responderán solidariamente por el valor atribuido a los aportes en especie.

Artículo 357. La sociedad girará bajo una denominación o razón social, en ambos casos seguida de la palabra “Sociedad por acciones simplificadas” o de su abreviatura “S.A.S.”, que, de no aparecer en los estatutos, hará responsables a los asociados, solidaria e ilimitadamente frente a terceros.

La estructura organizacional del proyecto, es Sociedad por Acciones Simplificadas, “debido a la versatilidad del modelo SAS, ya que permite una clara facilidad de adaptación a los diferentes escenarios empresariales. Las diferentes características con las que cuenta permiten que pueda adaptarse a cualquier clase de actividad empresarial, además de promover y estimular el crecimiento y desarrollo económico del país, Además permite al emprendedor comenzar su proyecto con un bajo presupuesto”. (MONCALEANO, 2022)

Según la Cámara de Comercio de Medellín, los documentos necesarios para registrarse como establecimiento de comercio ante la CCM:

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCM.

- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)
- Matricula Mercantil
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)
- Determinación de responsabilidades tributarias con DIAN e Industria y Comercio.
- Tener las copias de las cédulas de los accionistas y de quienes ocupan los cargos de administración.
- Tener definido el valor nominal de las acciones, además de capital autorizado, suscrito y pagado.
- Debes tener definido cómo será la representación legal de tu sociedad (si tendrá suplentes o no), si tendrá junta directiva y si contará con revisor fiscal.
- Definir con anterioridad, y tener claridad sobre la aplicación o no de la Cláusula Compromisoria.

(Antioquia C. d., 2021)

De acuerdo a esto, para validar el registro y la creación de una empresa con razón social SAS, en Colombia, específicamente en Antioquia, la cámara de Comercio de Medellín, exige seguir los siguientes pasos:

- Verifica las consultas, trámites y documentos que debes tener listos y a la mano antes de iniciar con la creación virtual de la sociedad.
- Diligenciar el PRE RUT en la página de la DIAN. Para conocer cómo hacerlo.
- Conoce el contenido de los estatutos que se pueden generar en el aplicativo y las opciones que ofrece, para que tomes las mejores decisiones.
- Ingresar al aplicativo. Si es la primera vez que ingresas, debes registrarte. No es necesario que se registre el accionista, puede hacerlo una persona encargada de realizar el trámite.

- Ingresar el número de radicado otorgado por la DIAN en el pre RUT y el número de teléfono que diligenciaste en ese documento.
- Diligenciar todas las casillas del formulario teniendo en cuenta las determinaciones informadas inicialmente.

(Antioquia C. d., 2021)

Marco normativo de Sociedades por Acciones Simplificadas

Tabla 32

Normatividad S.A.S

Norma	Concepto
Ley 1258 de 2008	Caracterizado por ser una estructura societaria de capital, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no solo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social
Ley 590 del 10 de julio de 2000	La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia, conocida como Ley MiPymes.

Nota. tomado del Régimen legal, tributario, contable y social de las Sociedades por Acciones Simplificadas –SAS”

Contratación (laboral, con proveedores, ejecución de la inversión, etc.)

Los autores Fajardo, Romero, & Vélez, (2009), en el estudio, “Régimen legal, tributario, contable y social de las Sociedades por Acciones Simplificadas –SAS”, en cuanto a la contratación, expresan:

Cabe recordar que la SAS es una persona jurídica distinta a la de sus accionistas, por tanto, las actividades de la sociedad no afectan las de quien la conforma.

Es importante recordar que la Ley 1258 del 2008, por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas, indica que la persona jurídica (SAS) es un ente distinto a quienes la conforman, con derechos y obligaciones distintos a quien la conformó.

La norma dice así:

“Artículo 2. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas”. Dado que una sociedad por acciones simplificada es una persona distinta a la de su(s) socio(s), es legal que esta celebre contratos de cualquier naturaleza con sus propietarios o accionistas, así se trate de un accionista único. (p.111)

De acuerdo al autor Guatequi, (2017), al Código Sustantivo del Trabajo, actualmente los empresarios cuentan con tres modalidades de contratación de trabajadores: contrato a término fijo, contrato a término indefinido, y contrato de trabajadores mediante el uso de Empresas de Servicios Temporales.

A continuación, describimos las características de dichos contratos:

- A. Contrato a término fijo. Según la legislación colombiana todo contrato verbal, así como cualquier contrato escrito en el que no se haya definido explícitamente su duración, se sobreentiende como a término indefinido.
- B. Contrato a término indefinido. Este tipo de contrato, como ya se dijo, es el que aplica en todos los contratos laborales que no hayan especificado por escrito su duración. Está reglamentado por el Artículo 47 del Código Sustantivo del Trabajo, y desde el punto de vista de la flexibilidad laboral su aspecto más importante es la regulación que hace del monto de la indemnización que debe pagarse al trabajador en los casos de despido sin justa causa. Actualmente el monto de dicha indemnización es función creciente de los años de antigüedad del trabajador con dos puntos de inflexión que incrementan dicha pendiente: una antigüedad mayor a 10 años, y una antigüedad (al momento de entrar en vigencia la Ley 50 de 1990) mayor a 10 años, es decir, en este momento, mínimo 20 años de antigüedad en el empleo.
- C. Empresas de servicios temporales Los servicios prestados por este tipo de empresas ya existían antes de la última reforma laboral. La Ley 50 de 1990 y su Decreto Reglamentario 1707 de 1991 abordaron el tema de la temporalidad buscando mejorar la regulación de dicho tipo de actividad, más que tratando de ofrecer mayor flexibilidad a través de este tipo de contratos. En este punto cabe anotar simplemente que las Empresas de Servicio Temporal tienen todo el carácter de patronos, que asumen los costos laborales. (p.4)

La naciente empresa hará su contratación mediante las modalidades de Contrato a término indefinido y Contrato a término fijo.

Para la contratación con los proveedores del vidrio y plástico, se hará mediante la modalidad de “Contrato de precio fijo”, mediante este documento, la empresa y el proveedor establecen un determinado precio para el bien o servicio debiendo cumplirse a rajatabla, independientemente de las circunstancias externas.

Aspectos Ambientales.

Residuos Sólidos. Guía para la Separación en la Fuente

Según la (MinAmbiente, 2022), para el reciclaje del plástico se debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

De lo contrario, separar de otros residuos que puedan contaminarlos, así:

- ✓ Deben estar limpios y secos, libres de pegamento, residuos de comida, materiales nocivos y cuerpos extraños.
- ✓ Almacenar en sitios cubiertos y con poca humedad.
- ✓ Quitar las arandelas de metal o cualquier otro residuo que no sea plástico.
- ✓ Los residuos plásticos flexibles como envolturas, empaques, bolsas u otros productos del consumo diario pueden ser compactados dentro de una botella plástica y entregadas en puntos de acopio de fundaciones o empresas que actualmente procesan ese tipo de materiales.
- ✓ No separar en recipiente o bolsa blanca plástico que haya estado en contacto con sustancias tóxicas como agroquímicos o residuos peligrosos, ni con bacterias patógenas.

Reducir y reutilizar 19 Guía nacional para la adecuada separación de residuos sólidos 2022

- ✓ Botellas, galones: botellones, botellas para bebidas de todo tipo, aceites, detergentes, varios de aseo, garrafas, galones, canecas, cuñetes y tapas de toda forma.
 - ✓ Hogar: películas para alimentos, empaques de dulces y mecato, artículos para el hogar como baldes, tarrinas para almacenar alimentos, estuches de CD, bandejas, jarras, portacomidas, loncheras, juguetería en general, rafia, fibra textil, zuncho, muebles plásticos, utensilios domésticos, mallas plásticas.
 - ✓ Envases: todo tipo de vasos y contenedores desechables y reutilizables con sus tapas, vajillas desechables y reutilizables de plástico rígido y de icopor y cubiertos.
 - ✓ Cosméticos: recipientes de cosméticos en general.
 - ✓ Bolsas: en general, película para empaques, bolsa de reempaque, laminaciones.
 - ✓ Canastas: cubetas de todo tipo de leche, gaseosas, cervezas, refrescos, frutas y verduras. Tarjetas plásticas: bancarias y otras destruidas, piezas de automóvil, espumas plásticas.
- (p.19)

De otro lado, Según la (MinAmbiente, 2022), para el reciclaje al vidrio se debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

De lo contrario, separarlo de otros residuos que puedan contaminarlos, así:

- ✓ Vaciar el contenido líquido.
- ✓ No es necesario lavar.

- ✓ Recuerde que los embalajes también son reciclables. z Para evitar lesiones en el personal de recolección, los vidrios se deben separar en una caja de cartón bien sellada y marcada por fuera para indicar su contenido.
- ✓ Separar en recipiente o bolsa de color BLANCO Ejemplos
- ✓ Envases: de vidrio blanco, verde, ámbar, azul; provenientes de botellas de alimentos (aceites, salsas, entre otros), botellas retornables y no retornables (gaseosas, refrescos), envases de licores.
- ✓ Cristalería: vasos y floreros.
- ✓ Frascos: lociones, muestras de perfume. Los siguientes productos son objeto de gestión diferenciada: Frascos de medicamentos, vidrios de espejos, lámparas o restos de lámparas, tubos fluorescentes, vasos de cerámica o vitrocerámica, platos, vajillas, vitrocerámica o sus restos, cristales de ventanas, faros y vidrios de autos. (p.22)

Residuos peligrosos

Un residuo o desecho peligroso es aquel que, por sus características corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables, infecciosas o radiactivas, puede causar algún riesgo o daño para la salud humana y el ambiente, cuando es inadecuadamente manejado. Para este proyecto este ítem no aplica, por todo lo anterior.

Residuos especiales

Los residuos especiales, son baterías de auto, camiones, etc. Trapos, guantes o cualquier solido que contenga restos de hidrocarburos. Compuestos químicos que contengan algunos metales como cobre, zinc, arsénico, mercurio, plomo, etc. Asbestos. Para este proyecto este ítem no aplica, por todo lo anterior.

Identificación de materiales y residuos.

Los residuos del proceso de elaboración de artesanías a base de vidrio y plástico; son pequeños pedazos de vidrio y plástico que serán acumulados para entregar a los recicladores que son los proveedores de la materia prima.

Almacenamiento temporal

El almacenamiento temporal de los residuos será una pequeña bodega provista para dicho fin en la planta de elaboración de artesanías.

Características del almacenamiento temporal

El vidrio y el plástico se debe almacenar en una bodega que no tenga humedad; en sacos polipropileno y que deben descansar sobre estibas de madera. La bodega debe tener suficiente ventilación e iluminación.

Estudio Financiero Nivel 6

Presupuesto de Inversiones

Inversiones Fijas

Las inversiones fijas, son los que permanecen constantes a cierto nivel de actividad durante el rango relevante. Los costos fijos se consideran como tal en su monto global, pero unitariamente se consideran variables. Los directores también tienen que ser capaces de predecir que costos permanecerán iguales. Bañuelos et al. (2018)

Tabla 33

Inversiones fijas

Inversión en Maquinaria y Equipo				
Requerimiento	Unidad	Cant.	V/r. Unit	V/r. Total
Pinceles	unidad	20	20.000	400.000
Tijeras	unidad	4	30.000	120.000
Pinturas	unidad	30	10.000	300.000
Seguetas manuales	unidad	4	30.000	120.000
Cortadores eléctricos	unidad	4	120.000	480.000
Empaques	paquetes x 100	10000	500	5.000.000
Pegantes	galones	4	100.000	400.000
TOTAL				6.820.000

Nota. Se tienen en cuenta todas las herramientas menores, materiales para la elaboración de las artesanías. *Fuente.* Autoría propia

Inversión en Muebles y Enseres				
Detalle	Unidad	Cantidad	Vr/unitario	Vr/total
Teléfono	Unidad	1	50.000	50.000
Computador	Unidad	1	1.500.000	1.500.000
Fax	Unidad	1	450.000	450.000
Impresora	Unidad	1	250.000	250.000
Calculadora	Unidad	1	20.000	20.000
				0
Total				2.270.000

Nota. Esta es la dotación para la oficina de la empresa

Inversión en Equipos de Oficina					
Detalle	Unidad	Cantidad	Vr/unitario	Vr/total	
Escritorio	Unidad	1	350.000	350.000	
Silla ejecutiva	Unidad	1	150.000	150.000	
Silla plástica	Unidad	6	15.000	90.000	
Ventilador	Unidad	2	120.000	240.000	
Archivador	Unidad	1	400.000	400.000	
Dispensador de agua	Unidad	1	200.000	200.000	
Total					0

Nota. Esta es la dotación para la oficina de la empresa

Tabla 34

Servicios y otros

Detalle	Unidad medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	KW/h	12	105.000	105.000	1.260.000
Agua	Mts3	12	56.000	56.000	672.000
Gas propano	Pipeta	12	90.000	90.000	1.080.000
A.c.p.m	Galones	12	320.000	320.000	3.840.000
Total					6.852.000

Detalle	Unidad	Cantidad	V/r. Unitario	V/r. Total
Arriendo de bodega	Mes	12	1.00.000	12.000.000
Total				12.000.000

Nota. Se presupuestan los gastos de servicios domésticos, y el arriendo de la bodega para el funcionamiento de la fábrica. *Fuente.* Autoría propia

Inversiones Diferidas

Según el autor (Basilio, 2022), los gastos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo,

No son otra cosa que gastos ya pagados pero que aún no han sido utilizados, cuyo objeto es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado dichos gastos. Por diferentes circunstancias, la empresa decide comprar o pagar algunos gastos que no utilizará de forma inmediata, sino que los irá utilizando o consumiendo en el transcurso del tiempo y mientras esto sucede, permanecen como un activo. (p.10)

Tabla 35

Inversiones diferidas

Gastos Pre- operativos						
Detalle inversión costo		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estudio de factibilidad	2.000.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Gasto legalización	10.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
	0	0	0	0	0	0
Total	12.000.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
	0	0	0	0	0	0

Fuente. Autoría propia

Capital de Trabajo

La conceptualización del capital de trabajo como la cantidad de efectivo requerida para financiar el ciclo operativo de la empresa, o también, la disponibilidad de activos de rápida conversión en efectivo para cubrir un ciclo operativo de la empresa, hace indudable la necesidad de que la toma de decisiones relacionadas con las cuentas que conforman el activo y pasivo corriente sea producto de un exhaustivo análisis del entorno y de la disponibilidad operativa de la empresa con el propósito de conseguir la disminución de costos, riesgos operativos y lograr rentabilidad. (Basilio, 2022). (p.12)

Tabla 36

Capital de trabajo

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos						
Terreno						
Inventarios	5.000.000					
Infraestructura						
Adec, Terreno y Obra Civil	0					
Máquina y Equipos	6.820.000					
Muebles y Enseres	3.700.000					
Subtotal	10.520.000					
Activos Diferidos.						
Gastos Pre operativos	12.000.000					
Subtotal	12.000.000					
Total, Inversión Fija.	27.520.000					

Nota. No se presupuestan cuentas por cobrar en la empresa, ya que sólo se está proyectando la creación de la misma; ya que no está debidamente funcionando, por ende, no hay cuentas por cobrar.

Cronograma de Inversiones

Gastos preoperativos	\$ 600.000	\$ 600.000											
Depreciación	\$ 597.000	\$ 597.000											
Subtotal	\$ 1.997.400	\$ 0											
Gastos de Venta													
Sueldos y Prestaciones													
Distribuciones	\$ 12.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Promoción y Publicidad	\$ 1.400.000	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 116.667	\$ 1.400.000
Subtotal	\$ 13.400.000	\$ 0											
Total	\$ 84.559.592	\$ 5.000.000											
Total	\$ 89.559.592												

Fuente. Autoría propia

Costos de producción

7.4.1 Mano de obra directa

La mano de obra es la fuerza humana que se utiliza en la fabricación de un producto y está compuesta por el salario y prestaciones que se les paga por dicha actividad y pueden ser directa o indirecta. (López & Gómez, 2018)

Tabla 38*Mano de obra*

Cargo	Sueldo	3 meses		Salud 8%	Pensión 12,5%	Prestaciones 21,82%	Parafiscales 9%	Auxilio Transporte	Dotaciones	Total
	Mensual	Sueldo	Arl 0.522%							
Gerente	2.000.000	6.000.000,00	31.320,00	480.000	750.000	1.309.200	540.000	421.818	0	9.532.338
Contador	1.800.000	5.400.000,00	28.188,00	432.000	675.000	1.178.280	486.000	421.818	500.000	9.121.286
secretaria	1.160.000	3.480.000,00	18.165,60	278.400	435.000	759.336	313.200	421.818	500.000	6.205.920
supervisor	1.500.000	4.500.000,00	23.490,00	360.000	562.500	981.900	405.000	421.818	500.000	7.754.708
operarios	1.160.000	3.480.000,00	18.165,60	278.400	435.000	759.336	313.200	421.818	500.000	6.205.920
aseadora	1.160.000	6.960.000,00	36.331,20	556.800	870.000	1.518.672	626.400	421.818	500.000	11.490.021
Total	8.780.000	29.820.000	155.660	2.385.600	3.727.500	6.506.724	2.683.800	2.530.908	2.500.000	50.310.192

Nota. Se tienen en cuenta que para cada colaborador se asigna un sueldo; que se proyecta a 3 meses (ciclo productivo). Se presupuesta el pago que le corresponde a la empresa por Arl, Salud; Pensión, la carga prestacional, el auxilio de transporte, el pago de parafiscales y dotaciones. En la tabla, se presupuesta todo lo que debe pagar la empresa por cada uno de los contratados.

Ejemplo: La salud es el 16%, sólo se tiene en cuenta lo que debe pagar la empresa, o sea el 8%, que es lo de Ley. Materia

Tabla 39

Materia prima

Materia Prima				
Detalle	Unidad	Cant.	V/r. Unit.	V/R. Total
Vidrio	Kilos	1.000	2000	2.000.000
Plástico	Kilos	1000	3.000,00	3.000.000
Total				\$ 5.000.000

Nota. la materia prima se presupuesta una tonelada de plástico y una tonelada de vidrio para la producción de las artesanías, teniendo en cuenta las proyecciones de producción, se estima que sea suficiente para alcanzar el volumen presupuestado.

Gastos Administrativos

Gastos de Ventas

Tabla 40

Gastos de venta

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Distribución (Transporte)	12.000.00 0	12.412.80 0	12.839.80 0	13.281.48 9	13.738.373

Nota. Se presupuestan para el primer año \$12.000 en el primer año, para el transporte de mercancías desde la planta de producción hasta los puntos de venta; transporte materias primas desde el sitio de almacenaje hasta la planta de producción.

Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo				
Detalle	Unidad	Cantidad	V/r Unit.	V/r total
Cuñas radiales	Pautas	20	10.000	\$ 200.000,00
Cuñas escritas	Pautas	20	15.000	\$ 300.000,00
Volantes	Volantes	3.000	50	\$ 150.000,00
Portafolio de servicios	Portafolios	1.000	750	\$ 750.000,00
TOTAL				\$ 1.400.000,00

Nota. Se presupuesta la publicidad convencional, buscando con ello promocionar los artículos artesanales, para captar clientes en la subregión de Urabá.

Costos Financieros

Tabla 41

Costos financieros

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Financieros	2.000.000	2.080.000	2.163.200	2.249.728	2.339.717

Nota. Se presupuestan los gastos pagados a los bancos por sus servicios prestados a la empresa.

*Otros Gastos Administrativos.***Tabla 42***Otros gastos administrativos*

Inversión Elementos de Papelería				
Detalle	Unidad	Cantidad	Vr/unitario	Vr/total
Resma de papel	Unidad	2	12.000	24.000
Lápiz	Unidad	24	1.000	24.000
Lapicero	Unidad	24	1.000	24.000
Hullero	Unidad	1	3.000	3.000
Sellador	Unidad	1	4.000	4.000
Factúrelo	Unidad	1	30.000	30.000
Tinta para huella	Unidad	2	3.000	6.000
Papelero	Unidad	2	3.000	6.000
Grapadora	Unidad	1	4.000	4.000
Caja de grapa	Unidad	2	6.000	12.000
Ganchos legajadores	Unidad	2	2.500	5.000
Porta lapicero	Unidad	2	5.000	10.000
A-z	Unidad	2	10.000	20.000
Pegas tic	Unidad	1	5.000	5.000
Colbon	Unidad	1	10.000	10.000
Rollo cinta grande	Unidad	1	5.000	5.000
Corrector	Unidad	2	6.000	12.000
Sobres manila	Unidad	24	200	4.800
Sobres blancos	Unidad	50	100	5.000
Cartuchos impresora	Unidad	3	70.000	210.000
Total				423.800

Inversión elementos de aseo y cafetería				
Detalle	Unidad	Cantidad	Vr/unitario	Vr/total
Valde de 12 litros	Unidad	1	9.500	9.500
Recogedor	Unidad	1	4.000	4.000
Traperos	Unidad	3	6.000	18.000
Papeleras	Unidad	2	5.000	10.000
Escobas	Unidad	3	4.500	13.500
Paquetes bolsas basura x 12	Unidad	10	2.000	20.000
Paca de papel higiénico x 24	Unidad	1	36.000	36.000
Fab x 10 kilos	Unidad	2	14.800	29.600
Jabón de lavar manos liquido x 5 litros	Unidad	1	30.000	30.000
Caneca x 5 galones de hipoclorito	Unidad	1	30.000	30.000
Caneca de ácido muriático x 5 galones	Unidad	1	80.000	80.000

Desinfectante x 1 galón x 5 litros	Unidad	1	30.000	30.000
Café instantáneo x 170 gramos	Unidad	6	8.500	51.000
Azúcar x kilos	Unidad	6	2.500	15.000
Total				376.600

Fuente. Autoría propia

Tabla 43

Presupuesto Total de la inversión

Costos de Producción	Costos Fijos	Costos Var
Mano De Obra Directa	\$ 50.310.192	
Mano de Obra Indirecta		
Materiales Directos		
Materiales Indirectos		\$ 5.000.000
Depreciación	\$ 0	
Otros gastos		
arriendo bodega (producción)	\$ 12.000.000	
Servicios	\$ 6.852.000	
Subtotal	\$ 69.162.192	\$ 5.000.000
Gastos de Administración	Costos Fijos	Costos Var
Sueldos y Prestaciones		
Útiles de oficina y Papelería	\$ 423.800	
Aseo y cafetería	\$ 376.600	
Servicios		
Arriendo Oficina		
Gastos Preoperativos	\$ 600.000	
Depreciación	\$ 597.000	
Subtotal	\$ 1.997.400	\$ 0
Gastos de Venta		
Sueldos y Prestaciones		
Distribuciones	\$ 12.000.000	
Promoción y Publicidad	\$ 1.400.000	
Subtotal	\$ 13.400.000	\$ 0
Total	\$ 84.559.592	\$ 5.000.000
TOTAL	\$ 89.559.592	

Nota. Todos los costos presupuestados anteriormente, son la herramienta básica y fundamental para la asignación de los recursos para la producción de las artesanías alegóricas al municipio de Turbo. Cada uno de ellos, como costos de producción, costos administrativos, costos financieros; son esenciales para el debido funcionamiento de la empresa; sin el cálculo de ellos no sería posible la elaboración de las artesanías. *Fuente.* Autoría propia

Ingresos

Fuentes de Financiación

En la empresa **CAMTUR S.A.S**, los emprendedores, solicitarán préstamo al Banco Agrario por la suma de: \$102.000.000 y el aporte de capital \$30.000.000

Programa de Ingresos (Proyecciones de ventas).

Tabla 44

Ingresos, proyecciones de ventas artesanías

Proyecciones de ventas Artesanías Pisingo				
Inicio de operaciones de la empresa	Tamaño del periodo	Tiempo Proyectado	Método de proyección	Costo de venta del producto
Ene-24	Mensual	Cinco años	Lineal	\$ 17.000

Proyecciones de ventas de mensuales					
Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	150	160	170	180	190
Mes 2	150	160	170	180	190
Mes 3	150	160	170	180	190
Mes 4	150	160	170	180	190

Mes 5	150	160	170	180	190
Mes 6	150	160	170	180	190
Mes 7	150	160	170	180	190
Mes 8	150	160	170	180	190
Mes 9	150	160	170	180	190
Mes 10	150	160	170	180	190
Mes 11	150	160	170	180	190
Mes 12	150	160	170	180	190
Pato pisingo	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00
Precio	\$ 17.000,00	\$ 18.000,00	\$ 19.000,00	\$ 20.000,00	\$ 21.000,00
Ventas esperadas	\$ 30.600.000,00	\$ 34.560.000,00	\$ 38.760.000,00	\$ 43.200.000,00	\$ 47.880.000,00

Proyecciones de ventas Artesanías Puerto Pisisí.

Inicio de operaciones de la empresa	Tamaño del periodo	Tiempo proyectado	Método de proyección	Costo de venta del producto
Ene-24	Mensual	Cinco años	Lineal	\$ 20.000

Proyecciones de ventas de mensuales

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	150	160	170	180	190
Mes 2	150	160	170	180	190
Mes 3	150	160	170	180	190
Mes 4	150	160	170	180	190
Mes 5	150	160	170	180	190
Mes 6	150	160	170	180	190
Mes 7	150	160	170	180	190
Mes 8	150	160	170	180	190
Mes 9	150	160	170	180	190
Mes 10	150	160	170	180	190
Mes 11	150	160	170	180	190
Mes 12	150	160	170	180	190
Puerto Pisisí	1.800,00	1.920,00	2.040,00	2.160,00	2.280,00
Precio	\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.000,00	\$ 23.000,00	\$ 24.000,00
Ventas esperadas	\$ 36.000.000,00	\$ 40.320.000,00	\$ 44.880.000,00	\$ 49.680.000,00	\$ 54.720.000,00

Fuente. Autoría propia

Inicio de operaciones de la empresa	Tamaño del periodo	Tiempo Projectado	Método de proyección	Costo de venta del producto
Ene-24	Mensual	Cinco años	Lineal	\$ 15.000

Proyecciones de ventas de mensuales Artesanías Parque la Plazoleta

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	100	110	120	130	140
Mes 2	100	110	120	130	140
Mes 3	100	110	120	130	140
Mes 4	100	110	120	130	140
Mes 5	100	110	120	130	140
Mes 6	100	110	120	130	140
Mes 7	100	110	120	130	140
Mes 8	100	110	120	130	140
Mes 9	100	110	120	130	140
Mes 10	100	110	120	130	140
Mes 11	100	110	120	130	140
Mes 12	100	110	120	130	140
Parque la Plazoleta	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Precio	15.000,00	16.000,00	17.000,00	18.000,00	19.000,00
Ventas esperadas	\$ 18.000.000,00	\$ 21.120.000,00	\$ 24.480.000,00	\$ 28.080.000,00	\$ 31.920.000,00

Proyecciones de ventas Artesanías Cangrejo Azul

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cangrejo azul	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Precio	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 19.000

Proyecciones de ventas de mensuales

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	100	110	120	130	140
Mes 2	100	110	120	130	140
Mes 3	100	110	120	130	140
Mes 4	100	110	120	130	140
Mes 5	100	110	120	130	140
Mes 6	100	110	120	130	140
Mes 7	100	110	120	130	140
Mes 8	100	110	120	130	140
Mes 9	100	110	120	130	140
Mes 10	100	110	120	130	140
Mes 11	100	110	120	130	140

Mes 12	100	110	120	130	140
Cangrejo azul	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.560,00	1.680,00
Precio	20.000,00	21.000,00	22.000,00	23.000,00	24.000,00
Ventas esperadas	\$ 24.000.000,00	\$ 27.720.000,00	\$ 31.680.000,00	\$ 35.880.000,00	\$ 40.320.000,00

Resumen de Proyecciones de Ventas (Unidades)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pato pisingo	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Puerto Pisisí	1.800	1.920	2.040	2.160	2.280
Plazoleta	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Cangrejo azul	1.200	1.320	1.440	1.560	1.680
Total	4.800	5.160	5.520	5.880	6.240

Resumen ingresos Proyecciones de ventas \$					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pato pisingo	\$ 30.600.000	\$ 34.560.000	\$ 38.760.000	\$ 43.200.000	\$ 47.880.000
Puerto Pisisí	\$ 36.000.000	\$ 40.320.000	\$ 44.880.000	\$ 49.680.000	\$ 54.720.000
Plazoleta	\$ 18.000.000	\$ 21.120.000	\$ 24.480.000	\$ 28.080.000	\$ 31.920.000
Cangrejo azul	\$ 24.000.000	\$ 27.720.000	\$ 31.680.000	\$ 35.880.000	\$ 40.320.000
Total	\$ 108.600.000	\$ 123.720.000	\$ 139.800.000	\$ 156.840.000	\$ 174.840.000

Fuente. Autoría propia

Estados Financieros

Tabla 45

Balance general inicial

ACTIVOS		
Activos Corrientes		
Caja	103.300.000	
Inventario de materia prima	5.000.000	
Total, activos corrientes		108.300.000
Activos fijos		
Muebles	3.700.000	
Maquinaria y equipo construcciones (adecuaciones)		
Total, activos fijos		3.700.000
Activos diferidos		
Gastos pre operativos	20.000.000	
Total, activos diferidos		20.000.000
Total, activos		132.000.000
PASIVOS		
Pasivos a largo plazo		
Prestamos por pagar	102.000.000	
Total, pasivo a largo plazo		102.000.000
Patrimonio		
Capital	30.000.000	
Total, Patrimonio		30.000.000
Total, pasivo más patrimonio		132.000.000

Fuente. Autoría propia

Tabla 46*Pérdidas y Ganancias*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	108.600.000	275.469.000	276.168.000	318.397.050	319.200.900
Total, costos operación	89.559.592	114.375.699	115.016.759	130.882.411	136.096.773
Utilidad operacional	19.040.408	161.093.301	161.151.241	187.514.639	183.104.127
Menos gastos financieros	2.000.000	2.080.000	2.163.200	2.249.728	2.339.717
Utilidad antes de impuesto	17.040.408	159.013.301	158.988.041	185.264.911	180.764.410
Menos impuestos	5.964.143	55.654.655	55.645.814	64.842.719	63.267.544
Utilidad	11.076.265	103.358.646	103.342.227	120.422.192	117.496.867
Más depreciación	597.000	597.000	597.000	597.000	597.000
Más amortización	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Utilidad neta	12.273.265	104.555.646	104.539.227	121.619.192	118.693.867
Impuesto de renta	35%				

Nota. Realizando análisis del estado de pérdidas y ganancias es positivo, lo que permite conocer que habrá rentabilidad y ganancias en la empresa, durante los periodos desde el primer año hasta el quinto.

Tabla 47*Flujo de caja*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	108.600.000	275.469.000	276.168.000	318.397.050	319.200.900
Total, Costos Operación	89.559.592	114.375.699	115.016.759	130.882.411	136.096.773
Utilidad Operacional	19.040.408	161.093.301	161.151.241	187.514.639	183.104.127
Menos Gastos Financieros	2.000.000	2.080.000	2.163.200	2.249.728	2.339.717
Utilidad antes de impuesto	17.040.408	159.013.301	158.988.041	185.264.911	180.764.410
Menos Impuestos	5.964.143	55.654.655	55.645.814	64.842.719	63.267.544
Utilidad	11.076.265	103.358.646	103.342.227	120.422.192	117.496.867
Más Depreciación	597.000	597.000	597.000	597.000	597.000
Más Amortización	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Utilidad Neta	12.273.265	104.555.646	104.539.227	121.619.192	118.693.867
IMPUESTO DE RENTA	35%				

Nota. Realizando un análisis, se puede determinar que **el flujo de caja es POSITIVO**. La inversión se recuperará en el segundo año de inicio del proyecto, **en resumen, es un proyecto rentable y que augura muchos éxitos en el futuro próximo.**

Evaluación Financiera.

Los métodos más utilizados para realizar la evaluación financiera y que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo son: Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Presente Neto (VPN) y la Relación Beneficio – Costo (RB/C).

Valor Presente Neto (VPN)

Tabla 48

Valor Presente Neto

Flujo Financiero Neto del Plan de negocio sin Financiamiento						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Flujo neto inversión.	-51.570.715	9.236.605	-52.690	-1.304.026	-56.575	15.600.433
Flujo neto operación.		12.273.265	104.555.64 6	104.539.22 7	121.619.19 2	118.693.86 7
Flujo Financiero Neto del Proyecto	-51.570.715	21.509.870	104.502.95 6	103.235.20 1	121.562.61 7	134.294.30 0
Tasa descuento						
Valor presente neto	15%					
\$ 250.303.410,60						

Nota. *Tasa de interés de Colombia 2023 (13.25%), para el ejercicio se toma el 15% que es lo recomendable para proyectos de inversión. *Fuente.* Autoría propia

Según la autora (Herrera, 200), expone en su libro “Acerca de la tasa de descuento en proyecto”, que:

*La tasa de descuento es la tasa de retorno requerida sobre una inversión. La tasa de descuento refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente por lo que también se le conoce como costo o tasa de oportunidad. La tasa de descuento de los flujos de fondos o flujo de caja de un proyecto mide el coste de oportunidad de los fondos y recursos que se utilizan en el mismo. Los fondos se obtienen básicamente del mercado de capitales, sea por emisión de acciones o uso de fondos propios o mediante toma de deuda para financiar parte del proyecto. En los estudios de un proyecto de inversión interesa medir el efecto que el proyecto genera sobre quienes ofrecen fondos, cuya rentabilidad esperada es el dato relevante. Esta tasa de descuento representa la preferencia en el tiempo y la rentabilidad esperada de los inversionistas. (p.2)

Según el criterio de aceptación del VPN, del autor, (Mete, 2014), manifiesta que:

Si el Valor Actual Neto de un proyecto independiente es mayor 0 el proyecto se acepta, caso contrario se rechaza. Para el caso de proyectos mutuamente excluyentes, donde debo optar por uno u otro, debe elegirse el que presente el VAN mayor. (p.2)

Análisis del VPN:

En el caso del presente estudio de factibilidad el VPN es de \$ **250.303.410,60**, es mayor que 0, se estima que el proyecto o inversión generará utilidad o beneficios o utilidades, Si el valor presente neto del flujo de efectivo del negocio es positivo, el negocio es rentable; si es negativo, el negocio no es rentable. El VPN de este estudio es utilizado para tomar decisiones sobre la rentabilidad de un proyecto, **en este caso se puede evaluar que el proyecto, es viable y aceptable.**

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa Interna de Retorno						
Detalle	Flujo Financiero Neto del Plan de Negocio sin Financiamiento					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto Inversión.	-51.570.715	9.236.605	-52.690	-1.304.026	-56.575	15.600.433
Flujo Neto Operación.		12.273.26	104.555.64	104.539.22	121.619.19	118.693.86
Flujo Financiero Neto del Proyecto	-51.570.715	21.509.87	104.502.95	103.235.20	121.562.61	134.294.30
TIR	115%					

Nota. Según el criterio de aceptación del TIR, del autor, (Mete, 2014), manifiesta que: Si la TIR es mayor a la tasa de descuento, el proyecto es financieramente atractivo ya que sus ingresos cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa o alternativa.

(p.2) *Fuente.* Autoría propia

Análisis de la TIR

La TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. En el caso del presente estudio de factibilidad la TIR es de 115%, mayor que la tasa de descuento, por lo que se puede evaluar que el proyecto, es viable, aceptable y rentable. De la inversión hecha habrá un porcentaje del 115% de utilidad.

Relación Costo Beneficio

Según el criterio de aceptación del B/C, del autor, (Mete, 2014), expone, que:

$B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado. $B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes. $B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar. (p.2)

Análisis de la Relación Costo Beneficio.

El coste – beneficio es de 1.2; lo que demuestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar, que el negocio es viable y aceptable.

Conclusiones.

De acuerdo a los resultados de la investigación, se pudo concluir que:

Del **primer objetivo** se concluye que, mediante el estudio de mercado; tomando como punto de partida la encuesta (véase apéndice B) se pudo evidenciar la disposición por parte de los encuestados para consumir los productos que de ella se creen, dándonos como resultado que el 74,2% estaría dispuesto, el 21,7% estaría muy dispuesto y el 4,1% poco dispuesto; este resultado es muy importante, porque a pesar que no se habló de darles algún beneficio o incentivo, la mayoría expresó su disposición a aportar a la empresa y por ende al medio ambiente.

Asimismo, gracias a la misma, se conoció y se determinó las líneas óptimas de obtención, visibilidad, distribución y comercialización del producto en el municipio de Turbo.

Del **segundo objetivo**: Para la creación de la empresa se identificaron los trámites de tipo legal como son la inscripción ante Cámara y Comercio; mediante la figura de S.A.S.; inscripción de los libros contables. Además, trámite ante Planeación municipal; (Uso de suelos); Industria y comercio entre otros.

Este proyecto no infringe ninguna norma, tratado, ley, Decreto, Ordenanza, Acuerdo, Resolución de ninguna índole internacional, nacional, regional, departamental ni municipal, al contrario, para su constitución se basa en leyes colombiana, así: **Escogencia del Tipo de sociedad**, El tipo de sociedades de responsabilidad será **Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S)**. La responsabilidad de los socios es hasta el monto de sus aportes con el cual se forma el capital social. La administración de la sociedad corresponde a los socios quienes podrán delegarla a terceros. (LEY 1258 DE 2008y LEY 1449 DE 2010).

Del **tercer objetivo** se concluye, que este proyecto tiene **viabilidad técnica, y operativa;** es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente porque existen las condiciones de seguridad con la tecnología disponible para ello, pues los procesos operativos son muy sencillos, se cuenta con la experiencia técnica para desarrollarlos, se conoce a fondo la materia prima y se conoce la maquinaria, equipos.

Se determinó entre las necesidades físicas de tipo técnico como la compra de 1.000 kilos de vidrio y 1.000 kilos de plástico, como materia prima para la elaboración de las artesanías alegóricas; también se identificaron insumos como Pinceles, tijeras, pinturas, seguetas, cortadoras eléctricas, empaques y pegantes. Para el proceso se necesita personal con preparación académica y experiencia en el ramo de las artesanías.

Se pudo constatar que el municipio es ideal como lugar o sitio para iniciar la empresa de artesanías alegóricas; por las bondades que tienen esta localidad, como la apertura de los nuevos puertos, el auge del turismo y en cuanto a la estructura administrativa, se determinó la estructura lineal de mando; desde la junta directiva hasta la asesora de la naciente empresa.

Con respecto al **cuarto objetivo**, se concluye que, en cuanto a la estructura administrativa, se logró determinar la estructura lineal de mando; desde la junta directiva hasta la asesora de la naciente empresa.

El proyecto tiene repercusiones socioeconómicas, ya que crea empleos directos e indirectos, tanto para trabajadores cualificados como no cualificados. El empleo directo estará representado por la contratación de empleados que trabajarán dentro de la empresa y el empleo indirecto está representado por empleados que trabajan para el envío de los productos de clientes, el mantenimiento de equipos y los recicladores independientes del municipio de Turbo.

El proyecto tiene **impactos positivos** y negativos en el medio ambiente, entre los positivos tenemos: Se reduce la contaminación del mar, ríos y caños del municipio de Turbo, ya que los materiales reciclables serán recuperados y aprovechados, para contrarrestar la problemática que actualmente se está evidenciando. Se reduce el uso del petróleo en la producción de plásticos ya que serán reutilizados para el nuevo proceso productivo. Aumentaría la vida útil de los rellenos sanitario de la región de Urabá, específicamente del municipio de Turbo, gracias a la reutilización de estos residuos (plástico y vidrio). Ahorro de energía y de recursos: Reciclar envases supone un 95 % menos de gasto energético que usar materiales vírgenes. También supone un ahorro del 86 % de agua. En este sentido, en un país con tantos problemas relacionados con los recursos hidrológicos como España, el reciclaje de plástico y de otros materiales ha supuesto, desde 1998, el ahorro de más de 400 millones de metros cúbicos de agua dulce. (plasticosalser, 2021).

Dentro de los **impactos negativos**, tenemos: el ruido generado por la maquinaria para obtener los productos a base de plástico y vidrio, esto será mitigado mediante la implementación de medidas de reducción de ruido y protección auditiva para el personal que trabajará en el proyecto.

Del **quinto y último objetivo**, el cual hace referencia al estudio económico y financiero se concluye que:

El **valor presente neto** esperado por este proyecto con una tasa de descuento del **15%**, es de **\$ 10.744.696,65** y en un periodo de 5 años.

La tasa interna de retorno que muestra este proyecto es de **22%** de rentabilidad. La TIR aceptable puede ser como máximo en 60% para proyectos reales. La TIR indica rentabilidad financiera cuando es mayor a la tasa de descuento o tasa de oportunidad.

Flujo de caja

Se proyecta una utilidad neta de:

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	12.273.265	104.555.646	104.539.227	121.619.192	118.693.867

Por lo tanto, se puede determinar que **el flujo de caja es POSITIVO**. La inversión se recuperará en el segundo año de inicio del proyecto, **en resumen, es un proyecto rentable y que augura muchos éxitos en el futuro próximo**. (Anexo 3. Estudio financiero en Excel).

Recomendaciones.

Para la alcaldía municipal de Turbo; se recomienda fortalecer el apoyo al emprendimiento de los nuevos profesionales de la región; mediante aporte económicos para dar inicio a iniciativas en pro de conservar la cultura y el turismo en la localidad.

Para la naciente empresa, se recomienda elaborar sus productos con una excelente calidad y darle a conocer a los clientes este hecho, mediante las redes sociales y otros medios de publicidad. Tener en cuenta la oportunidad que se viene con la instalación de los nuevos puertos y el auge de los turistas que tendrá esta prospera región.

Ampliar los productos de artesanías, teniendo en cuenta a los indígenas y afrocolombianos de la zona para preservar las costumbres ancestrales.

Recalcar a las instituciones públicas y entidades privadas del municipio de Turbo para buscar estrechar e incrementar mayor coordinación a fin de prestar un apoyo real a los artesanos de la región, para otorgarle un alto grado de competitividad en el ámbito nacional e internacional desarrollando un programa integral de asesoría e información que comprende una serie de actividades destinadas a mercados objetivos de la subregión de Urabá, ayudar en comercialización, capacitación y asistencia técnica, crediticia y financiera de las empresas nacentes.

Fomentar en la Universidad la implementación de proyectos productivos, acompañados por la facultad de Administración de Empresas.

Elaborar los productos con excelente calidad y difundirlos a través de las redes sociales; en hoteles, y centros estratégicos para su comercialización.

El principal problema del sector artesanal para su desarrollo es la obtención de crédito en entidades privadas y públicas, sin embargo, los requisitos y garantías no están al alcance del artesano productor, lo que desalienta la actividad y les obliga a recurrir a préstamos con usureros.

Crear estrategias para el fácil acceso a créditos para artesanos.

Referencias Bibliográficas

- Alcaldia Bogota. (07 de Julio de 2022). *Ley 2232 de 2022 Congreso de la República de Colombia*. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=125439>
- Álvarez, D. O. (15 de Julio de 2021). *Plástico. ¿Qué es el plástico?:*
<https://concepto.de/plastico/#ixzz8LogwxRmu>
- ANDI. (20 de 12 de 2019). *Estrategia Nacional de Economía Circular*.
https://www.andi.com.co/Uploads/Estrategia%20Nacional%20de%20EconA%CC%83%C2%B3mia%20Circular-2019%20Final.pdf_637176135049017259.pdf
- ANDI. (3 de marzo de 2020). “*Por medio del cual se incentiva la gestión de reciclaje de envases de un solo uso*”. PL 298-20 Residuos:
[https://www.andi.com.co/Uploads/PL%20298-20%20Residuos%20\(2\).pdf](https://www.andi.com.co/Uploads/PL%20298-20%20Residuos%20(2).pdf)
- Antioquia, C. d. (2021). *Crea tu Sociedad por Acciones Simplificada, S.A.S, de forma virtual, ágil y segura*. <https://www.camaramedellin.com.co/servicios-registrales/tramites-virtuales-y-otros-canales-de-servicio/radicador-tramite-virtual-sas>
- Antioquia, G. d. (2022). *Gobernación de Antioquia (Turbo)*.
<https://corregimientos.antioquia.gov.co/turbo/>
- AresaniasdeColombia. (2022). *informe*. Bogotá: AresaniasdeColombia.
- AresaniasdeColombia. (2022). *Informe de Artesanias*. Bogotá.
- Basilio, A. (2022). *Costos fijos y variables para la generación de rentabilidad en las Pyme's*.
facultad de ciencias administrativas.

Blanco, T. A. (19 de Julio de 2023). *Descubre cuál es el proceso de reciclaje del vidrio*. BBVA:

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/descubre-cual-es-el-proceso-de-reciclaje-del-vidrio/>

Bonilla, M., & Guillen, E. (2021). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE EMPRESA DE ARTESANIAS*. IBAGUE: UNIMINUTO.

Cagigas, M., & Ramírez, E. (2019). *Capacidad de producción y sostenibilidad en empresas nuevas*. Bogotá: Revista espacios.

Coursehero. (23 de 4 de 2021). *Ensayo sobre el reciclaje*.

<https://www.coursehero.com/file/89973859/Ensayo-sobre-el-reciclajedocx/>

DANE. (2023). *ESTADISTICAS*. BOGOTA.

Editorial, E. (23 de enero de 2023). *Vidrio*. De: Argentina. Para: Enciclopedia Humanidades:

<https://humanidades.com/vidrio/#ixzz8LolGPCs6>

Euroinnova. (s.f.). *Qué es el estudio técnico de un proyecto*. Lo necesario que es el estudio técnico de un proyecto: <https://www.euroinnova.co/blog/que-es-el-estudio-tecnico-de-un-proyecto#:~:text=Un%20estudio%20t%C3%A9cnico%20permite%20proponer,de%20cada%20una%20de%20ellas>.

Fajardo, C., Romero, M., & Vélez, C. (2009). *Régimen legal, tributario de las S.A.S*. Bogotá: Universidad Libre Colombia.

Fonseca, J. (2019). *EL APOORTE ACADÉMICO DEL DISEÑO A LA ARTESANÍA EN BOYACÁ*. Duitama: UPTC.

Galán, J. S. (01 de 03 de 2020). *Plan de negocio*. economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

GoThEn. (2019). *El Reciclaje*. Obtenido de slideplayer: <https://slideplayer.es/slide/14205107/>

GRN. (s.f.). *Estudios Ambientales*. [https://www.grn.cl/estudios-](https://www.grn.cl/estudios-ambientales.html#:~:text=Es%20un%20conjunto%20de%20estudios,ambiente%20f%C3%ADsico%2C%20biol%C3%B3gico%20o%20humano.)

[ambientales.html#:~:text=Es%20un%20conjunto%20de%20estudios,ambiente%20f%C3%ADsico%2C%20biol%C3%B3gico%20o%20humano.](https://www.grn.cl/estudios-ambientales.html#:~:text=Es%20un%20conjunto%20de%20estudios,ambiente%20f%C3%ADsico%2C%20biol%C3%B3gico%20o%20humano.)

Guatequi, G. (2017). *LA INCIDENCIA DEL CONTRATO DE TRABAJO EN EL MERCADO LABORAL EN COLOMBIA*. Bogotá: Universidad del Rosario.

Guerrero, s. (12 de septiembre de 2016). *ESTUDIO DE MERCADOS, ADMINISTRATIVO Y LEGAL, PARA LA CONSTITUCIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL MUNICIPIO DE PUERTO WILCHES (SANTANDER)*.

<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>

Herrera, B. (200). *Acerca de la tasa de descuento en proyectos*. Bogotá.

LaNotaEconomica. (17 de mayo de 2022). *Más de 14 mil empleos podrían generarse en Colombia para 2030 en labores de reciclaje: OIT*.

[https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/mas-14-mil-empleos-podrian-generarse-en-colombia-para-2030-en-labores-de-reciclaje-oit/#:](https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/mas-14-mil-empleos-podrian-generarse-en-colombia-para-2030-en-labores-de-reciclaje-oit/#:~:text=M%C3%A1s%20de%2014%20mil%20empleos%20podr%C3%ADan%20generarse%20en%20Colombia%20en%20labores%20de%20reciclaje)

[~:text=M%C3%A1s%20de%2014%20mil%20empleos%20podr%C3%ADan%20generarse%20en%20Colombia%20en%20labores%20de%20reciclaje](https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/mas-14-mil-empleos-podrian-generarse-en-colombia-para-2030-en-labores-de-reciclaje-oit/#:~:text=M%C3%A1s%20de%2014%20mil%20empleos%20podr%C3%ADan%20generarse%20en%20Colombia%20en%20labores%20de%20reciclaje)

LaRepublica. (2 de mayo de 2022). *Ventas en el mercado de reciclaje aumentaron 145% para 2021, según Acoplásticos*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/ventas-en-el-mercado-de-reciclaje-aumentaron-145-para-2021-segun-acoplasticos-3355226>

López, J. F. (01 de 04 de 2019). *Proceso Administrativo*. economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>

Lopez-Roldàn, P., & Fachelli, S. (2016). *Metodología de la Investigación*. Barcelona:
Universitat Autònoma de Barcelona.

MacNeil, C. (19 de agosto de 2022). *¿Caen las ventas? Prueba con estas 12 estrategias de promoción para aumentar la demanda de los clientes*.
<https://asana.com/es/resources/promotion-strategy>

Martínez, D., & Montoya, S. (2022). *Análisis de los beneficios económicos, sociales y ambientales en el reciclaje y en Turbo*. Turbo: Uniminuto.

Mejía, M. (2004). *Creación de una empresa comercializadora de material reciclable (plástico, vidrio y carton) en el municipio de Valledupar - Cesar*.
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/19548/cglasso.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, p1.

minambiente. (22 de agosto de 2022). *Gobierno plantea apoyo económico para fortalecer asociaciones de recicladores*. <https://www.minambiente.gov.co/uncategorized/gobierno-plantea-apoyo-economico-para-fortalecer-asociaciones-de-recicladores/>

MinAmbiente. (2022). *Guía NACIONAL PARA LA ADECCUACIÓN SEPARACION DE RESIUDOS SOLIDOS*. Bogotá: Ministerio del Medio Ambiente.

MINComercio. (01 de 11 de 2022). *INFORME RENDICIÓN DE CUENTAS 2022*. Artesanías De Colombia:
https://artesaniadescolombia.com.co/Documentos/Contenido/41225_info_rdc_2022_v1_27102022.pdf

MONCALEANO, C. C. (30 de mayo de 2022). *ACTIVIDAD 3. PROYECTO DE INVERSION (ENTREGA 2)*. ESTUDIO LEGAL-AMBIENTA:
<https://www.studocu.com/co/document/corporacion-universitaria-autonoma-de-narino/contabilidad/actividad-3-formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-entrega-2/35843472>

Morales, F. C. (27 de 02 de 2021). *Microempresa*. Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/microempresa.html>

Noticias Urabá. (24 de mayo de 2017). *Mapa de Urabá*. <https://noticiasuraba.com/mapa-de-Urabá/1918/>

Padilla, V. (2015). *Análisis financiero*. México: Editorial Patria S: A:

Parra, A. (s.f.). *¿Qué es la segmentación de mercados?*

<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-segmentacion-de-mercados>

PlandeDesarrolloMunicipal2020-2023. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal*. Turbo: Turbo.

PlandesarroldepartamentalAntioquia. (2020-2023). *Plan de Desarrollo departamental Antioquia*.

Medellín: Departamento de Antioquia.

plasticosalser. (20 de Julio de 2021). *Características de los envases reciclados y reciclables*.

<https://www.plasticosalser.com/es/caracteristicas-de-los-envases-reciclados-y-reciclables/>

Powerjet. (2023). *Máquina de moldeo por extrusión y soplado de doble estación de alta*

velocidad. <https://powerjetmachine.cn/es/plastic-machine/double-station-extrusion-blow-molding-machine-eb30u-eb70u/>

Powerjet. (2023). *MÁQUINA DE MOLDEO POR INYECCIÓN ESTÁNDAR*.

<https://powerjetmachine.cn/es/injection-molding-machine/#bj-series>

puebliando. (s.f.). *Turbo*. puebliando por Antioquia:

<https://www.puebliandoporantioquia.com.co/subregion-uraba/municipio-turbo/>

Quiroa, M. (1 de 01 de 2020). *Administración*. economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>

Receco. (22 de mayo de 2019). *Reciclaje y reutilización de plásticos*.

<https://gestorderesiduosmadrid.es/reciclaje-reutilizacion-de-plastico/>

Recicladoslared. (s.f.). *EL PROCESO DE RECICLAJE DE PLÁSTICO*.

<http://www.recicladoslared.es/proceso-de-reciclaje-de-plasticos/>

Recytrans. (06 de agosto de 2013). *RECICLAJE DE VIDRIO*.

<https://www.recytrans.com/blog/reciclaje-de-vidrio/>

Rincón, F. (2020). *El diagnóstico empresarial, como herramienta de gestión gerencial*. Bogotá: Corporación Universitaria Rafael Núñez.

Rodríguez, M. (2015). *Rodríguez Brindis, Martín, Política De Fijación De Precios: Una Nueva Metodología Basada En La Estructura De Costos-Competencia De La Empresa (Pricing Policy: A New Methodology Based on Cost-Competitive Structure of the Company)* (2015). Bogotá: Revista internacional .

Roncancio, E. (2018). *Artesanía*. Pamplona: Unipamplona.

Rubio, A. N. (2 de marzo de 2021). *Conoce los pormenores de la macro y micro localización de un proyecto*. <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion#:~:text=Es%20el%20estudio%20que%20se,instalaciones%20en%20el%20terreno%20elegido>.

Salcedo, A. (13 de 10 de 2015). *ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE UN PROYECTO*. <https://prezi.com/ugiv37tdzexo/estudio-administrativo-de-un-proyecto/>

Sánchez, D. (2014). *“T A M A Ñ O D E L P R O Y E C T O”*. Bogotá: Universidad San Agustín.

Semana. (1 de 03 de 2021). *En Colombia se recicla menos del 17% de la basura que se genera*. <https://www.semana.com/en-colombia-se-recicla-menos-del-17-de-los-residuos-que-se-generan/59739/>

SILOGS. (s.f.). *Soluciones en Ingeniería y Logística presta los servicios de Clasificación, separación, lavado y Molido de Polímeros*: <https://silogsas.com/servicios/>

Silva, D. d. (4 de marzo de 2021). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

UTH Florida University|. (s.f.). *¿En qué consiste un estudio financiero?*

<https://www.uthflorida.us/en-que-consiste-un-estudio-financiero/#:~:text=Un%20estudio%20financiero%2C%20es%20el,en%20t%C3%A9rminos%20de%20rentabilidad%20econ%C3%B3mica.>

Zendesk. (13 de 12 de 2022). *4 técnicas para un proceso de integración de personal exitoso*.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/integracion-personal-proceso/>

Zenteno, C. V. (28 de noviembre de 2017). *Importancia de la comunicación oral en las*

pequeñas empresas. <https://www.gestiopolis.com/importancia-la-comunicacion-oral-las-pequeñas-empresas/>

Apéndices

Apéndice A

Encuesta

Empresa de Tratamiento y Transformación de Residuos Sólidos CAMTUR

Como estudiante de la institución universidad abierta y a distancia (UNAD), en el marco del proceso de titulación estoy desarrollando un estudio de factibilidad para la creación de una empresa enfocada en la organización y formación del gremio reciclador, para el tratamiento, transformación y reutilización de residuos sólidos (plástico y vidrio), para su posterior comercialización, como accesorios para el hogar, utensilios de aseo, y artesanías alegóricas en el municipio de Turbo. por ende, la presente encuesta contribuye en la consolidación del estudio referenciado, en este caso, desde la perspectiva del mercado y del cuidado del medio ambiente.

Objetivo de la encuesta: Recabar información que permita identificar necesidades, gustos, dinámicas de interacción con el mercado y demás percepciones de los usuarios potenciales hacia la idea de negocio.

El tiempo de gestión de la presente encuesta, es de 5 a 10 minutos.

Es importante informar que:

La información que suministrará tiene una finalidad conocer sobre la percepción de usuarios potenciales, y será tratada de conformidad a la Ley general de protección de datos Habeas Data 1581 de 2012, por lo tanto, la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

- La participación en este estudio es voluntaria.
- Sus respuestas al cuestionario serán codificadas y por lo tanto, serán anónimas.

- Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede comunicarse a través de los datos de contacto de la estudiante relacionada a continuación: yidari2006@gmail.com

O a la docente y asesora del estudio del proyecto, bianey.castro@unad.edu.co

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso. Más información

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿De qué municipio eres?

*

Turbo

Apartadó

Carepa

Chigorodó

Arboletes

Murindó

Mutatá

Necolcí

San Juan de Urabá

San Pedro de Urabá

Vigía del Fuerte

Otros:

2. ¿Tiene conocimiento sobre el reciclaje?

*

sí

No

3. ¿Conoce la ley de las tres R (reducir, reciclar, reutilizar)?

*

sí

No

Más o menos

4. ¿Usted practica la cultura de reciclaje?

*sí

No

A veces

5. ¿Hace cuánto tiempo se dedica usted al reciclaje?

*

Ente 1 a 6 meses

Un año

Más de un año

No reciclo

6. ¿Con que frecuencia recicla?

*

Diario

Una a 2 veces por semana

No reciclo

7. ¿Considera usted, que es importante reciclar?

*

Muy importante

Poco importante

Nada importante

8. ¿Qué tipo de residuos le gusta recolectar?

*

Plástico

Vidrio

Cartón

Residuos orgánicos

No reciclo

9. ¿Obtiene algún beneficio económico por reciclar?

*

Sí

No

No reciclo

10. ¿Cuál es el residuo que más botas?

*

Orgánicos

Inorgánicos

11. ¿Considera que los residuos sólidos son una problemática para el municipio?

*

Sí

No

Me es indiferente

12. ¿Cree usted pertinente la educación en tema del reciclaje, en la etapa escolar de los niños y niñas de tu municipio, desde temprana edad?

*

Sí

No

Me es indiferente

13. ¿Conoce alguna empresa en la región, que se encargue de reciclar y transformar los residuos sólidos?

*

Sí

No

14. Si respondió sí, ¿en cuál de los municipios de la región de Urabá, se encuentra ubicada la empresa?

*

Turbo

Apartadó

Carepa

Chigorodó

Arboletes

Murindó

Mutata

Necoclí

San Juan de Urabá

San Pedro de Urabá

Vigía del Fuerte

Respondí No

Otros:

15. ¿Le gustaría que, en el municipio de Turbo, hubiera una planta de tratamiento y transformación de residuos sólidos?

*Si me gustaría

No me gustaría

Me es indiferente

16. ¿Si en el municipio de Turbo hubiera una planta de tratamiento y transformación de residuos sólidos, usted practicaría el reciclaje de residuos sólidos (Plástico y vidrio) para contribuir al ambiente y a la empresa?

*

Dispuesta

Muy dispuesta

Poco dispuesta

No me gusta reciclar

17. ¿Estaría dispuesta o dispuesto a reciclar desde sus casas, residuos sólidos (Plástico y vidrio) para contribuir al ambiente y a la empresa, y así, obtener cupones de descuentos al momento de comprar productos realizados a base de material reciclados de dicha empresa?

*

Dispuesta

Muy dispuesta

Poco dispuesta

No me gusta reciclar

18. ¿Usted compraría productos de una planta de tratamiento y transformación de residuos sólidos, como artesanías, accesorios para el hogar o utensilios de aseo?

*

Si compraría

No compraría

19. ¿Cuál es la red social que usas con mayor frecuencia?

*

Facebook

Instagram

WhatsApp

Twitter

YouTube

TikTok

Kwai

Otros:

20. ¿Cuál es el medio donde ve más publicidad o campañas sobre el cuidado del medio ambiente como las 3R's (reducir, reciclar, reutilizar)?

*

Internet (Facebook, Instagram Twitter, TikTok etc.)

Valla publicitaria

Cuñas radiales

Televisión

Volantes

Ninguna de las anteriores

Otros:

Apéndice B

Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

Para la elaboración de la encuesta se recurrió a la App de Formularios que hace parte de las herramientas de Google, la cual permite realizar encuestas en línea. Se diseñó la encuesta en la plataforma y por medio del link generado, se compartió la encuesta vía WhatsApp. La encuesta, tuvo una duración aproximadamente de 4 a 6 minutos por persona, la cual consta de 20 preguntas de selección múltiple, estas nos permitieron obtener información necesaria para desarrollar el presente proyecto.

A continuación, se presenta el cuestionario que se realizó:

Análisis de resultados.

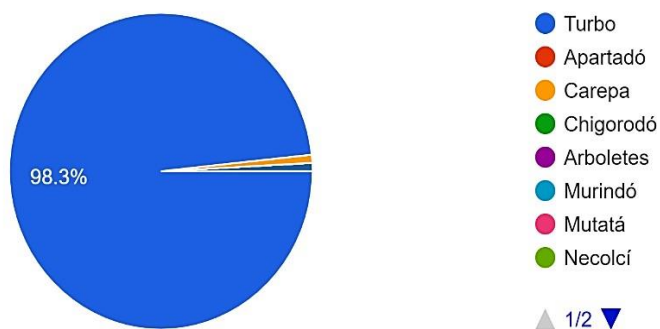
La encuesta se aplicó a 120 personas las cuales son una parte del total de la población del municipio de Turbo, del área de influencia.

Figura 18

¿De qué municipio eres?

1. ¿De qué municipio eres?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

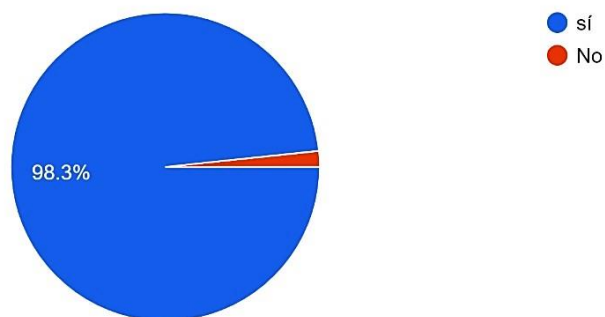
Del 100% de los encuestados el 98,3% de ellos, son del municipio de Turbo, lo que nos hace más fácil en análisis total del estudio, ya que estaríamos tratando y evidenciando los hábitos y conductas de nuestros posibles clientes, pertenecientes al municipio de Turbo, área al cual pretendemos impactar.

Figura 19

¿Tiene conocimiento sobre el reciclaje?

2. ¿Tiene conocimiento sobre el reciclaje?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

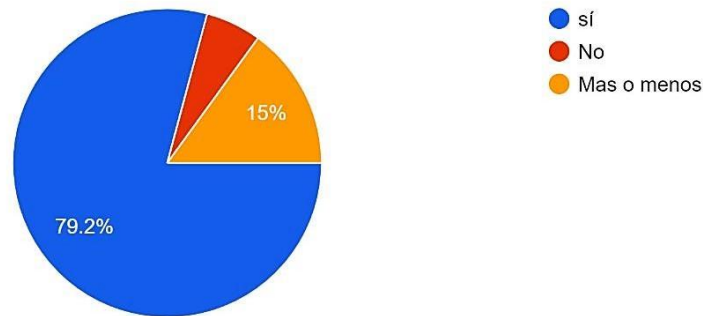
El 98,3% de nuestros encuestados tienen conocimientos básicos sobre el acto de reciclar, esto va a ser de gran ayuda para nosotros al momento de dar a conocer la misión social del proyecto, y que estos valoren y quieren ser parte del mismo.

Figura 20

¿Conoce la ley de las 3R?

3. ¿Conoce la ley de las tres R (reducir, reciclar, reutilizar)?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

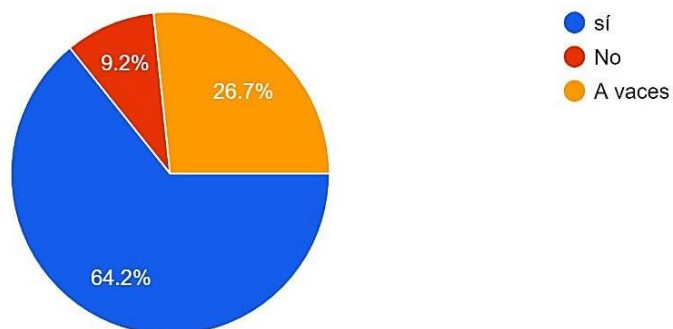
Como empresa, es muy importante que nuestros futuros clientes tenga conocimiento sobre esta ley, ya que, esta es la finalidad de nuestras empresa, somos consciente del impacto negativo que los residuos sólidos están creando en nuestro ecosistema y de la sobre carga que actualmente se está evidenciando en los rellenos sanitarios de nuestra región, es por ello, que queremos ser parte de la solución; por lo tanto podemos evidenciar que del 100% de los encuestados, el 79% de ellos tiene conocimiento de esta importante ley en materia ambiental, contra un 15% que aún, no tienen una idea clara de esta y un 5,8% que simplemente no sabe, lo cual, que se convierte en una misión como empresa crear campañas publicitaria de manera masiva, para que las personas se empapen de los términos ambientales y el objetivo de cada uno.

Figura 21

¿Usted practica la cultura de reciclaje?

4. ¿Usted practica la cultura de reciclaje?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

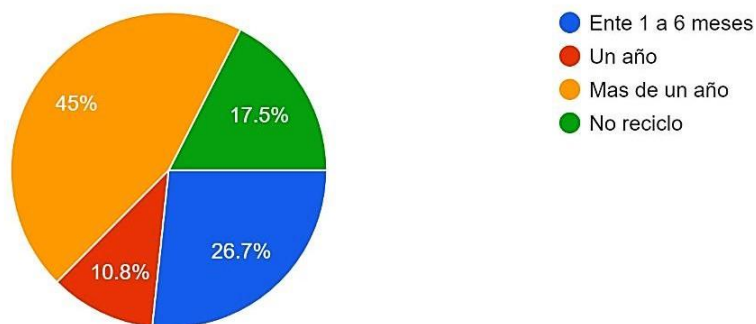
En esta pregunta podemos evidenciar que de las 120 personas encuestadas el 64,2% tienen el hábito de reciclar, el 26,7% reciclan esporádicamente y el 9,2% no reciclan, con lo cual concluimos con un porcentaje positivo en cuanto a cuidado ambiental por parte de las personas encuestadas del municipio de Turbo, pero que un como empresa debemos consolidar creando estrategias que nos permitan impactar de forma positiva en la mentalidad de nuestros futuros clientes.

Figura 22

¿Hace cuánto tiempo se dedica al reciclaje?

5. ¿Hace cuánto tiempo se dedica usted al reciclaje?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

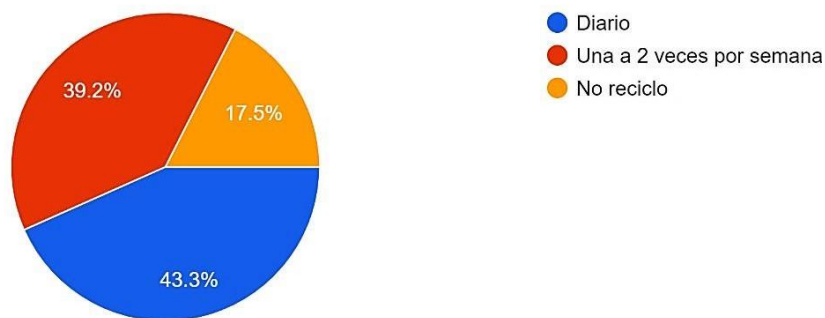
Del 100% de las personas encuestadas el 45% tiene el hábito arraigado del reciclaje, el 26,7% lo implementan desde hace 6 meses, el 17,5% aún, no se ha sumado a la causa y el 10,8% lleva un año reciclando en sus hogares, arrojándonos un valor positivo con un 89,2% de personas con conciencia ambiental, lo que traduce para nosotros como empresa, en una ventaja.

Figura 23

¿Con qué frecuencia recicla?

6. ¿Con que frecuencia recicla?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

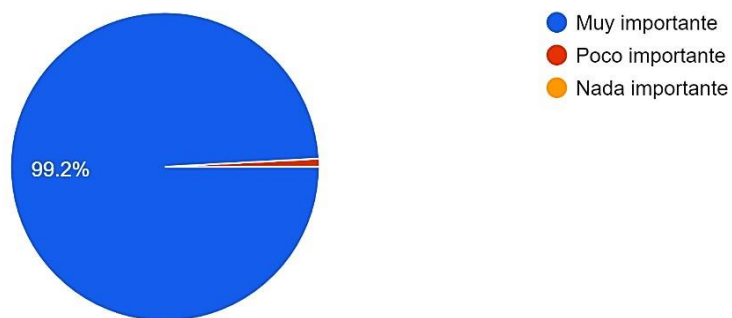
Para el proyecto era muy importante conocer este dato, ya que, con esta información lograríamos saber, primero; que tan comprometidos están los habitantes de municipio de Turbo con la cultura del reciclaje, debido a que, gracias a esta acción la empresa obtendría una “estabilidad” en cuanto a obtención de materia prima (residuos de plástico y vidrio), y segundo, porque identificaríamos, qué tanto como proyecto, o como futura empresa, tendríamos que trabajar para crear estrategias, que incentiven la cultura del reciclaje en el municipio; es por ello que los resultados arrojaron lo siguiente: el 43,3% de los encuestados expresaron que reciclan todos los días, el 39,2% reciclan de una a 2 veces por semana, lo cual es un índice bajo en cuanto a reciclaje; y el 17,5%, simplemente no reciclan. De estos datos se evidencia, la poca conciencia ambiental por parte de los habitantes del municipio en mención.

Figura 24

¿Considera usted, que es importante el reciclar?

7. ¿Considera usted, que es importante reciclar?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

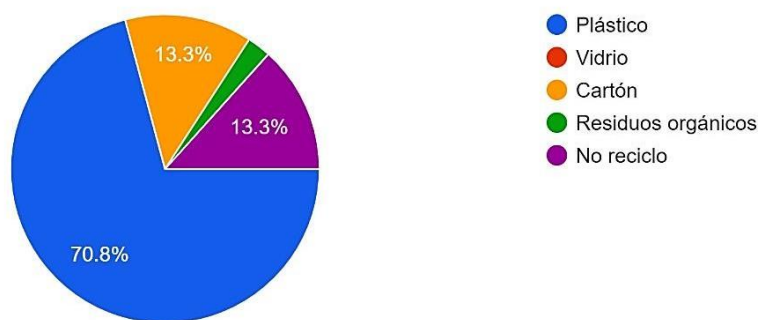
Del 100% de los encuestados, el 99,2% está de acuerdo, el importancia del reciclaje para el medio ambiente, es decir, que aun conociendo la problemática que genera la ausencia de este en la hogares del municipio de Turbo, no hay iniciativa para el más del 50% de ellos teniendo en cuenta los datos de la anterior pregunta, aun así, se evidencia, que efectivamente conocen del tema lo cual se puede aprovechar para incentivar, que del pensamiento lleguen a la acción, todo esto se puede logran por medio de una buena estrategia de marketing.

Figura 25

¿Qué tipo de residuos le gusta recolectar?

8. ¿Qué tipo de residuos le gusta recolectar?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

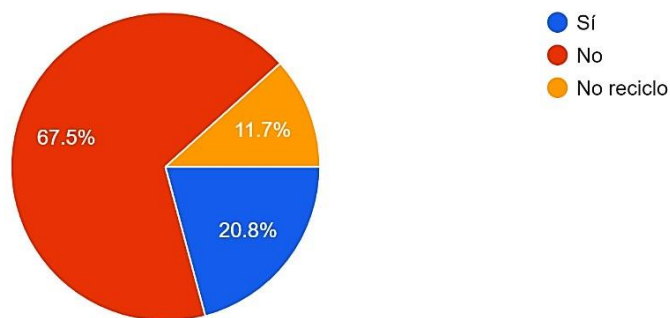
El residuo con el que el proyecto pretende trabajar, es el plástico y el vidrio, es por ello, que el resultado de esta encuesta es alentador ya que, el 70,8% de los encuestados les gusta recolectar plástico, 13,3% prefieren recolectar cartón, el 13,3% no reciclan, y el 2,5% reciclan residuos orgánicos.

Figura 26

¿Obtiene algún beneficio económico por reciclar?

9. ¿Obtiene algún beneficio económico por reciclar?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

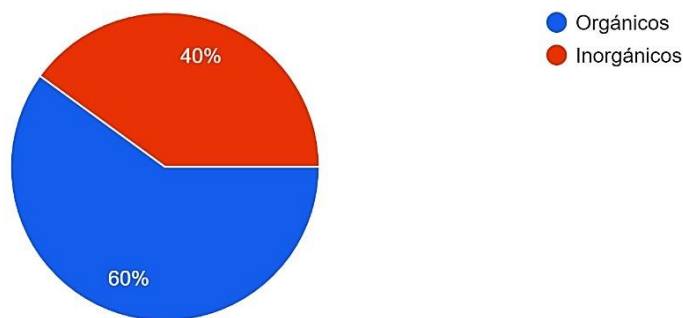
Hacer esta pregunta era importante para este proyecto, ya que, con esta podíamos identificar que otro beneficio aparte del colectivo(social) las personas obtienen al realizar esta acción, para así, buscar la manera de solucionarlo, por lo tanto, la encuesta arrojó los siguientes porcentajes: el 67,5% no obtiene beneficios económicos, el 20,8% si obtiene beneficios económicos, y el 11,7% simplemente no realiza la acción del reciclaje.

Figura 27

¿Cuál es el residuo que más botas?

10. ¿Cuál es el residuo que más botas?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

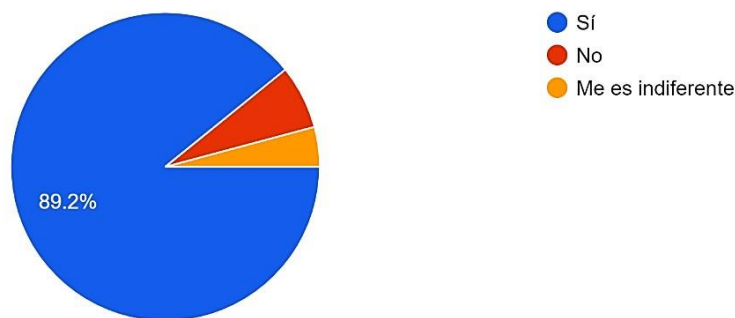
Del 100% de los encuestados el 60% están acostumbrados a desechar residuos orgánicos y el 40% botan más residuos inorgánicos, a pesar de la ambigüedad de la pregunta, se puede deducir el hábito de consumo alimenticio por parte de los encuestados si tienden a comer más fuera de sus casas o no y de ahí depende que desechen más residuos inorgánicos.

Figura 28

¿Considera que los residuos sólidos son un problema para el municipio?

11. ¿Considera que los residuos sólidos son una problemática para el municipio?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

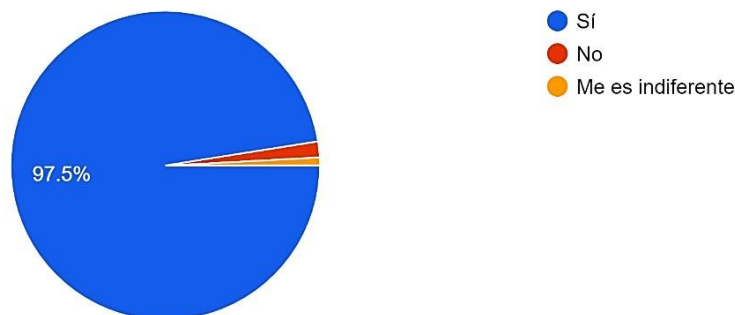
De las 120 personas encuestadas el 89,2% de ellos están consiente de la problemática de esta mala práctica para la imagen del lugar, (teniendo en cuenta que Turbo, hace parte de uno de los municipios más turísticos de la región de Urabá por su zona costera y el puerto que es de vital importancia para la economía de la región) el 6,7% no considera que los residuos son una problemática para el municipio en mención y el 4,2% le es indiferente la situación de su entorno.

Figura 29

¿Cree usted pertinente la educación en tema del reciclaje?

12. ¿Cree usted pertinente la educación en tema del reciclaje, en la etapa escolar de los niños y niñas de tu municipio, desde temprana edad?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

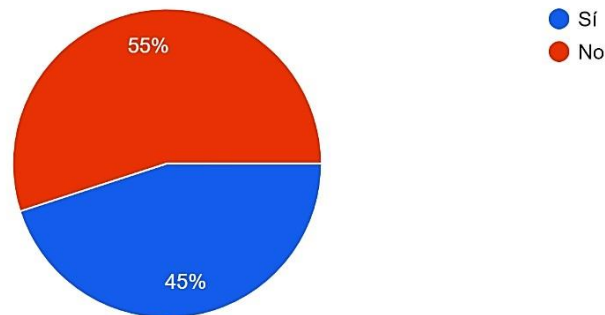
Para este proyecto es de vital importancia el generar conciencia en cuanto a esta problemática, se sabe que todo empieza desde hogar, pero también es importante reforzar esta hermosa acción en las instituciones educativas que se convierten en nuestro segundo hogar, si se incentiva al niño desde pequeño, enseñándole la importancia y los beneficios de adoptar la cultura del reciclaje, se garantizaría futuro prometedor para la disminución de la contaminación en el municipio; Además, desde el punto de vista estratégico actual, ese niño será la voz, de llevar a la acción la cultura del reciclaje en su hogar lo que se traduce para la futura empresa en beneficio.

Figura 30

¿Conoce en la región empresas que reciclen?

13. ¿Conoce alguna empresa en la región, que se encargue de reciclar y transformar los residuos sólidos?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

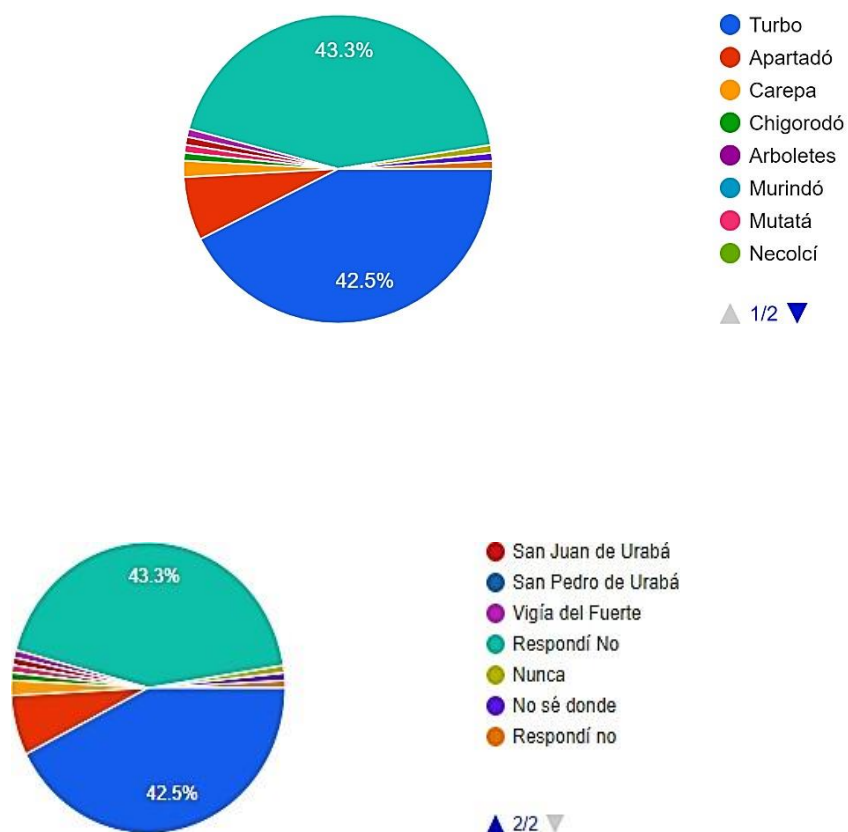
Es importante identificar y conocer la competencia, para esto sería esencial utilizar la técnica del benchmarking, la cual, trata sobre conocer de manera profunda las estrategias y las prácticas utilizadas por ellos, con lo cual, permita transformar y mejorar las nuestras, y así, obtener una ventaja competitiva; es por esto, que el resultado de la pregunta es el siguiente: El 55% de los encuestados informaron, que no conocen una empresa que se encargue de transformar los residuos sólidos en productos totalmente nuevos y el 45% de ellos expresaron que si conocen una empresa que se encargue de hacer dicho proceso.

Figura 31

¿En cuál de los municipios de Urabá, se encuentra ubicada la empresa?

14. Si respondió sí, ¿en cuál de los municipios de la región de Urabá, se encuentra ubicada la empresa?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

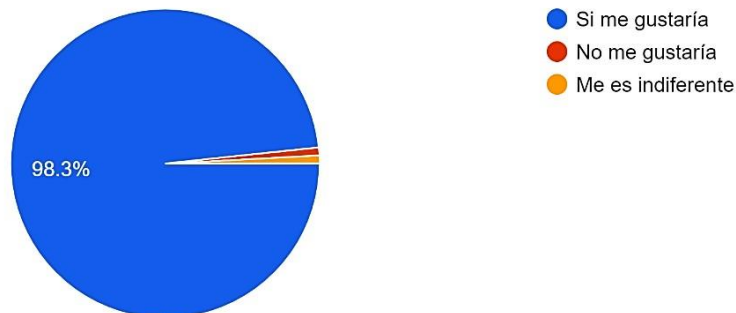
Para completar la pregunta anterior y saber con exactitud el municipio donde se encuentra dichas plantas de tratamiento de residuos sólidos, se arrojó los siguientes resultados, el 43% de los encuestados informaron que efectivamente no saben si en la región de Urabá, existe alguna planta de tratamiento y transformación de registro, el 42,5% notificaron que conocen una planta de tratamiento el municipio en estudio, Turbo, y el 6,7% en el municipio de Apartadó.

Figura 32

¿Le gustaría tener una planta de reciclaje en el municipio de Turbo?

15. ¿Le gustaría que en el municipio de Turbo, hubiera una planta de tratamiento y transformación de residuos sólidos?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

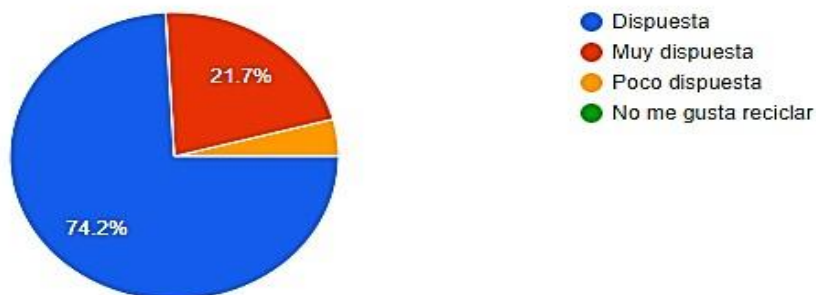
Del 100% de los encuestados el 98,3% expreso que efectivamente les gustaría esta iniciativa en el municipio de Turbo, traduciendo esto en algo positivo para el proyecto, evidenciando los posibles clientes para la misma.

Figura 33

¿Reciclaría plástico y vidrio, para contribuir a la futura empresa?

16. ¿Si en el municipio de Turbo hubiera una planta de tratamiento y transformación de residuos sólidos, usted practicaría el reciclaje de residuos sólidos (Plástico y vidrio) para contribuir al ambiente y a la empresa?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

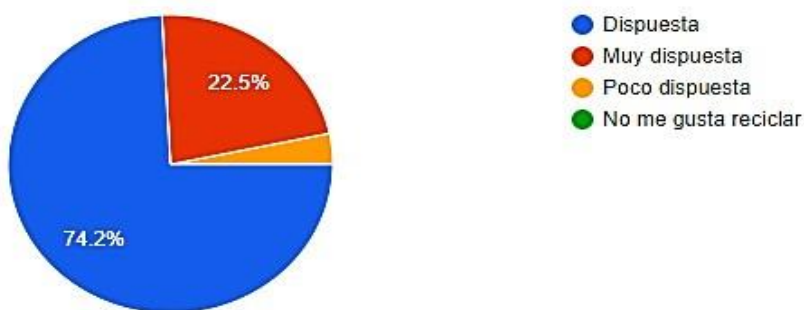
Con esta pregunta confirmamos la disposición por parte de los encuestados para consumir los productos que de ella se creen, dándonos como resultado que el 74,2% estaría dispuesto, el 21,7% estaría muy dispuesto y el 4,1% poco dispuesto; este resultado es muy importante, porque a pesar que no se habló de darles algún beneficio o incentivo, la mayoría expresó su disposición a aportar a la empresa y por ende al medio ambiente.

Figura 34

¿Reciclaría productos a base de vidrio y plástico a cambio de cupones de descuentos?

17. ¿Estaría dispuesta o dispuesto a reciclar desde sus casa, residuos sólidos (Plástico y vidrio) para contribuir al ambiente y a la empresa, y así, obtener cupones de descuentos al momento de comprar productos realizados a base de material reciclados de dicha empresa ?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

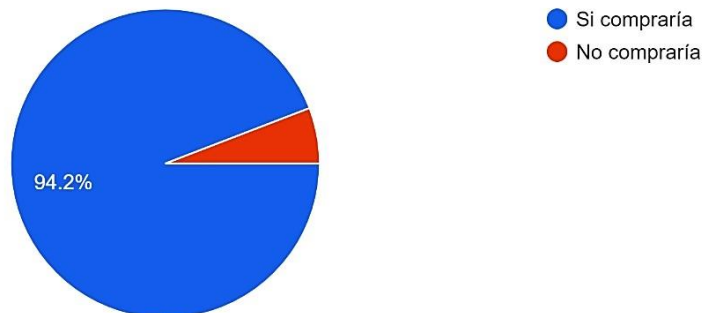
En una sociedad donde la acción de reciclar, no está arraigada en los hogares de Colombia, en este caso en la región de Urabá y el municipio de estudio (Turbo), la mejor manera para iniciar a cultivar esta cultura en dicho lugar, es mostrándoles un beneficio aparte del social, ya que tristemente esta zona en particular carece de conciencia colectiva, es por ello, que como posible nueva empresa, la principal estrategia para dirigir las ventas hacia el proyecto, es por medio del canje, ellos nos dan materia prima en este caso los residuos de plástico/vidrio y nosotros les damos de entre 10,15 a 20% de descuento, en productos creados por la plata, dependiendo de la cantidad de residuos recolectada por cada uno.

Figura 35

¿Compraría productos a base de material reciclable?

18. ¿Usted compraría productos de una planta de tratamiento y transformación de residuos sólidos, como artesanías, accesorios para el hogar o utensilios de aseo?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

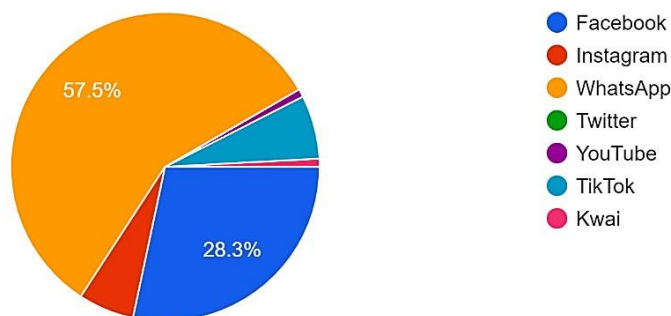
Con esta pregunta damos a conocer los productos principales que se producirían con la reutilización del plástico en donde el 94,2% expresa que, si lo comprarían, revelando los clientes potenciales para este hermoso proyecto.

Figura 36

¿Cuál es la red social que usas con mayor frecuencia?

19. ¿Cuál es la red social que usas con mayor frecuencia?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

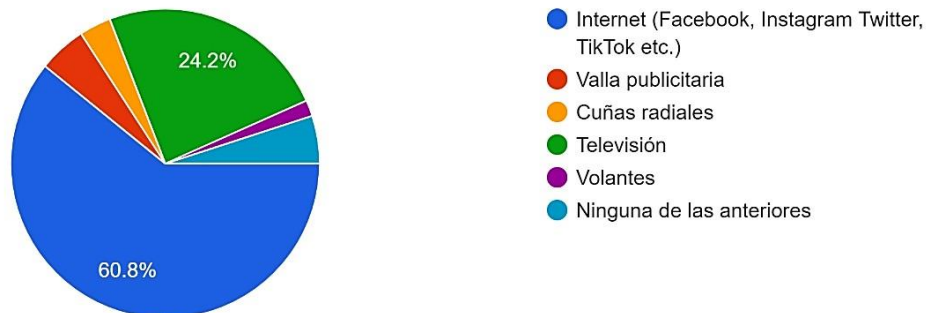
Sin una buena estrategia de marketing ninguna empresa permanece activa en mercado, con esta pregunta identificamos el canal de venta que se utilizaría para distribuir la información acerca del proyecto; conociendo la red social más utilizada por nuestros clientes potenciales sería vital, para garantizar u obtener la mayor captación de ellos, es por eso que del 100% de los encuestados el 57,5% usan con mayor frecuencia el WhatsApp, el 28,3% Facebook y el 6,7% TikTok, seguido del Instagram.

Figura 37

¿Cuál es el medio donde ve más publicidad acerca del reciclaje?

20. ¿Cuál es el medio donde ve mas publicidad o campañas sobre el cuidado del medio ambiente como las 3R's (reducir, reciclar, reutilizar)?

120 respuestas



Fuente. Autoría propia

Como complemento de la anterior pregunta, el 60,8% de los encuestados, ve más publicidad sobre dicho tema, por medio de las redes sociales, el 24,2% lo ve por medio de la televisión, con esto podemos identificar qué medios para captación de clientes se van a utilizar y así, aumentar las probabilidades de consumo de los productos creados.