

**Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Muebles
Ecológicos en el Municipio de Lorica, Córdoba**

Autor:

Amaris Amador Ángel

Director:

Jorge Rafael García Paternina

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Lorica, Córdoba

17 de enero de 2022

**Creación de una Empresa Dedicada a la Producción y Comercialización de Muebles
Ecológicos en el Municipio de Lorica, Córdoba**

Autor:

Amaris Amador Ángel

Director:

Jorge Rafael García Paternina

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Lorica, Córdoba

17 de enero de 2022

Agradecimientos

Con toda la humildad que mi corazón puede emanar te doy las gracias primeramente Dios por permitir cumplir uno de mis sueños, gracias padre amado por darme la fortaleza necesaria para seguir cuando he estado a punto de decaer.

En tu memoria madre mía, Candelaria Ángel Herazo por ser mi mayor motivación e inspiración, sé que desde el cielo me miras y cuidas de mí.

A Elida Herazo por ser esa persona que me ha apoyado siempre y por su amor incondicional.

Finalmente pero no menos importante, a mis compañeros y profesores, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, a todos ellos muchas gracias, especialmente a la profesora Yadira Guerrero, por creer en mí y brindarme su amistad.

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	15
Resumen Ejecutivo	19
1 Referente Teórico y Conceptual.....	20
1.1 Marco Teórico	20
1.1.1 Contaminación Ambiental	20
1.1.2 Reciclaje.....	23
1.1.3 Plan de Negocios	25
1.2 Marco Conceptual	28
2 Módulo de Mercado	31
2.1 Producto.....	31
2.1.1 Características	31
2.1.2 Usos del Producto.....	32
2.1.3 Beneficios del Producto	32
2.1.4 Productos Sustitutos	33
2.1.5 Productos Complementarios	33
2.2 Consumidor Final.....	33
2.2.1 Segmentación del Mercado	34
2.2.2 Características Socioculturales.....	35

2.3	Delimitación Geográfica.....	35
2.4	Análisis de la Demanda	36
2.4.1	Diseño Muestral	36
2.4.2	Validación del Instrumento	38
2.4.3	Análisis de los Resultados de la investigación de Mercado	38
2.4.4	Cálculo de la Demanda Actual.....	55
2.4.5	Proyección de la Demanda.....	56
2.5	Análisis de la Oferta.....	57
2.6	Determinación del Tipo de Demanda.....	58
2.6.1	Proyección de la Demanda Insatisfecha	58
2.7	Análisis de Precios	58
2.8	Canal de Comercialización	59
2.9	Imagen y Slogan.....	60
2.10	Estrategia Publicitaria	60
3	Módulo Técnicos y Organizacional	Error! Bookmark not defined.
3.1	Tamaño del proyecto	63
3.2	Localización.....	65
3.2.1	Macrolocalización	65
3.2.2	Microlocalización.....	67
3.3	Distribución en Planta	67

3.4	Proceso Productivo.....	69
3.4.1	Descripción del Proceso Productivo.....	70
3.5	Naturaleza Jurídica	71
3.6	Direccionamiento Estratégico	72
3.6.1	Misión	73
3.6.2	Visión.....	73
3.6.3	Valores Corporativos	73
3.6.4	Objetivos Corporativos	74
3.7	Organigrama	75
3.8	Manual de Funciones.....	76
4	Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental.....	86
4.1	Impacto Social.....	86
4.2	Impacto Económico.....	87
4.3	Impacto Ambiental.....	88
5	Módulo Financiero	92
5.1	Inversiones Fijas.....	92
5.2	Inversiones Diferidas.....	94
5.3	Distribución de costos	94
5.4	Punto de Equilibrio.....	100
5.5	Capital de Trabajo	100

5.6	Flujo Neto de Inversión	101
5.7	Proyecciones Financieras.....	103
5.8	Flujo Neto de Operación.....	105
5.9	Flujo Neto del Plan de Negocios.....	106
5.10	Evaluación Financiera: VPN, TIR, RB/C	107
6	Fuentes de Financiación	109
7	Conclusiones	110
8	Recomendaciones.....	113
9	Bibliografía	114
10	Anexos.....	124

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1 Segmentación del Mercado	34
Tabla 2 Edad	39
Tabla 3 Género.....	40
Tabla 4 Estrato	41
Tabla 5 ¿Compra usted mobiliario para las estancias de su hogar?	42
Tabla 6 ¿Qué características hacen que prefiera este tipo de productos?	43
Tabla 7 ¿En qué lugares suele comprar estos productos?	44
Tabla 8 ¿Cuánto paga actualmente por unidad de mobiliario pequeño, como escritorios, mesas de noche, bibliotecas?	45
Tabla 9 ¿Reconoce usted la importancia de la preservación del medio ambiente para el bienestar de la sociedad?	46
Tabla 10 ¿Reconoce usted los riesgos a la salud y el desequilibrio ecológico que genera la acumulación excesiva de residuos sólidos?	47
Tabla 11 ¿Reconoce los beneficios de la recuperación y reutilización de los productos de consumo masivo que se desechan rápidamente y tardan en degradarse?	48
Tabla 12 ¿Compraría usted muebles a base de cartón reciclado y recuperado, de alta durabilidad y con diseño personalizado?	49
Tabla 13 ¿Cuál de estos muebles le gustaría comprar?.....	50
Tabla 14 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?	51
Tabla 15 ¿Cuál sería su promedio de compra?	52
Tabla 16 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos?	53

Tabla 17 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?	54
Tabla 18 Aceptación de los consumidores	55
Tabla 19 Demanda Actual	56
Tabla 20 Proyección de la demanda	57
Tabla 21 Tipo de demanda	58
Tabla 22 Proyección de la Demanda Insatisfecha	58
Tabla 23 Análisis de precios.....	59
Tabla 24 Requerimientos de maquinaria.....	64
Tabla 25 Requerimientos de mano de obra	64
Tabla 26 Macrolocalización	66
Tabla 27 Microlocalización	67
Tabla 28 Manual de funciones Gerente general	77
Tabla 29 Manual de funciones Auxiliar administrativo.....	78
Tabla 30 Manual de funciones Director financiero	79
Tabla 31 Manual de funciones Director de marketing.....	80
Tabla 32 Manual de funciones Vendedor.....	81
Tabla 33 Manual de funciones Director operativo	82
Tabla 34 Manual de funciones Operarios.....	83
Tabla 35 Manual de funciones Auxiliar de servicios generales	84
Tabla 36 Inversión en maquinaria y equipo	92
Tabla 37 Inversión en equipo de computación y comunicación.....	93
Tabla 38 Inversión en muebles y enseres	93
Tabla 39 Inversión en activos intangibles	94

Tabla 40 Costo de mano de obra	95
Tabla 41 Costo de materiales primer año de operación	95
Tabla 42 Costo de servicios primer año de operación	96
Tabla 43 Depreciación	96
Tabla 44 Remuneración al personal administrativo.....	98
Tabla 45 Otros gastos administrativos	98
Tabla 46 Gastos de venta.....	98
Tabla 47 Amortización de gastos diferidos	99
Tabla 48 Distribución de costos.....	99
Tabla 49 Punto de equilibrio	100
Tabla 50 Cálculo del capital de trabajo	101
Tabla 51 Inversión en capital de trabajo	101
Tabla 52 Programa de inversión fija del proyecto	102
Tabla 53 Programa de inversión	102
Tabla 54 Valor residual de activos.....	102
Tabla 55 Flujo neto de inversiones	103
Tabla 56 Presupuesto de ingresos	103
Tabla 57 Presupuesto de costos de producción	104
Tabla 58 Presupuesto de gastos de administración.....	104
Tabla 59 Presupuesto de gastos de venta	104
Tabla 60 Presupuesto de costos operacionales	105
Tabla 61 Presupuesto de gastos financieros	105
Tabla 62 Flujo neto de operaciones	106

Tabla 63 Flujo neto del proyecto	106
Tabla 64 Valor presente neto	107
Tabla 65 Tasa interna de retorno	107
Tabla 66 Relación beneficio/costo	108
Tabla 67 Financiación	109

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1 Delimitación geográfica	36
Figura 2 Edad.....	39
Figura 3 Género	40
Figura 4 Estrato.....	41
Figura 5 ¿Compra usted mobiliario para las estancias de su hogar?	42
Figura 6 ¿Qué características hacen que prefiera este tipo de productos?	43
Figura 7 ¿En qué lugares suele comprar estos productos?	44
Figura 8 ¿Cuánto paga actualmente por unidad de mobiliario pequeño, como escritorios, mesas de noche, bibliotecas?	45
Figura 9 ¿Reconoce usted la importancia de la preservación del medio ambiente para el bienestar de la sociedad?	46
Figura 10 ¿Reconoce usted los riesgos a la salud y el desequilibrio ecológico que genera la acumulación excesiva de residuos sólidos?	47
Figura 11 ¿Reconoce los beneficios de la recuperación y reutilización de los productos de consumo masivo que se desechan rápidamente y tardan en degradarse?	48
Figura 12 ¿Compraría usted muebles a base de cartón reciclado y recuperado, de alta durabilidad y con diseño personalizado?	49
Figura 13 ¿Cuál de estos muebles le gustaría comprar?	50
Figura 14 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?	51
Figura 15 ¿Cuál sería su promedio de compra?.....	52
Figura 16 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos?	53

Figura 17 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?	54
Figura 18 Canal de comercialización directo	59
Figura 19 Imagen y slogan	60
Figura 20 Distribución en Planta	68
Figura 21 Proceso productivo	69
Figura 22 Organigrama	76

Lista de anexos

Pág.

Anexo 1 Cuestionario de la investigación de mercados.....124

Anexo 2 Reglamento interno de trabajo.....126

Introducción

Los problemas ambientales relacionados con la producción de residuos sólidos son paralelos a la evolución de la sociedad y el consumismo desmesurado que se ha propiciado durante los últimos años, los diferentes actores del mercado (empresas, personas, gobiernos) solían mostrar un apetito insaciable por las mercancías, sin tener en cuenta las consecuencias que su desecho generaban en el medio ambiente y el deterioro de la calidad de vida. Según el (Banco Mundial, 2019), para el año 2018 se produjeron a nivel global más de 2.100 millones de toneladas de desechos, originados por las actividades humanas e industriales y los patrones de consumo de bienes innecesarios, que se consumen de forma rápida y pierden su utilidad a corto plazo.

El panorama para Colombia es similar, anualmente se producen 11,6 millones de toneladas de residuos sólidos, de estos, únicamente el 20% se dispone en condiciones adecuadas y se logran recuperar 690.000 toneladas de manera efectiva, el porcentaje restante se distribuye entre vertederos a cielo abierto, botaderos controlados, ríos, entre otros (Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, 2019). Por lo tanto, es indispensable que en la región se desarrollen estrategias para aumentar el índice de disposición efectiva y recuperación, o disminuir la producción de residuos sólidos, de lo contrario, la problemática ambiental se agudizará y se verá en riesgo la salud de la población.

En correspondencia con lo anterior, la disposición inadecuada de estos residuos produce riesgos inadmisibles para el medio ambiente y el ser humano, como sostiene la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018) la excesiva producción de desechos además de afectar el equilibrio ecológico, al tratarse en múltiples ocasiones de productos que tardan cientos de años en degradarse, pone en riesgo la salud de la población, porque compromete la calidad del aire y

produce malos olores, provocando enfermedades que afectan gravemente a los órganos vitales y pueden generar consecuencias tan irremediables como la muerte.

Por su parte, Lórica es un municipio del departamento de Córdoba, conocido como la ciudad antigua y señorial, que no es ajeno a esta problemática, en él se logran evidenciar enormes debilidades en cuanto al manejo y disposición de los residuos sólidos, (Hernández & Bautista, 2021) afirman en su investigación que el municipio no cuenta con un lugar apto para la disposición eficiente de los residuos sólidos que se generan, por lo que son comúnmente depositados en botaderos a cielo abierto, que generan enorme toxicidad y ponen en riesgo tanto el equilibrio del ecosistema como la calidad de vida de la población loriquera, creando focos infecciosos en el suelo, el agua y el aire.

Ahora bien, la problemática ambiental que se ha desatado durante los últimos años ha suscitado la preocupación de la sociedad y la protección del medio ambiente se ha convertido en una prioridad de la industria, cada vez más compañías desarrollan sus actividades en el marco de la preservación del medio ambiente y han surgido un gran número de productos que sustituyen a aquellos que por su lento proceso de degradación pueden generar afectaciones al medio, como enfatiza (Moreno, 2018) la industria actual se encuentra desarrollando constantemente estrategias para dar un mejor uso a los residuos sólidos que son comúnmente utilizados en las actividades de la vida cotidiana, para que no impacten negativamente al medio ambiente; si se apela a un ejemplo, muchas empresas reciclan materiales como el plástico, el papel, el cartón, entre otros, y/o utilizan materias primas biodegradables para disminuir el uso de los anteriores.

En esta misma línea, dentro de los residuos sólidos más comunes se encuentran el cartón, según (Gamboa, 2019) este material es de suma importancia para la industria, por ser utilizado

para la conservación y almacenamiento de alimentos y en el empaque de múltiples productos, lo que da lugar a una importante producción y consumo, sin embargo, tiene severas implicaciones sobre el medio ambiente, porque requiere de un importante número de recursos naturales (árboles) para su fabricación.

A partir de las anteriores consideraciones, se propone la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles ecológicos en el municipio de Lorica, elaborados a base de materiales reciclados, como el cartón; se selecciona este producto, porque el consumo de mobiliario en el país ha mostrado un importante crecimiento, como expone (Losada, 2019) el sector de fabricación de muebles ha adquirido gran relevancia a nivel nacional, alcanzando un crecimiento del 2,9% en el 2019 con relación al año 2015, a la par, que ha habido un aumento de tendencias de consumo de muebles con materiales diferentes a la madera, y con estilos personalizados e innovadores. De manera que se considera pertinente ofrecer una alternativa orientada en la protección de la naturaleza, para disminuir los impactos desfavorables producidos por la madera, el plástico y el cartón, estos productos tendrán un estilo innovador, durable y de calidad y estarán dirigidos a nuevos perfiles de consumidores, que deseen satisfacer las necesidades de mobiliario de su hogar y quieran contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente.

En consecuencia, el ejercicio de investigación actual tiene como objetivo determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles ecológicos en el municipio de Lorica; para conseguirlo se desarrollan cuatro capítulos, el primero de ellos consta de un estudio de mercado, en donde se determinan las características del producto, la oferta, demanda, el consumidor potencial y los precios en el mercado objetivo; en el segundo se desarrolla un estudio técnico y organizacional, que contempla los aspectos

operativos, organizacionales y estructurales acordes a las exigencias de la empresa; el tercer capítulo es un análisis de los efectos positivos y negativos que se originarían con la puesta en marcha de la empresa en el municipio, desde los aspectos económico, social y ambiental; y el capítulo final está conformado por un estudio financiero a través del cual se estiman los elementos de carácter financiero como los costos, gastos, ingresos, inversiones, capital de trabajo y se mide el grado de rentabilidad del proyecto.

El proyecto se orientó en el método de investigación cuantitativo, que es ampliamente utilizado en el campo de la investigación científica porque permite medir características o variables a través de valores numéricos, como expresan (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4). Se seleccionó este método, teniendo en cuenta que se requiere del análisis de variables cuantificables para dar cumplimiento a los objetivos propuestos, si apelamos a un ejemplo, al recopilar los datos obtenidos de la investigación de mercado, obtener los resultados y comparar las respuestas, se podrán obtener estadísticas que permitirán conocer si existe o no una demanda insatisfecha del producto en el mercado objetivo, elemento indispensable para determinar la factibilidad de la creación de empresa.

Resumen Ejecutivo

Empresa: EcoMuebles S.A.S

Oportunidad de Negocio: la idea de negocio surge para contribuir en la solución de una problemática bastante común a nivel nacional e internacional, y es la acumulación excesiva de residuos sólidos, que además de tener enormes implicaciones sobre el equilibrio ecológico del planeta, afecta la salud de las comunidades, generando focos de infecciones en el suelo, aire y agua, que pueden causar múltiples padecimientos. Así mismo, se aprovecha la oportunidad de asistir a un mercado cada vez más interesado en productos sostenibles que aporten valor al consumidor, sin causar perjuicios al medio ambiente y los seres vivos que lo habitan.

Producto: muebles ecológicos, se ofrece una línea de mobiliario elaborado con material reciclado, funcional, creativo, innovador, durable y cómodo; para el primer año se comercializarán tres productos: escritorio, estantes y bibliotecas pequeñas.

Competidores: actualmente no existe en el mercado ninguna empresa dedicada a la producción y/o comercialización de este tipo de productos.

Inversión total: \$387.818.899

Rentabilidad: 26,93%

VPN: \$63.876.443

RB/C: 2,26

1 Referente Teórico y Conceptual

1.1 Marco Teórico

1.1.1 Contaminación Ambiental

La actividad humana e industrial genera importantes implicaciones sobre el medio ambiente, el uso excesivo de los recursos, así como las alteraciones al ecosistema afectan su composición natural, dando lugar a la contaminación ambiental, la cual es definida por (Malagón, 2011) como la perturbación del entorno natural, producto de la actividad humana y a través de la cual se generan sustancias que al sobrepasar determinadas concentraciones en el aire, agua o suelo, se vuelven perjudiciales para la vegetación y la humanidad, y no pueden ser aprovechadas por ellas.

La cantidad de contaminantes que existen en la actualidad comprometen a diario la calidad ambiental del planeta y van agravando la salud de los seres que lo habitan, la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2019), dio a conocer que la contaminación atmosférica, la destrucción acelerada de los ecosistemas y los altos grados de contaminación que experimenta el planeta han causado enormes repercusiones sobre la humanidad, dando como resultado el 25% de las enfermedades y muertes que se padecen a nivel mundial. Empleando otras palabras, la destrucción de los ecosistemas y los altos grados de contaminación han generado daños trascendentales en la calidad de vida de la humanidad, generando altas cifras de mortalidad.

En este mismo sentido, las consecuencias del desequilibrio ecológico pueden ser irremediables por lo que se ha generado una conciencia colectiva sobre la importancia de mantener el equilibrio ecológico, y el mundo empresarial se esfuerza constantemente por diseñar e implementar políticas que disminuyan el impacto de sus prácticas, como afirma (Gual, 2015)

durante los últimos años la contaminación ambiental se ha convertido en un tema de compromiso social, los efectos negativos de este proceso han despertado un creciente interés en la protección del medio, puesto que las relaciones económicas y humanas están condicionadas por el hecho de desenvolverse en un entorno natural, por lo que se ha generado una mayor conciencia sobre las obligaciones de las empresas, organismos y gobiernos en la protección y preservación del medio.

1.1.1.1 Contaminación por Residuos Sólidos.

El ser humano para su desenvolvimiento cotidiano requiere de una serie de productos que luego de un tiempo de uso son considerados inútiles o innecesarios y se convierten en residuos sólidos, este término es definido por (Ortiz, 2020) como todo material u objeto, que es desechado tras su vida útil, y por lo general por sí solo carece de valor económico para la mayoría de las personas; es decir, son todos aquellos materiales que se encuentran en estado sólido y que han sido usados por las personas hasta considerarse inservibles, por lo que comúnmente son arrojados a la basura.

El crecimiento demográfico, la concentración poblacional y los cambios en los patrones de consumo de bienes innecesarios, están impulsando el crecimiento de la contaminación por residuos sólidos, como señalan (Curcio, Blanco, & Gil, 2015) el crecimiento de la población representa un importante incremento en los índices de producción, las empresas han tenido que incrementar su capacidad y producir un número mayor de bienes para lograr suplir la demanda, y esto a su vez ha provocado que en el último siglo la generación de residuos se incrementara exponencialmente y los recursos naturales se hayan agotado considerablemente. De ahí la importancia de que el ser humano comprenda que, si no adquiere conciencia ambiental y toma las acciones pertinentes para el cuidado y preservación de la naturaleza, tendrá que afrontar graves consecuencias en un futuro muy cercano.

Es importante destacar, que la principal problemática de la acumulación excesiva de residuos sólidos, es su disposición final, en la medida en que comúnmente van a parar a botaderos a cielo abierto y se convierten en una importante fuente de enfermedades para los ciudadanos que habitan estos entornos, como sostienen (Chávez & Purihuamán, 2018) los basurales al aire libre son generadores de múltiples enfermedades que afectan a las poblaciones cercanas, dentro de los que vale la pena destacar las alergias al aparato respiratorio y a la piel, que pueden adquirir quienes perciben los malos olores, afectando principalmente a los niños y niñas. De manera que el manejo de los residuos sólidos es un tema de especial cuidado, porque tiene una estrecha relación con la salud de la población, por lo que los gobiernos centrales deben implementar medidas que garanticen la protección de estos individuos y disminuir en la medida de lo posible la acumulación ineficiente de estos desechos.

Ahora bien, el manejo de estos residuos se ha constituido como un problema de salud pública a nivel mundial, según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020) el estilo de vida actual es insostenible, la demanda de recursos naturales es más alta que nunca y la conciencia ambientalista es bastante reducida, los individuos utilizan un producto y rápidamente lo desechan, por lo que termina en vertederos o en océanos, lagos y ríos. Así mismo, el informe del (Banco Mundial, 2019) indica que durante el año 2018 se generó una producción mundial de más de 2.100 millones de toneladas de desechos y se estima que si no se toman las medidas pertinentes para el año 2050 la producción de desechos crecerá un 70 % con respecto a los niveles actuales.

A pesar de que el tratamiento de este tipo de desechos es de vital importancia para la humanidad, las economías en desarrollo continúan rezagadas en materia de gestión, pues este tipo de problemas suelen pasarse por alto, en el caso de Colombia, la (Superintendencia de

Servicios Públicos Domiciliarios, 2019) dio a conocer que se generan en promedio 11,6 millones de toneladas de residuos sólidos cada año, y tan solo el 20% recibe una disposición correcta. Considerando el volumen de desechos generados y la manera en que se gestionan, el país muestra enormes debilidades en materia ambiental, que pueden ser contrarrestadas con el diseño de sistemas adecuados, en donde los productos sean diseñados y optimizados para su posterior reutilización y reciclaje.

Ciertamente, el estado colombiano ha hecho grandes esfuerzos por diseñar estrategias cada vez más oportunas en las disposiciones legales consignadas en el marco de la gestión ambiental, según (Umaña, 2015) en Colombia se han diseñado múltiples políticas ambientales, relacionadas con la calidad del aire, salud ambiental, educación ambiental, manejo integral del agua, gestión integral de residuos sólidos, producción más limpia, entre otros, pero al ser un país que basa su economía en la extracción de recursos naturales y con altos índices de pobreza y desempleo, siguen existiendo enormes deficiencias en la implementación de dichas políticas y el aspecto ambiental ha sido relegado a un segundo plano.

1.1.2 Reciclaje

Como se mencionó con anterioridad, el mundo enfrenta grandes problemas asociados a la contaminación y el volumen de desechos generados por el hombre; una de las alternativas más utilizadas para hacer frente a esta problemática es el reciclaje, una actividad ambiental que consiste en recuperar productos que al parecer han acabado su vida útil. Como expone (Camacho, 2018) el reciclaje es una actividad que permite disminuir los impactos producidos por los residuos, ya que nace como una nueva solución para la conservación y protección de los ecosistemas, tomando los desechos y utilizándolos para la elaboración de nuevos bienes, es decir,

si se hace uso de esta alternativa se puede disminuir el volumen de los desechos sólidos que tantos perjuicios ocasionan para el medioambiente y los seres que en él habitan.

En este sentido (Lett, 2014) afirma que el reciclaje es una forma de aprovechamiento de los materiales que han sido desechados, utilizándolos varias veces para elaborar otros productos, con lo que se logra reducir significativamente la utilización materias primas, de manera que la reincorporación de recursos ya usados en la producción de nuevos materiales no solo permite la conservación de los recursos naturales, ahorrando energía, agua, tiempo, etc, sino que le concede a las empresas una disminución en los costos de adquisición de materia prima. Es por ello, que las empresas han volcado su mirada hacia esta estrategia, reconociendo los impactos positivos del aprovechamiento de los residuos para la naturaleza, los beneficios en materia de costos de producción y la mejora de imagen que pueden obtener al realizar este tipo de procesos.

Adicionalmente, (Castells, 2012) concibe esta actividad como una alternativa de reducción de los desechos comúnmente acumulados en rellenos sanitarios o botaderos a cielo abierto, en la medida en que permite recuperar, transformar y elaborar un material nuevo a partir de estos residuos; por lo que los gobiernos deben implementar medidas que apunten a la recuperación de materiales sólidos como el cartón, papel, plástico, para que la vida útil de los rellenos sanitarios se prolongue y la calidad de vida de los ciudadanos se conserve.

Es válido señalar, que todos los individuos tienen la responsabilidad de proteger y preservar los recursos que provee la naturaleza, y pueden participar en actividades como el reciclaje, sin embargo, este concepto se práctica en ámbitos bastante reducidos, muchas personas no poseen una cultura del reciclaje, es decir, no hay un manejo apropiado de los desechos que incluya sistema de clasificación, recolección selectiva, reciclaje, y compostaje, como indican

(Vanegas, Ramón, & Lizarazo, 2017) aunque existe claridad sobre la importancia de la labor de las comunidades en la reducción de la contaminación, la sociedad no se ha convertido en parte activa del proceso, muchos sujetos siguen sin reconocer su desarrollo corresponsable con el medio ambiente y su territorio.

Como respuesta a estas debilidades, la educación ambiental se constituye como el camino a la mitigación del cambio climático y los demás impactos negativos de la contaminación como alude (Castillo, 2010) la mejor forma de que la sociedad adquiera la criticidad necesaria para proteger y defender su entorno es la educación ambiental, porque genera una conciencia integral de las acciones del ser humano y su incidencia en la situación del planeta, dando lugar a una transición ecológica, que puede garantizar la preservación de los recursos para las generaciones futuras.

1.1.3 Plan de Negocios

Antes de realizar el proceso de constitución y puesta en marcha de una empresa o proyecto, los empresarios suelen acudir a una herramienta denominada plan de negocios, a través de la cual pueden identificar el potencial de su negocio y tener mayor claridad de las etapas a emprender; el plan de negocios es considerado por (González, 2016) como un instrumento ineludible en el desarrollo empresarial, por ser utilizado para la evaluación de la viabilidad de una idea de negocio desde todos los ámbitos de ejecución, al abordar componentes del mercado y sus necesidades, características y requerimientos técnicos, elementos organizacionales, legales y financieros y establecer los parámetros que deben seguirse desde cada una de estas perspectivas. De esta forma se convierte también en una guía para la toma de decisiones futuras y sirve de referente a los directivos, pues contiene las acciones que deben implementarse en el mediano y largo plazo para dar cumplimiento a las metas empresariales.

De modo similar, el plan de negocios se constituye como un mecanismo para la obtención de fondos, ya que el empresario puede presentar sus propuestas de valor, estudiar los comportamientos y expectativas del consumidor, proyectar el desenvolvimiento financiero y despertar el interés de inversionistas, (González, Parra, Aceves, & Figueroa, 2011) hacen énfasis en la capacidad de este elemento para contextualizar a los interesados en la idea de negocio, las estrategias que se pretenden desarrollar, la forma en que se alcanzará la competitividad y sostenibilidad deseada, la diferenciación y la propuesta de valor que se entregará al mercado, de este modo, los inversionistas y/o socios podrán conocer a profundidad los elementos del proyecto y decidir si quieren participar en él e invertir sus excedentes.

Ahora bien, para la elaboración de un plan de negocios, es necesario reconocer en primera instancia las etapas o estudios que interfieren en dicho proceso, y su importancia para determinar el éxito de la idea de negocio. El primer estudio considera los componentes del mercado, analizando sus necesidades e identificando los nichos de oportunidades que existen en él, esta etapa se denomina estudio de mercado, y desde el punto de vista de (Rendón, 2014) consiste en la recopilación y análisis de los antecedentes del mercado, para determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio que atienda una necesidad, este estudio también contempla el entorno que rodeará a la empresa, como competidores, proveedores, consumidores, barreras o limitaciones legales, económicas, políticas, etc. Es importante destacar, que los resultados obtenidos en este estudio, se utilizarán como referente para cuantificar la demanda existente, la selección de las estrategias de aproximación a los consumidores y la influencia del precio en su aceptación.

En segundo lugar, se encuentra el estudio técnico que se enfoca en los requerimientos físicos, como insumos, maquinarias, equipos, procesos, (Castillejo, 2015) señala que este

apartado se elabora en función de la producción y/o suministro del bien o servicio, considerando los recursos humanos, físicos y técnicos que participan en dicho proceso y que pueden limitar o potenciar su desenvolvimiento, para definir una función de producción que permita optimizarlos y garantizar una producción eficiente. De ahí la importancia de reconocer la capacidad instalada y determinar el tamaño del proyecto, puesto que se debe considerar la demanda que se pretende satisfacer sin dejar de lado la disponibilidad de recursos de la empresa.

Por otra parte, se encuentra el estudio administrativo u organizacional, que como su nombre lo indica se fundamenta en la organización de la empresa, abarcando el personal necesario para el funcionamiento de la empresa, sus relaciones, funciones y responsabilidades, (Barbosa, 2019) expone que en esta etapa se plantea una futura descripción de los puestos y perfiles requeridos en todas las áreas de la empresa, se genera un organigrama, en el cual se reflejen las interrelaciones, funciones y responsabilidades, pero también se incluye el direccionamiento estratégico, que contempla las metas y objetivos empresariales y la forma de transmitirlos ante los colaboradores, para que se encuentren motivados y trabajen en pro de la consecución de dichos objetivos. Esto se debe a que las empresas son cada vez más conscientes de la importancia del recurso humano, y que su calidad de vida laboral repercute en su salud física, mental y emocional, lo que a su vez influye de forma positiva en su desempeño, y a largo plazo se refleja en la consecución de los resultados esperados.

Por último, se elabora el estudio financiero, que se integra de los elementos cuantitativos que permiten decidir y observar la viabilidad del plan de negocios, para ello, (Horne, 2012) sugiere tomar todos los recursos identificados en los estudios anteriores y estimarlos en valores numéricos, proyectando los ingresos con ayuda del estudio del mercado, los costos de operación considerando los recursos técnicos y administrativos que se requieren, reconociendo las

necesidades y fuentes de financiamiento y estudiando el comportamiento de la inversión en un horizonte de tiempo determinado, para reconocer los beneficios económicos que se derivan de la operación de la empresa. Todos estos elementos financieros sin duda son de gran importancia para el inversionista, pues le permiten reconocer si el capital invertido podrá ser recuperado o no, el tiempo de dicha recuperación, los márgenes que se obtendrán, entre otras variables que le permitirán decidir si es conveniente que invierta su capital en la idea de negocio propuesta.

1.2 Marco Conceptual

Botadero: lugar de acumulación inapropiada de residuos sólidos en vías y espacios públicos, así como en áreas urbanas, rurales o baldías que generan riesgos sanitarios o ambientales (Garces, 2012), en el trabajo en curso se utiliza este término para hacer alusión a los espacios del municipio de Lorica y en el país en general, que se utilizan para la disposición de residuos y que no cuentan con autorización sanitaria.

Contaminación: es la presencia en el ambiente de materias extrañas que causen un desequilibrio ecológico; es un cambio perjudicial en las características químicas, físicas y biológicas de un entorno; puede afectar la vida de los organismos y en especial la humana (Coronel, 2015), con la comercialización de los muebles ecológicos, se espera mitigar la contaminación que en la actualidad experimenta el municipio y contribuir a la preservación del ambiente.

Contaminación ambiental: se entiende por contaminación la presencia en el aire, agua o suelo de sustancias o formas de energía no deseables en concentraciones tales que puedan afectar al confort, salud y bienestar de las personas, y al uso y disfrute de lo que ha sido contaminado (Malagón, 2011); es válido destacar que los recursos ambientales son de suma importancia para

los habitantes de las comunidades, en el caso específico de Lorica, las fuentes hidrográficas son comúnmente utilizadas por la población para actividades cotidianas como la pesca.

Conservación Ambiental: se refiere a las medidas requeridas para asegurar la continuidad de la existencia de los recursos naturales, respetando los procesos ecológicos esenciales, conservando la biodiversidad y aprovechando sosteniblemente los recursos naturales (Garces, 2012), la contaminación ambiental se encuentra íntimamente ligada con fenómenos naturales que ponen en riesgo la supervivencia de las especies que habitan el planeta, de ahí la importancia de conservar los recursos para las generaciones actuales y futuras.

Degradación Ambiental: es la disminución de la capacidad del medio ambiente para responder a las necesidades y a los objetivos sociales y ecológicos, puede alterar la frecuencia y la intensidad de las amenazas naturales y aumentar el grado de vulnerabilidad de las comunidades (Melde, 2014), la contaminación por residuos sólidos se ha convertido en un componente de degradación trascendental, pues se encuentra ligado a focos de infección que generan efectos negativos en suelo, aire y agua, y por ende en los seres vivos.

Impacto ambiental: es definido como cualquier cambio que se produce en el medio ambiente, de manera adversa o beneficiosa, que es resultante en todo o en parte de las actividades y productos del ser humano, y que se debe a aspectos que interactúan con el medio ambiente (Gual, 2015); se espera con la puesta en marcha de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles ecológicos contribuir de forma positiva al medio ambiente, reutilizando y recuperando materiales, para mitigar el impacto de los residuos que comúnmente se encuentran en los espacios urbanos.

Residuo Sólido: es un material que es desechado tras su vida útil, y por lo general por sí solo carece de valor económico (Ortiz, 2020), el cartón es el residuo sólido que se espera recuperar con el proyecto empresarial, por ser un producto utilizado en grandes cantidades para la comercialización de bienes y que generalmente se encuentra en los hogares.

Reciclaje: es una estrategia de gestión de residuos sólidos que permite la prolongación y adecuación de la vida útil de estos y que mediante tratamientos mínimos devuelven a los materiales su posibilidad de utilización (Contreras & Hernández, 2016), para la fabricación de los muebles ecológicos, se reutilizarán productos reciclados, considerando la importancia de esta actividad para mitigar el cambio climático y los demás impactos ambientales de la contaminación.

Recurso Natural: es todo componente de la naturaleza susceptible de ser aprovechado por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades, con valor actual o potencial en el mercado (Garces, 2012), el proyecto en cuestión apunta a conservar los recursos naturales y proteger el medio ambiente, a través de la recuperación de un producto de consumo masivo, que para su fabricación requiere de un importante número de árboles.

Reutilizar: consiste en aprovechar los elementos que ya han sido usados pero que aún pueden emplearse en alguna actividad secundaria. Como es lógico, cuantos más objetos se reutilizan menos recursos se gastan y menos basura se produce (Interiano, 2016), a través de un proceso de clasificación, recolección selectiva, reciclaje, y compostaje se espera poder reutilizar el cartón, y fabricar muebles de alta durabilidad, calidad y que contribuyan a mitigar la problemática ambiental que atraviesa el planeta.

2 Módulo de Mercado

En el primer apartado del ejercicio de investigación actual se exponen las principales características del producto a ofrecer, así como la información relacionada con el mercado del municipio de Lórica, por ser este segmento en el que se pretende incursionar, se muestra información que permite reconocer la respuesta del mercado frente a este producto, se estudia la situación actual del sector y los competidores existentes, para finalmente determinar las estrategias de marketing que se deben implementar en la penetración del mercado.

2.1 Producto

Considerando el impacto de la acumulación de residuos sólidos y la importancia del reciclaje para mitigar esta problemática, se desea introducir al mercado una línea de mobiliario elaborado con material reciclado, funcional, creativo, innovador, durable y cómodo.

2.1.1 Características

Los muebles se elaborarán a base de cartón corrugado reciclado, contarán con diseños exclusivos y prácticos, pues permitirán a sus usuarios realizar el proceso de ensamble sin necesidad de herramientas. Así mismo, serán de peso liviano, por lo que podrán trasladarse a cualquier espacio del hogar sin mayor dificultad, pero tendrán la capacidad de soportar objetos de importante peso. Para el primer año, la empresa ofrecerá tres productos básicos: escritorios, estantes y bibliotecas pequeñas, con el posicionamiento en el mercado y la aceptación de los consumidores se podrán desarrollar mesas de comedor, muebles de entretenimiento, closets, entre otros.

A continuación, se muestran los productos principales:

- Escritorio con las siguientes dimensiones: ancho 120 cm, alto 90 cm y profundidad de 50 cm
- Estante con las siguientes dimensiones: ancho 60 cm, alto 75 cm y profundidad de 45 cm
- Biblioteca con las siguientes dimensiones: ancho 85 cm, alto 120 cm y subdivisiones cada 30 cm.

2.1.2 Usos del Producto

Los muebles que se esperan comercializar durante el primer año de operación podrán ser usados por los miembros del hogar para distribuir y/o ubicar objetos de uso cotidiano, como accesorios, libros, dispositivos móviles, entre otros; así como para la decoración de espacios internos y externos, para contar con una alternativa con estilo e innovación que mejore la apariencia de las estancias del hogar y ofrezca comodidad a sus miembros.

2.1.3 Beneficios del Producto

Dentro de los principales beneficios de los productos a ofrecer se encuentran:

- ✓ Contribuyen al cuidado del medio ambiente, pues su fabricación disminuye la producción de residuos sólidos.
- ✓ Son una alternativa de decoración ecológica, innovadora y agradable.
- ✓ Su diseño será exclusivo y personalizado, es decir, los diseños y acabados pueden ser elegidos por los clientes.
- ✓ Se utilizarán cartón corrugado de alta firmeza para garantizar su durabilidad.
- ✓ Podrán ser armadas y ensambladas por sus usuarios con gran facilidad.

- ✓ Ofrecen un alto toque de decoración, por lo que se adaptarán a espacios de lujo y alto confort.
- ✓ Permiten depositar o sostener elementos de uso cotidiano como objetos, libros, dispositivos móviles, etc.
- ✓ Tendrán un precio competitivo, es decir, se espera establecer un precio que no sea superior al de la competencia.
- ✓ A través de la compra presencial, los clientes podrán visitar las instalaciones, observar los procesos de producción y vivir de cerca la experiencia de fabricar productos ecos amigables.

2.1.4 *Productos Sustitutos*

Dentro de los productos sustitutos de los muebles ecológicos, se encuentra el mobiliario tradicional, fabricado a base de madera o plástico, sin embargo, su costo de adquisición suele ser más elevado y sus procesos de producción generan un impacto negativo sobre el medio ambiente, por lo que no son considerados una competencia directa de los productos a ofrecer.

2.1.5 *Productos Complementarios*

Como su nombre lo indica dentro de estos bienes se encuentran aquellos que de una u otra forma complementan el producto a ofrecer y que pueden ser utilizados en conjunto; de manera que aquí se pueden incluir los accesorios, decoraciones, libros y objetos que suelen depositarse en este tipo de mobiliario, y que junto con los muebles contribuyen a la decoración de las estancias de un hogar, y la comodidad de quienes lo habitan.

2.2 Consumidor Final

El consumidor final de los muebles ecológicos elaborados a base de productos reciclados como el cartón, serán los jefes de hogar del municipio de Lorica, que deseen utilizar una

alternativa de mobiliario amigable con el medio ambiente, estos individuos son el principal enfoque de mercado de la empresa, puesto que para garantizar el confort de sus viviendas deben contar con muebles funcionales y atractivos para realizar sus actividades cotidianas.

Adicionalmente, se pueden incluir como consumidores finales aquellas empresas del municipio que quieran diseñar espacios agradables desde lo estético y visual, ofrecer comodidad a sus clientes internos y externos y contribuir al cuidado del medio ambiente con una alternativa ecológica.

2.2.1 Segmentación del Mercado

Para la puesta en marcha de toda empresa, es necesario que se comprenda el comportamiento del consumidor, por lo que es necesario acudir a una segmentación, definida por (Ciribeli & Miquelito, 2015) como el proceso de subdividir el mercado en grupos homogéneos, es decir, con características similares en el acto de compra; para el actual proyecto se utilizaron los siguientes enfoques de segmentación:

Tabla 1 Segmentación del Mercado

Geográfico	Jefes de hogar ubicados en la cabecera urbana del municipio de Santa Cruz de Lorica.
Demográfico	Sin distinción demográfica, es decir, están incluidos todos los jefes de hogar, sin importar su género o edad.
Psicológico	Interesados en contribuir al cuidado del medio ambiente y utilizar alternativas de mobiliario innovadoras en diseño y materias primas.
Socioeconómico	Estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, teniendo en cuenta la naturaleza ecológica del producto y que requiere de cierto poder adquisitivo.
Usos del servicio	El producto puede ser usado para proporcionar comodidad y adecuar los espacios y elementos propios de un hogar.

Fuente: Elaboración propia

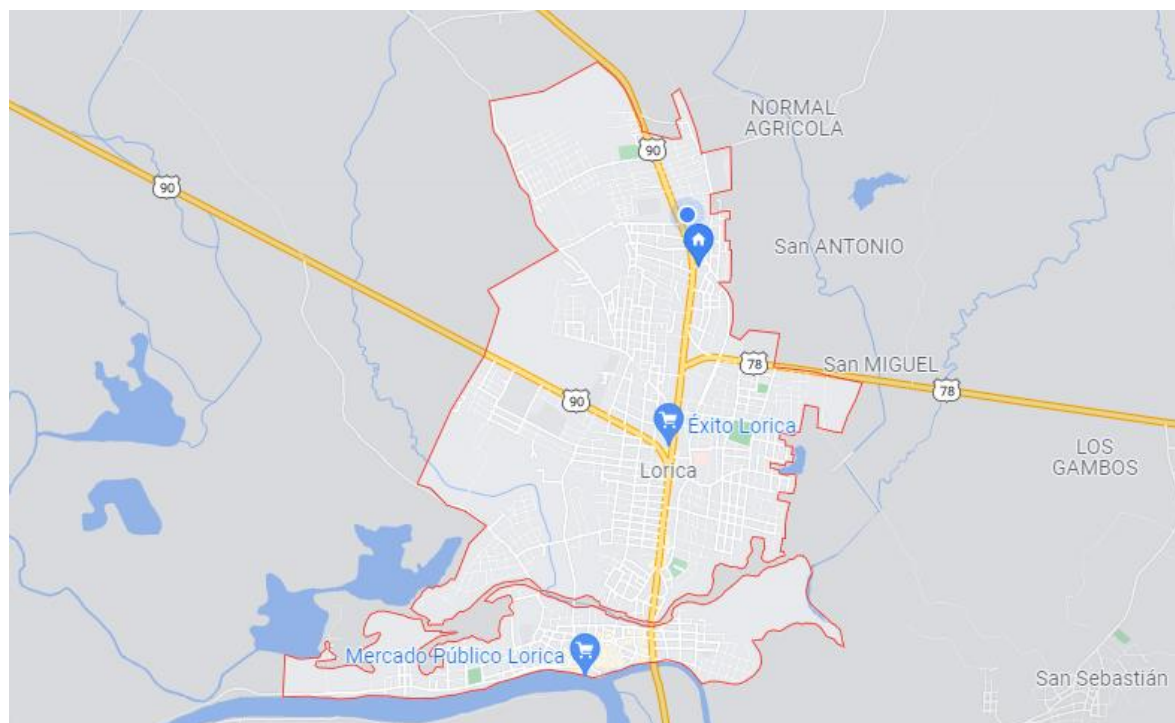
2.2.2 Características Socioculturales

El municipio de Lorica es reconocido por su cultura, y por contar con espacios de suma importancia para el turismo cultural en la región cordobesa, como su centro histórico, su plaza de mercado (patrimonio histórico nacional) y su cercanía con el río Sinú; estos componentes le han permitido consolidar como principales actividades económicas la pesca y el comercio, por encontrarse directamente ligadas a los referentes arquitectónicos, culturales y naturales que el municipio posee (Alcaldía Municipal de Lorica, 2019). En esta misma línea, el municipio es nacionalmente reconocido por su trabajo de artesanías de cestería, carpintería, tejeduría y alfarería, desarrollando productos de diversos tipos, y tanto los locales como los visitantes reconocen la importancia de este tipo de productos por su íntima relación con la naturaleza y la cultura (Godín, 2017). Lo anterior puede ser percibido como la oportunidad de apertura a nuevos escenarios del mercado, innovando en diseño y diversificando las alternativas con productos que respeten la relación del ser humano con el medio ambiente.

2.3 Delimitación Geográfica

Santa Cruz de Lorica es un municipio perteneciente al departamento de Córdoba, Colombia, conocido a nivel nacional como Ciudad Antigua y Señorial, y ubicado específicamente en la porción septentrional del departamento y en la zona más baja del río Sinú, muy próxima al mar Caribe. La cabecera municipal está localizada sobre la margen derecha del río Sinú y el municipio tiene una extensión total de 1033 Km²; limita al norte con San Antero, San Bernardo del Viento, Purísima y Momil; al sur con San Pelayo y Cotorra; al este: con Momil y Chimá; al oeste con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos (Alcaldía Municipal de Lorica, 2019).

Figura 1 Delimitación geográfica



Fuente: Google Maps

2.4 Análisis de la Demanda

2.4.1 Diseño Muestral

Para llevar a cabo la investigación de campo, es necesario definir en primera instancia la población sobre la cual se desarrollará la investigación, según (Díaz, 2016) “la población está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación” (p.12). De acuerdo con lo anterior, la población objetivo del estudio en curso está constituida por los jefes de hogar del municipio de Santa Cruz de Lórica, que se encuentren ubicados en la cabecera municipal, en los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.

Según la información del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2019) en el censo nacional de población se registraron 30.897 hogares en el municipio, de los

cuales 15.656 se encuentran ubicados en la zona urbana. Con relación a los estratos socioeconómicos, la (Alcaldía Municipal de Lorica, 2019) indica que tan solo el 12,9% de la población pertenece a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, lo que permite obtener una población objetivo de 2.019 unidades.

Por su parte la muestra es definida por (Díaz, 2016) como la porción o parte de la población, que refleja las mismas características que la población y que podrá ser analizada para disminuir los costos y periodos de investigación, pero cuyos resultados podrán generalizarse al resto de la población; para calcular la muestra en el presente estudio se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, que permite que cada uno de los miembros de la muestra tengan la misma probabilidad de ser seleccionados para la aplicación del instrumento de investigación, como se muestra a continuación:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza) 95% (1,96)

P = Probabilidad a favor (0,5)

Q = Probabilidad de fracaso (0,5)

e = Error o margen de muestreo (0,05)

N = Población (2.019)

$$n = \frac{(2.019) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (2.019 - 1) + ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{(2.019) \times 0,9604}{(0,0025 \times 2.018) + 0,9604}$$

$$n = \frac{1.939}{6}$$

$$n = 323$$

2.4.2 Validación del Instrumento

El instrumento de recolección de información utilizado para el desarrollo de esta investigación contó con el visto bueno y aprobación del asesor del trabajo de grado. Se pretende que la información consultada a través de las diferentes fuentes sean lo más claras, precisas y expeditas; de modo que los resultados que se van a presentar en este trabajo sean lo más confiables y precisos posibles.

2.4.3 Análisis de los Resultados de la investigación de Mercado

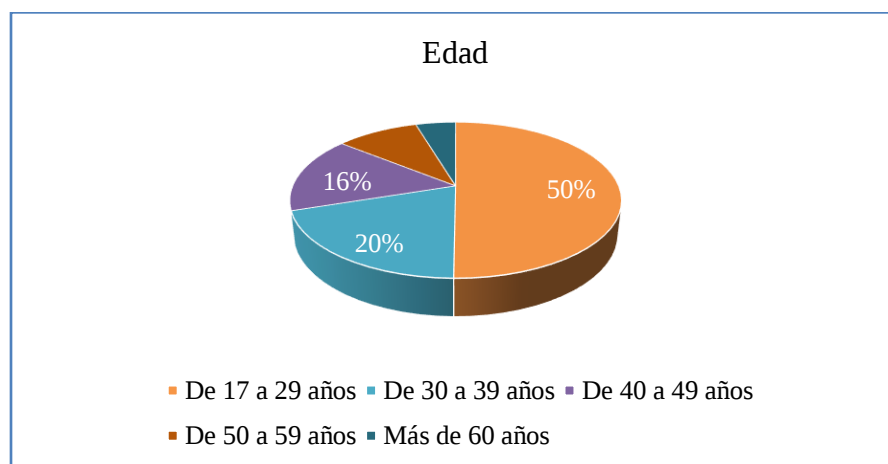
En este epígrafe, se describen los elementos claves del mercado objetivo, sus necesidades y respuestas hacia el producto ofrecido, la importancia de esta investigación radica en facilitar la obtención de datos para determinar la aceptación o no de los potenciales consumidores, y las limitaciones y oportunidades que existen dentro del mercado.

Tabla 2 Edad

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
De 17 a 29 años	162	50%
De 30 a 39 años	64	20%
De 40 a 49 años	51	16%
De 50 a 59 años	31	10%
Más de 60 años	15	5%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2 Edad



Fuente: Elaboración propia

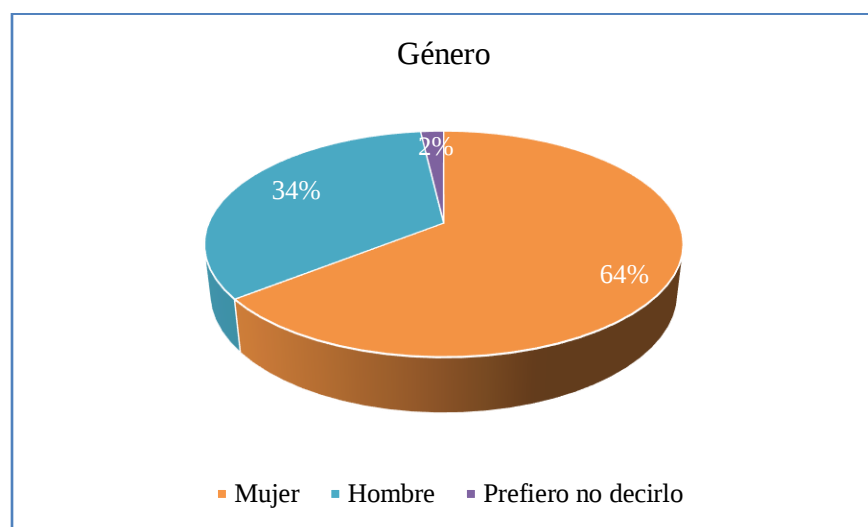
La figura anterior muestra las edades de los jefes de hogar del municipio de Lorica que fueron entrevistados en el actual ejercicio de investigación, como se logra notar el 50% de estos individuos se encuentra entre los 17 y 29 años de edad, el 20% tiene entre 30 y 39 años, el 16% de 40 a 49 años, el 10% de 50 a 59 años, y el 5% restante más de 60 años. La información obtenida en este interrogante es de suma importancia para la empresa, porque le permite conocer las características demográficas de sus potenciales consumidores, así podrá encaminar correctamente sus estrategias publicitarias, y también crear diseños y estilos que se adapten a los consumidores, teniendo en cuenta sus edades y las preferencias que se derivan de este elemento.

Tabla 3 Género

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Mujer	208	64%
Hombre	109	34%
Prefiero no decirlo	6	2%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3 Género



Fuente: Elaboración propia

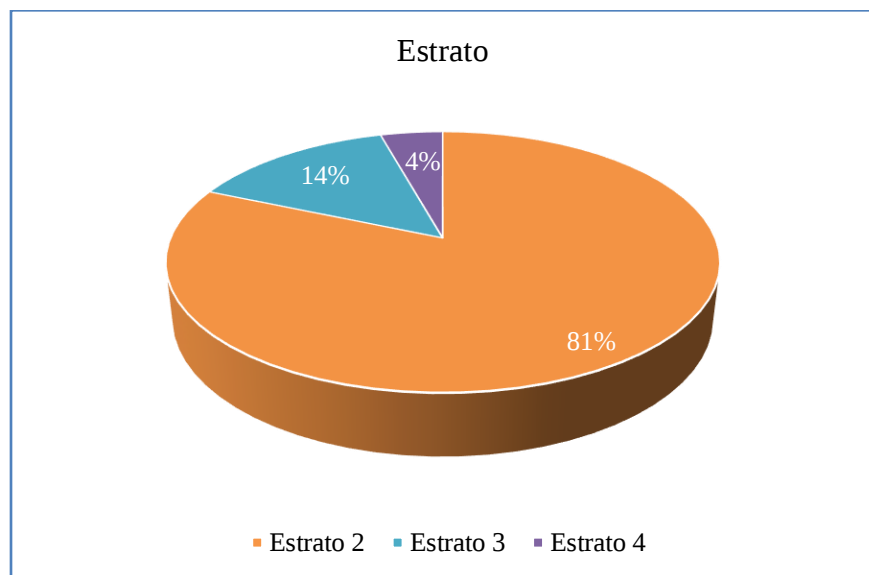
Con relación al componente demográfico de género, se obtuvo que el 64% de los participantes fueron mujeres, el 34% hombres y una minoría del 2% prefiere no decir su género; la distribución de los géneros no es equitativa, la mayoría de los participantes fueron mujeres, lo que resulta de suma importancia para la investigación, porque este grupo de consumidores es generalmente el encargado de comprar los productos relacionados con el cuidado y bienestar del hogar. Y a partir de las características de dicho grupo de consumidores se realiza la descripción del segmento que se desea atender efectivamente, es decir, el mercado objetivo.

Tabla 4 Estrato

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Estrato 2	263	81%
Estrato 3	46	14%
Estrato 4	14	4%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4 Estrato



Fuente: Elaboración propia

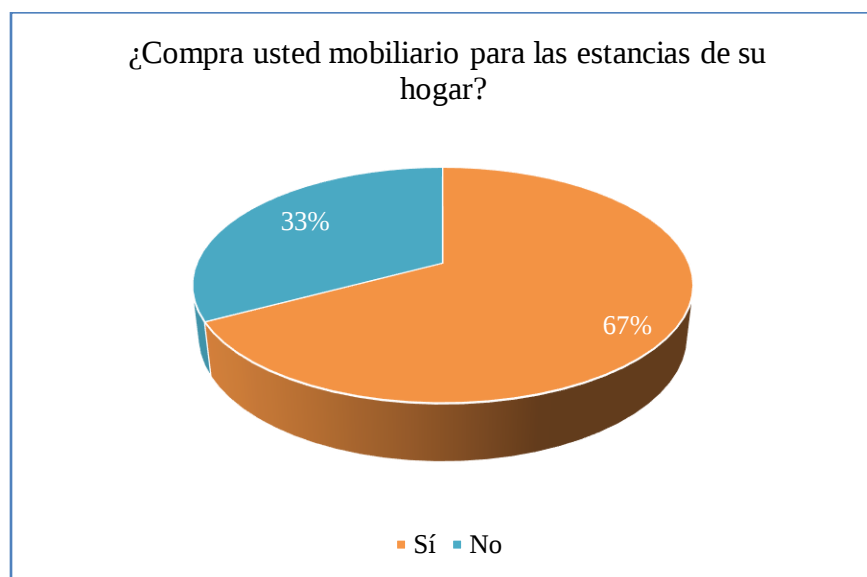
De acuerdo con la figura anterior, la mayor concentración se presenta entre el estrato socioeconómico 2, en segundo lugar, se encuentra el estrato 3 y con una participación un poco menor el estrato 4. A partir de esta clasificación se pueden estudiar los comportamientos de compra y considerar un rango de ingresos mensuales para cada grupo, para definir si tienen la capacidad de pago necesaria para adquirir el producto que se ofrece.

Tabla 5 ¿Compra usted mobiliario para las estancias de su hogar?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	217	67%
No	106	33%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 ¿Compra usted mobiliario para las estancias de su hogar?



Fuente: Elaboración propia

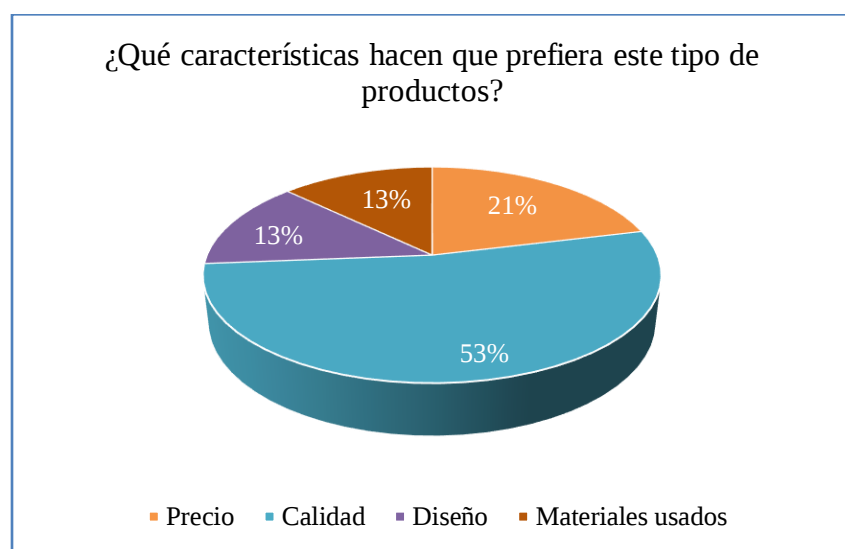
El 67% de los participantes compra mobiliario para las estancias de su hogar, manifestando la importancia del mismo para su desenvolvimiento cotidiano, mientras que el 33% restante no compra mobiliario, porque lo considera innecesario o porque no ha encontrado una alternativa que pueda satisfacer sus necesidades. Esta información es de especial importancia, pues se obtuvo que un gran número de personas no compra este tipo de productos, por lo que es necesario realizar investigaciones más profundas para reconocer las razones que los motivan a esta decisión, si es por falta de ingresos, pocas alternativas en el mercado, calidad o cualquier otra variable.

Tabla 6 ¿Qué características hacen que prefiera este tipo de productos?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Precio	46	21%
Calidad	114	53%
Diseño	29	13%
Materiales usados	28	13%
Total	217	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 ¿Qué características hacen que prefiera este tipo de productos?



Fuente: Elaboración propia

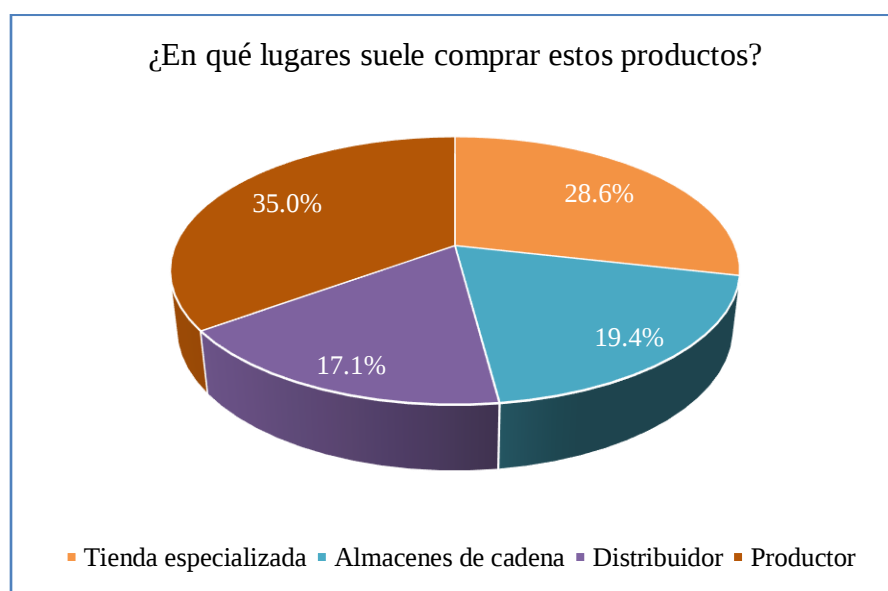
Como se logra evidenciar en la figura anterior la característica de mayor importancia para los participantes es la calidad, por lo que la empresa debe establecer políticas de producción que prioricen este factor, para ofrecer al mercado productos que alcancen sus expectativas, lo cual se podría convertir en un factor clave para competir en el mercado.

Tabla 7 ¿En qué lugares suele comprar estos productos?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Tienda especializada	62	28,6%
Almacenes de cadena	42	19,4%
Distribuidor	37	17,1%
Productor	76	35,0%
Total	217	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 ¿En qué lugares suele comprar estos productos?



Fuente: Elaboración propia

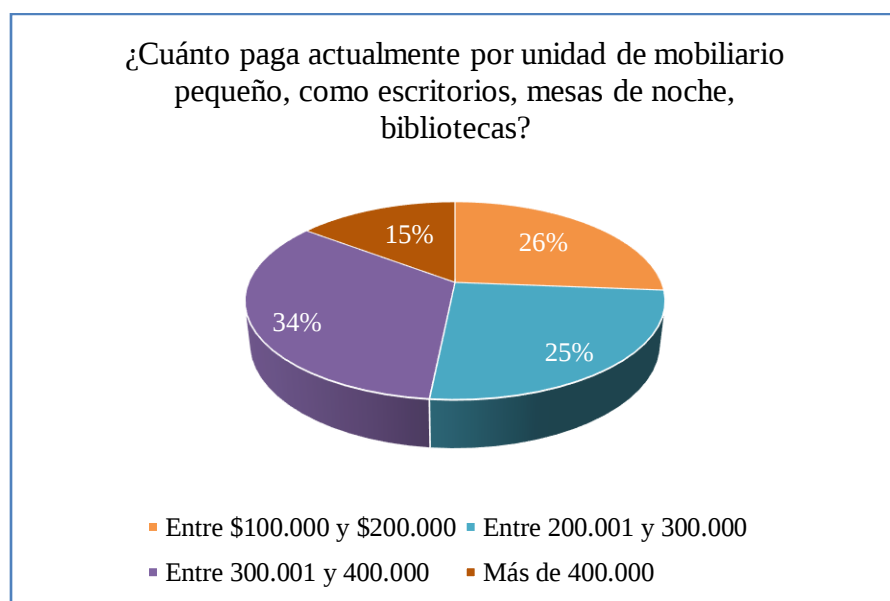
La investigación de mercado arrojó que el 35% de los participantes prefieren comprar sus muebles directamente del productor, el 28,6% en una tienda especializada, el 19,4% en almacenes de cadena y el 17,1% a través del distribuidor; información que será de suma importancia para seleccionar los canales de distribución acordes al mercado, y que permite inferir que la empresa debe diseñar un canal directo, en el que los clientes puedan acercarse a sus instalaciones a obtener sus productos y a la vez conocer a profundidad la misión ambiental de la compañía.

Tabla 8 ¿Cuánto paga actualmente por unidad de mobiliario pequeño, como escritorios, mesas de noche, bibliotecas?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Entre \$100.000 y \$200.000	57	26%
Entre 200.001 y 300.000	55	25%
Entre 300.001 y 400.000	73	34%
Más de 400.000	32	15%
Total	217	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 ¿Cuánto paga actualmente por unidad de mobiliario pequeño, como escritorios, mesas de noche, bibliotecas?



Fuente: Elaboración propia

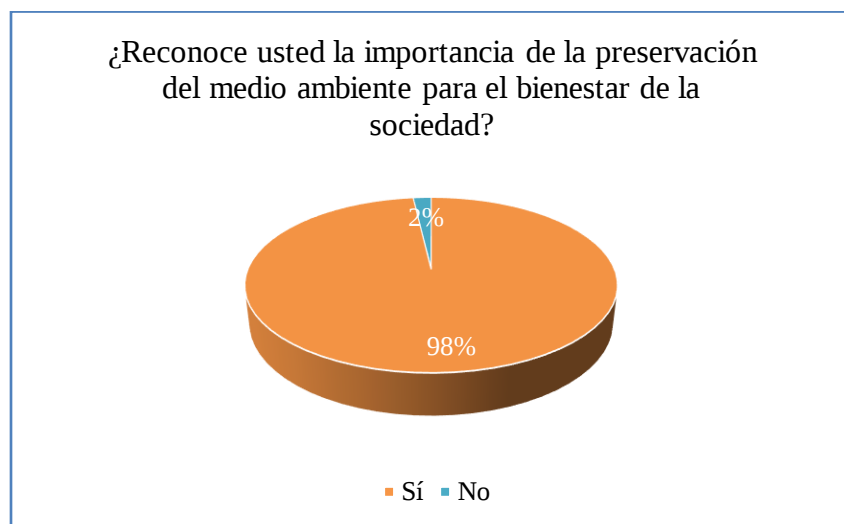
La figura anterior muestra los precios que los consumidores pagan actualmente en el mercado por unidad de mobiliario pequeño, el 26% afirma pagar entre \$100.000 y \$200.000, el 25% entre \$200.001 y \$300.000, el 34% entre \$300.001 y \$400.000, y el 15% más de \$400.000, esta información permitirá reconocer un precio notablemente más bajo frente a los de la competencia, para lograr un importante posicionamiento en el mercado.

Tabla 9 ¿Reconoce usted la importancia de la preservación del medio ambiente para el bienestar de la sociedad?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	317	98%
No	6	2%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 ¿Reconoce usted la importancia de la preservación del medio ambiente para el bienestar de la sociedad?



Fuente: Elaboración propia

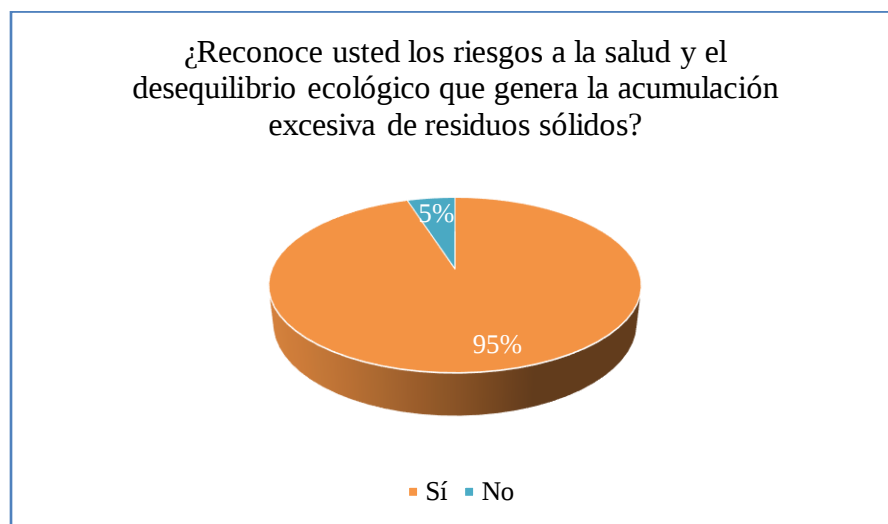
Se interrogó a los participantes sobre su conocimiento acerca de la importancia del cuidado y preservación del medio ambiente para el bienestar de la sociedad, y se obtuvieron resultados muy alentadores, pues el 98% manifiesta reconocer esta afirmación; esto es preponderante, porque la sociedad está adquiriendo una conciencia de responsabilidad ambiental y es capaz de reflexionar que si se generan afectaciones al medio los más perjudicados son los seres que lo habitan.

Tabla 10 ¿Reconoce usted los riesgos a la salud y el desequilibrio ecológico que genera la acumulación excesiva de residuos sólidos?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	307	95%
No	16	5%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 ¿Reconoce usted los riesgos a la salud y el desequilibrio ecológico que genera la acumulación excesiva de residuos sólidos?



Fuente: Elaboración propia

Al igual que en el anterior interrogante se obtuvo que la mayor parte de la población, más específicamente el 95% reconoce los riesgos a la salud que se pueden derivar de la acumulación exagerada de residuos sólidos, de manera que son conscientes que si no consumen sosteniblemente podrán ver en riesgo su bienestar; sin embargo, existe un pequeño grupo que no reconoce esta información, por lo que es indispensable que la empresa realice sensibilizaciones en la comunidad loriquera, para que todos los ciudadanos puedan participar activamente en la

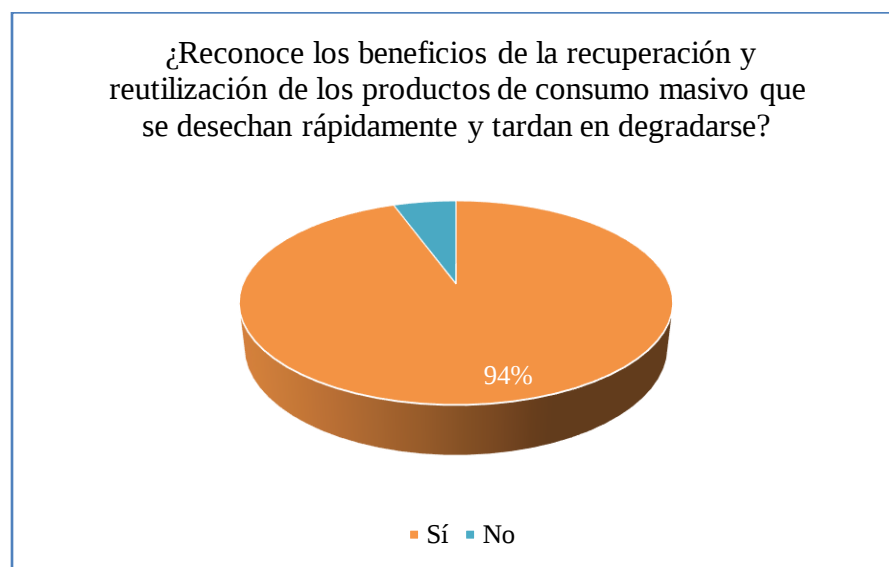
disminución de los residuos sólidos y contribuyan de forma conjunta a la conservación del planeta.

Tabla 11 ¿Reconoce los beneficios de la recuperación y reutilización de los productos de consumo masivo que se desechan rápidamente y tardan en degradarse?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	305	94%
No	18	6%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 ¿Reconoce los beneficios de la recuperación y reutilización de los productos de consumo masivo que se desechan rápidamente y tardan en degradarse?



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la información obtenida, el 94% de los participantes reconoce la necesidad e importancia de recuperar los residuos sólidos, tanto para el cuidado del planeta como para su bienestar personal. Estos resultados pueden percibirse como la oportunidad de introducir

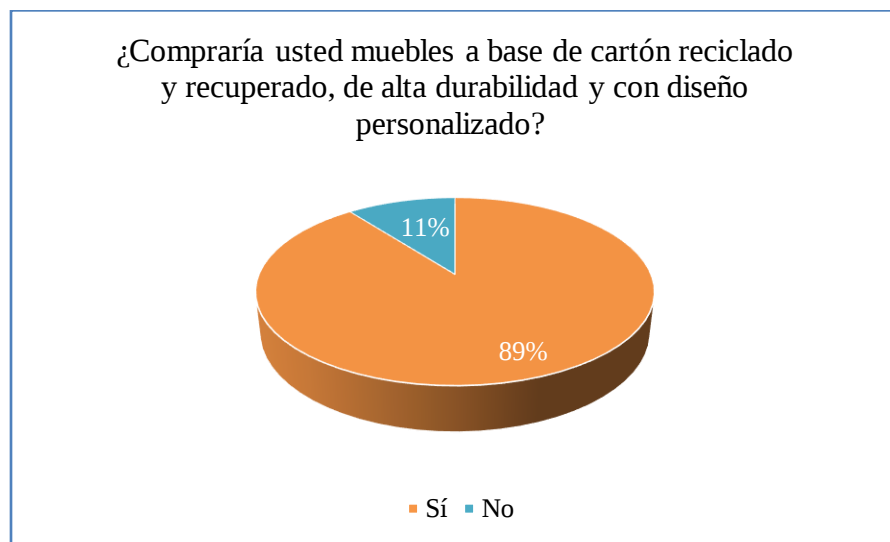
al mercado productos que sean ecológico y sostenible, pues el notable hecho de que contribuyen al medio ambiente, los hace atractivos y despierta el interés de los consumidores.

Tabla 12 ¿Compraría usted muebles a base de cartón reciclado y recuperado, de alta durabilidad y con diseño personalizado?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	289	89%
No	34	11%
Total	323	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 ¿Compraría usted muebles a base de cartón reciclado y recuperado, de alta durabilidad y con diseño personalizado?



Fuente: Elaboración propia

Uno de los hallazgos más representativos de la investigación de mercado, fue el alto grado de aceptación de los muebles ecológicos, como se puede notar el 89% de los participantes manifiestan estar dispuestos a comprar este producto. A partir de las opiniones recolectadas, los participantes en general están interesados por el hecho de que el producto es amigable con el

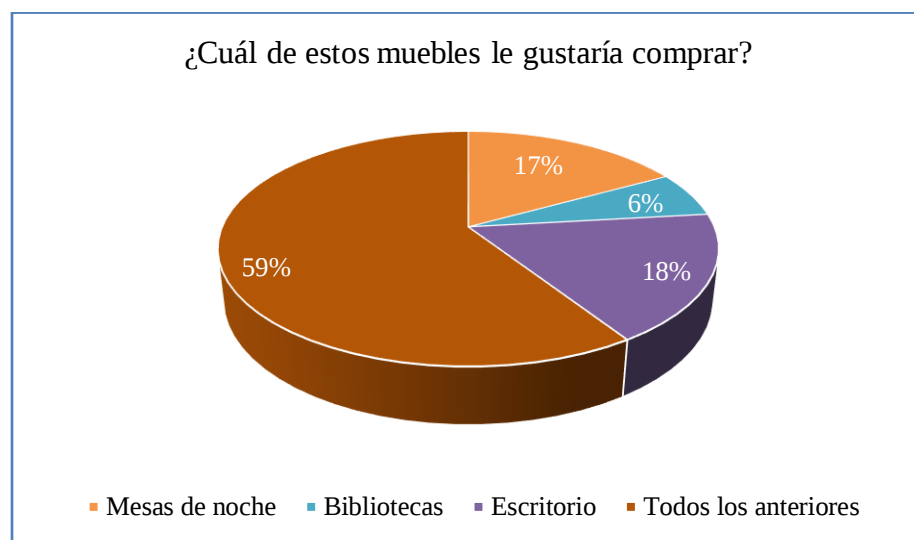
medio ambiente, que la recuperación de una materia prima como el cartón permite ejecutar un negocio eco sostenible, y que sería una oportunidad inmejorable para que el municipio pueda darles una correcta disposición final a estos desechos.

Tabla 13 ¿Cuál de estos muebles le gustaría comprar?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Mesas de noche	49	17%
Bibliotecas	18	6%
Escritorio	51	18%
Todos los anteriores	171	59%
Total	289	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 ¿Cuál de estos muebles le gustaría comprar?



Fuente: Elaboración propia

El 17% de los encuestados indica que le gustaría comprar mesas de noche o estantes, el 6% estaría interesado en bibliotecas, el 18% en escritorios y la mayor concentración se encuentran en aquellos encuestados que manifestaron que les gustaría comprar todos estos productos. Lo anterior permite concluir cuales son los tipos de muebles más apetecidos por los

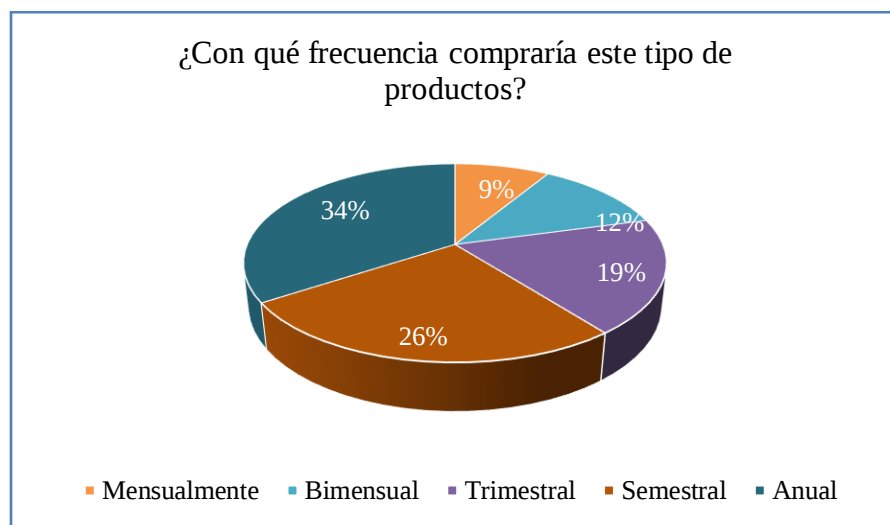
consumidores al momento de amoblar su hogar, lo que permitirá a la empresa diseñar un portafolio atractivo, que cubra las necesidades del mercado y alcance sus expectativas.

Tabla 14 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Mensualmente	25	9%
Bimensual	35	12%
Trimestral	54	19%
Semestral	76	26%
Anual	99	34%
Total	289	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?



Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos, se tabuló la frecuencia con que los potenciales clientes estarían dispuestos a comprar los productos ofrecidos, se puede observar que la mayoría de los participantes lo haría anualmente (34%), seguido por semestral (26%), Trimestral (19%), bimensual (12%) y tan solo el 9% mensual. Esta situación beneficia notablemente a las

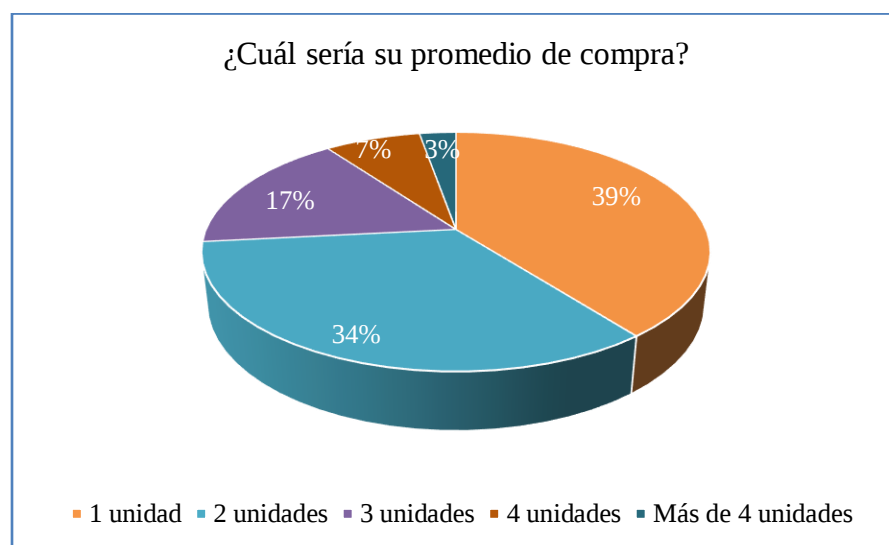
aspiraciones de la empresa pues se logra evidenciar una importante recurrencia de compra, que se verá reflejada en sus ingresos.

Tabla 15 ¿Cuál sería su promedio de compra?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
1 unidad	114	39%
2 unidades	98	34%
3 unidades	48	17%
4 unidades	21	7%
Más de 4 unidades	8	3%
Total	289	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 15 ¿Cuál sería su promedio de compra?



Fuente: Elaboración propia

Del total de los encuestados el 39% señala que estaría dispuesto a comprar una unidad, el 34% dos unidades, el 17% tres, el 7% compraría cuatro unidades y tan solo el 3% compraría más de cuatro. Estos resultados evidencian que los productos ofrecidos no se compran en altas cantidades para el amueblado de las estancias del hogar, por lo que la empresa deberá diseñar estrategias comerciales que le permitan incursionar en el mercado empresarial, y ofrecer sus

productos a pequeñas y medianas empresas del municipio, bajo la premisa de calidad y que al ser responsables con el medio ambiente y utilizar estos productos podrán mejorar su imagen y reputación en el mercado.

Tabla 16 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Entre \$50.000 y \$100.000	62	21%
Entre 100.001 y 150.000	77	27%
Entre 150.001 y 200.000	71	25%
Más de 200.000	79	27%
Total	289	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 16 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos?



Fuente: Elaboración propia

Los hallazgos de la investigación arrojaron que los precios del mercado para los muebles en madera son bastante elevados, lo que indica que la empresa debe saber optimizar sus recursos para ofrecer productos de excelente calidad a bajos precios. Adicionalmente en la figura anterior, se obtuvo que los participantes prefieren precios bajos, por lo que es favorable para la empresa

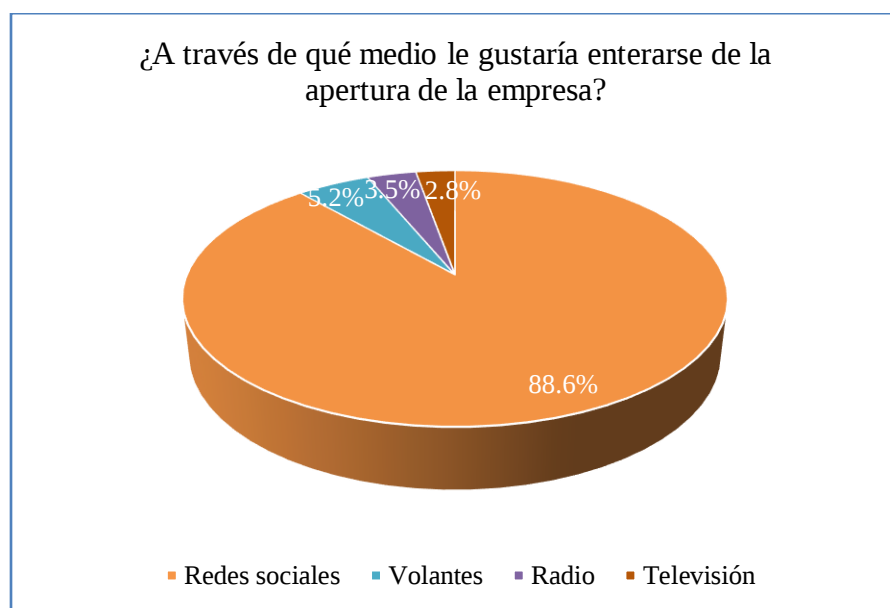
que se manejen precios asequibles para los consumidores para hacer frente a este hecho y poder atraer y retener a los clientes.

Tabla 17 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Redes sociales	256	88,6%
Volantes	15	5,2%
Radio	10	3,5%
Televisión	8	2,8%
Total	289	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 17 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los participantes de la encuesta manifiesta que el medio de publicidad a través del cual les gustaría enterarse de la apertura de la empresa y de todo lo relacionado con sus productos son las redes sociales. De acuerdo con lo anterior, la empresa debe diseñar una estrategia en estos canales, pues la información que se comparta a través de ellos podrá tener un

alcance mayor que medios como la televisión local, la radio o los volantes, que como se puede evidenciar tuvieron poca aceptación por los encuestados.

2.4.4 Cálculo de la Demanda Actual

La demanda actual hace alusión a la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a comprar durante un periodo específico y a un precio determinado, (Flórez, 2017) señala que cuantificar la demanda es indispensable para definir el tamaño de un proyecto y no incurrir en proyectos sobredimensionados, que se asocian a una alta capacidad instalada y por tanto a mayores costos, o proyectos subdimensionados que podrían generar una pérdida de oportunidad. Para este ejercicio de cálculo se tomaron inicialmente los resultados de la aceptación del producto por parte de los encuestados y se hicieron extensivos a la población total, como se evidencia a continuación.

Tabla 18 Aceptación de los consumidores

Total población objetivo	2.019
% Aceptación	89%
Consumidores potenciales	1.806

Fuente: Elaboración Propia

Luego, se tomaron los hallazgos relacionados con la frecuencia de consumo y las cantidades que los consumidores comprarían considerando estas frecuencias; para finalmente convertir los valores a un periodo anual y obtener la demanda actual.

Tabla 19 Demanda Actual

Consumidores	Frecuencia de consumo	Porcentaje de frecuencia	Consumidores por frecuencia	Promedio de consumo	Consumo anual
1.806	Mensualmente	9%	156,3	2,2	4.063
1.806	Bimensual	12%	218,8	2,5	3.282
1.806	Trimestral	19%	337,5	2,2	2.903
1.806	Semestral	26%	475,1	1,9	1.835
1.806	Anual	34%	618,8	2,0	1.251
Total demanda anual					13.334

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla anterior la demanda anual de muebles ecológicos es equivalente a 13.334 unidades.

2.4.5 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda permitirá conocer el comportamiento futuro de este componente del mercado, así la empresa podrá tomar decisiones asertivas en materia de producción; para estimarla se utilizó como referente el índice de crecimiento poblacional, que según la información del (Banco Mundial, 2020) para el año 2020 fue equivalente al 1,1%. Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

D_f = Demanda Futura

D_a = Demanda Actual

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Número de años a proyectar

Tabla 20 Proyección de la demanda

Proyección de la demanda actual		
Año 2022	$Df_1 = 13.344 (1+0,011)^1$	13.481
Año 2023	$Df_1 = 13.344 (1+0,011)^2$	13.629
Año 2024	$Df_1 = 13.344 (1+0,011)^3$	13.779
Año 2025	$Df_1 = 13.344 (1+0,011)^4$	13.931
Año 2026	$Df_1 = 13.344 (1+0,011)^5$	14.084

Fuente: Elaboración Propia

2.5 Análisis de la Oferta

(Páez, 2017) Define la oferta como la cantidad de bienes que los productores, empresas u organizaciones pueden vender al mercado durante un lapso determinado, y para estimarla es necesario reconocer la cantidad de vendedores que posee el mercado y su capacidad de producción. Considerando las anteriores afirmaciones y que no existe ninguna empresa que se dedique a la producción o comercialización de muebles ecológicos en el municipio de Lórica, Córdoba, se puede afirmar que no existe oferta en el mercado de un producto con las mismas características y beneficios que los ofrecidos en el actual proyecto. A pesar de que existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de muebles tradicionales (a base de madera), que como se ha mencionado con anterioridad no generan las contribuciones ecológicas de los muebles elaborados a base de cartón reciclado, estos no son considerados competencia directa del producto señalado.

Es válido destacar, que durante los últimos años el país ha evidenciado un importante crecimiento en la producción de muebles, que según (Pantoja, 2018) ascendió a los 17,1 billones, con una tasa de 0,94%, crecimiento que puede mostrar variaciones, en función de la saturación del mercado y la evolución de los ingresos domésticos, pero el sector se ha caracterizado por

mostrar un importante dinamismo en la economía colombiana, por lo que se puede aprovechar su importancia para innovar con productos que apunten a la sostenibilidad.

2.6 Determinación del Tipo de Demanda

Para determinar el tipo de demanda se realizó un ejercicio de sustracción entre la demanda y la oferta actual del mercado de Lorica, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 21 Tipo de demanda

Demanda actual	13.334
Oferta actual	0
Demanda insatisfecha	13.334

Fuente: Elaboración Propia

2.6.1 Proyección de la Demanda Insatisfecha

Para la proyección de la demanda insatisfecha se tomaron los datos de la demanda y la oferta proyectada, considerando que no existe oferta de los productos estudiados se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 22 Proyección de la Demanda Insatisfecha

Proyección de la demanda insatisfecha					
	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Demanda actual	13.481	13.629	13.779	13.931	14.084
Oferta actual	-	-	-	-	-
Demanda insatisfecha	13.481	13.629	13.779	13.931	14.084

Fuente: Elaboración Propia

2.7 Análisis de Precios

Considerando que el análisis de precio se realiza en función de la oferta en el mercado, y que actualmente no existe ninguna empresa que sea competencia directa de la actual, se tomarán como referencia los precios de los productos mobiliarios hechos a base de madera que se ofrecen

en el municipio, para ello se visitaron algunos almacenes especializados, almacenes de cadena y carpinterías ubicadas en Lorica y se obtuvo la siguiente información:

Tabla 23 Análisis de precios

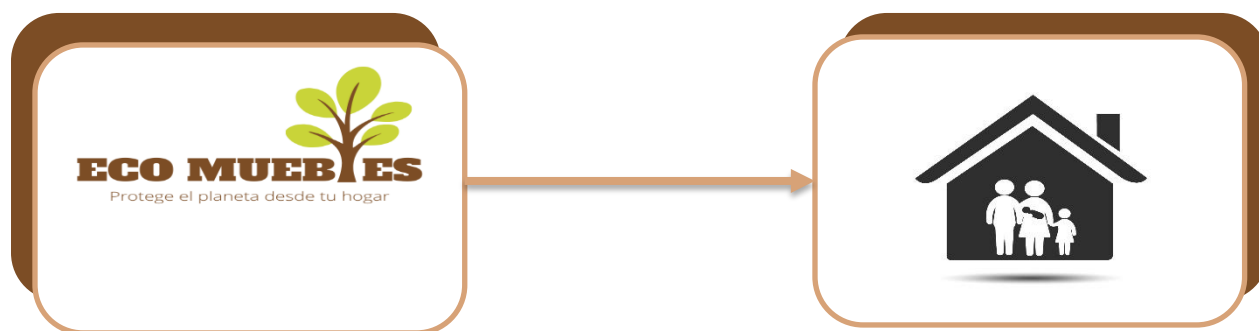
Empresa	Escritorio pequeño	Biblioteca pequeña	Estantes
Súper almacenes Olímpica	293.900	244.900	274.000
Almacenes Éxito	240.463	199.593	152.900
Zumo Muebles	251.000	210.000	140.000
Electro Hogar	210.500	150.900	131.000
Carpintería 1	130.000	140.000	90.000
Carpintería 2	120.000	130.000	100.000
Carpintería 3	140.000	150.000	110.000

Fuente: Elaboración Propia

2.8 Canal de Comercialización

Partiendo de la premisa que el factor diferenciador de los muebles a comercializar es la materia prima, y que el cartón luego de ser reciclado pasa por un proceso de recuperación, se considera pertinente comercializar los productos en una zona de ventas que se encuentre dentro de la empresa, para que así los visitantes puedan participar de la experiencia de transformación y reconozcan el beneficio asociado a la producción y comercialización de muebles ecológicos.

Figura 18 Canal de comercialización directo



Fuente: Elaboración propia

2.9 Imagen y Slogan

Figura 19 Imagen y slogan



Fuente: Elaboración propia

Partiendo de la premisa, que el objetivo principal de la empresa es contribuir al cuidado y la preservación del medio ambiente, la imagen corporativa utiliza tonos propios de la naturaleza como el café y el verde, así mismo se utiliza un árbol que representa los recursos naturales que se esperan proteger con la recuperación de materiales como el cartón y la disminución de la producción de residuos sólidos. El eslogan por su parte envía un mensaje directo al consumidor, y es que participe de forma activa en la protección del planeta, para garantizar el equilibrio y la supervivencia de los seres que lo habitan.

2.10 Estrategia Publicitaria

Durante los últimos años el mundo empresarial se ha visto influenciado por el desarrollo de nuevas tecnologías y la sociedad ha adoptado proactivamente el internet y los dispositivos digitales; la publicidad no ha sido ajena a esta evolución, como argumentan (Richardson, Carroll, & Gosnay, 2014) en el actual contexto vertiginoso, los profesionales de marketing y la

comunicación se han visto en la necesidad de seguir de cerca el crecimiento de los fenómenos tecnológicos que están cambiando su campo de gestión y los procesos de comunicación tradicionales, el internet se ha convertido en la plataforma principal para dar a conocer una marca, atraer nuevos clientes, fortalecer los lazos con los actuales clientes, entre otros objetivos del marketing.

A partir de lo anterior, la estrategia de publicidad de la empresa se centrará en el marketing digital, utilizando en primer lugar, las redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube y Twitter); para ingresar a este universo digital, conseguir un acercamiento oportuno y proyectar una buena imagen (Benedetti, 2016) sugiere tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- ✓ Dialogar con los seguidores, escuchar sus necesidades y participar de las conversaciones con voz propia. Es importante humanizar la comunicación y ser auténticos con los clientes, ellos podrán percibirlo.
- ✓ A la hora de brindar atención de consultas y reclamos, se debe atender este nuevo canal con la importancia y profesionalismo que se le da a los demás canales, considerando la inmediatez y la calidad de la respuesta.
- ✓ Es indispensable compartir contenidos de interés para la marca, pero principalmente relevantes para su audiencia, para aportar valor a la comunidad que se está creando.
- ✓ Se recomienda obtener feedback de los clientes sobre los productos y servicios que se ofrecen para poder realizar testeos y consultas que contribuyan a mejorar la toma de decisiones.
- ✓ Se debe medir la percepción de la imagen de marca y la calidad de atención brindada en este medio.

En segundo lugar, se diseñará una página web atractiva y funcional, en la que se podrá interactuar con los clientes y personas interesadas en el cuidado y preservación del medio ambiente, aquí la empresa podrá comunicarse de manera personalizada con los usuarios. Sumado a lo anterior se podrá utilizar como estrategia el marketing de contenidos, tanto en las redes sociales, como en la página web, según (Larrave, 2015) esta estrategia consiste en crear, publicar y compartir contenido de excepcional valor e interés para los clientes y la comunidad de usuarios, para ganar su confianza incondicional; es comúnmente usada para captar clientes de forma indirecta, considerando que estos tienen cada vez más acceso a la información y sus expectativas son más altas, y que la mejor forma de establecer una relación sólida con ellos es aportándoles valor. Para la empresa en cuestión, se podrá compartir información relacionada con la preservación del medio ambiente, las prácticas que cada uno de los usuarios puede adoptar para proteger el entorno, datos relacionados con la situación actual del planeta en materia de contaminación y demás información asociada al medio ambiente.

3 Módulo Técnico y Organizacional

El módulo técnico contempla los aspectos físicos y tecnológicos, indispensables para el eficiente funcionamiento de la planta productiva de la empresa, más específicamente los relacionados con la capacidad instalada, ubicación óptima, distribución física, activos requeridos, entre otros componentes asociados a la producción, su propósito principal es estudiar y seleccionar las mejores alternativas de producción, para garantizar que la empresa pueda satisfacer las expectativas del mercado y abarcar una cuota importante del mismo. Por su parte, en el módulo organizacional, se detallan las herramientas organizacionales que guiarán a los administradores del proyecto hacia la toma de decisiones asertiva en materia de constitución, planeación estratégica, dirección, administración y control; para cumplir con ello, se muestra la estructura legal, que debe tener en cuenta la organización para la constitución e inicio de sus operaciones, se presentan la plataforma estratégica, los objetivos empresariales que se persiguen y los elementos de la estructura organizacional y funcional.

3.1 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se debe reconocer la capacidad instalada del mismo, que no es más que el número de productos que se podrán fabricar durante un periodo determinado, como sostiene (Bocanegra, Domínguez, & Valencia, 2016) para establecer las proyecciones de ventas y las metas empresariales las organizaciones deben estimar su capacidad instalada, en la cual deben tener en cuenta los aspectos de mayor importancia durante el proceso productivo. En el caso actual las variables más significativas son el tiempo de operación, la materia prima, la maquinaria y equipos y la mano de obra, por lo que la capacidad instalada se calculará en función de las mismas.

Con relación al tiempo de operación de la planta, se estima que sea abierta de lunes a sábado, con una jornada laboral de 7.00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 5:00 pm, con lo que se obtienen 48 horas semanales, 192 horas mensuales y 2.304 horas anuales. En esta misma línea, uno de los principales requerimientos de materia prima es el cartón reciclado el cual deberá pasar por un proceso de recuperación, para dar lugar al cartón corrugado de alta resistencia, para cada mueble se requieren alrededor de 8 láminas de 1 metro cúbico de cartón recuperado.

A continuación, se muestra la maquinaria y equipo y la mano de obra requerida para la transformación de este producto:

Tabla 24 Requerimientos de maquinaria

Maquinaria y equipo	Capacidad	Cantidad
Báscula	300 kg	2
Máquina de triturado y recuperación	3.000 kg/h	1
Compactadora de Cartón	800 kg/h	1
Máquina de laminado	60 m/h	1
Máquina Cortadora y grabadora	80 m/h	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25 Requerimientos de mano de obra

Recurso Humano	Cantidad
Personal de bodega	1
Operarios de la maquinaria	2
Cortes y diseño	2

Fuente: Elaboración propia

La capacidad instalada se determinará en función de las anteriores variables, destacando la relación directa de la actividad productiva con la capacidad de la maquinaria, por lo que se tomará como referencia la máquina de menor capacidad, que en el caso actual corresponde a la máquina de laminado, la cual es capaz de producir 60 metros cuadrados por hora, considerando que cada mueble requiere en promedio de 8 metros cuadrados, se podrán transformar 7,5

productos por hora, 60 diarios, 1.440 mensuales y 17.280 anuales, sin embargo se considera oportuno utilizar el 60% de la capacidad, con lo que se logrará una producción de 10.368 muebles ecológicos, los cuáles serán distribuidos de la siguiente forma: 3.875 escritorios, 2.691 bibliotecas y 3.803 estantes, considerando la aceptación que obtuvieron en la investigación de mercado.

3.2 Localización

La puesta en marcha de toda empresa o proyecto se encuentra directamente asociada con una ubicación espacial, por lo que para seleccionar la más conveniente se desarrolla un estudio llamado localización, que como sostienen (Machicado & Quiroga, 2016) estudia los distintos lugares donde es posible ubicar el proyecto, para seleccionar aquel que ofrezca los máximos beneficios, en materia de costos, afluencia de clientes, características de los consumidores, entre otros. Para el desarrollo del actual proyecto se utilizará un estudio a nivel macro y uno a nivel micro, como se muestra a continuación:

3.2.1 Macrolocalización

Para seleccionar la alternativa más beneficiosa a nivel macro, se seleccionaron los factores de mayor relevancia para la puesta en marcha de la empresa, como producción de residuos sólidos, conciencia ambientalista, crecimiento económico, vías de comunicación y acceso, los cuales obtuvieron un peso relativo y fueron evaluados en tres municipios (Lorica, Cotorra, San Bernardo del Viento), la suma ponderada de sus calificaciones permitirá seleccionar el municipio más beneficioso para la empresa estudiada.

Tabla 26 Macrolocalización

Factores Relevantes	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
	Esc.0-1	Cotorra		Lorica		San Bernardo	
		Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada
ECONÓMICOS							
Desarrollo económico de la región	0,2	60	12	80	16	70	14
Vías de acceso y comunicación	0,15	75	11,25	80	12	65	9,75
Poder adquisitivo	0,1	70	7	85	8,5	70	7
Producción de Res. sólidos	0,1	55	5,5	85	8,5	65	6,5
CULTURALES							
Hábitos de compra	0,05	70	3,5	80	4	70	3,5
Cultura ambientalista	0,15	60	9	85	12,75	65	9,75
DEMOGRÁFICOS							
Concentración poblacional	0,1	55	5,5	90	9	75	7,5
SOCIALES							
Interés del Municipio	0,05	55	2,75	80	4	70	3,5
Actitud de la comunidad empresarial	0,1	65	6,5	95	9,5	70	7
TOTAL	1		63		84,25		68,5

Fuente: Elaboración propia

Como se logra evidenciar en la tabla anterior, el municipio que ofrece mayores beneficios a la empresa es Lorica, con un puntaje de 84,25, porque además de haber alcanzado un crecimiento económico representativo durante los últimos años, contar con buenas vías de comunicación y acceso, tener mayor concentración poblacional y mayor poder adquisitivo, según (Hernández & Bautista, 2021) ha fortalecido su conciencia ambientalista, y cada vez más ciudadanos son conscientes de la relevancia del cuidado y preservación del medio ambiente para el equilibrio ecológico y su propio bienestar.

3.2.2 Microlocalización

Dentro del municipio de Lorica se seleccionaron tres alternativas de ubicación viables, a través de un proceso cuantitativo de ponderación de beneficios, como se muestra a continuación:

Tabla 27 Microlocalización

Factores Relevantes	Peso asignado (0-1)	Alternativa de localización					
		Norte de la ciudad		Centro de la ciudad		Sur de la ciudad	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Afluencia de clientes	0,25	60	15	85	21,25	60	15
Cercanía con el mercado objetivo	0,25	50	12,5	90	22,5	50	12,5
Condiciones de Seguridad	0,2	90	18	80	16	70	14
Disponibilidad locativa	0,05	75	3,75	50	2,5	80	4
Vías de comunicación	0,1	75	7,5	75	7,5	75	7,5
Costo de servicios públicos	0,1	50	5	50	5	70	7
Costo de arriendo	0,05	50	2,5	50	2,5	80	4
TOTAL	1		64,25		77,25		64

Fuente: Elaboración propia

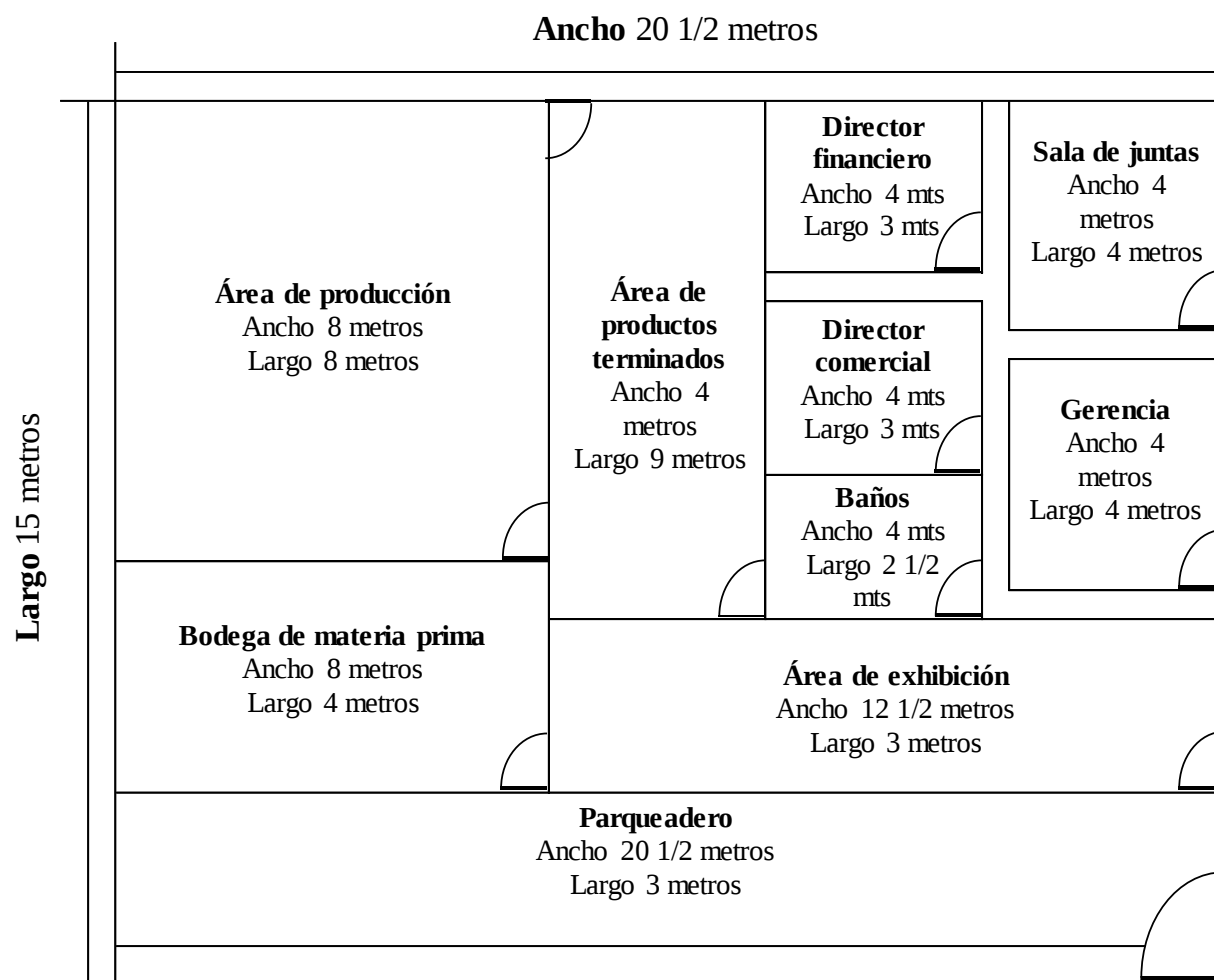
Según la tabla anterior, la mejor ubicación de la empresa es el centro del municipio, con una puntuación de 77,25, puesto que ofrece mejores condiciones de seguridad, lo que podrá contribuir a la tolerancia a delitos, hay mayor afluencia de clientes, lo que será muy útil para la exhibición de los productos, y al encontrarse en un punto central tendrá un mayor alcance a todos los hogares de la cabecera urbana del municipio.

3.3 Distribución en Planta

Para la operación de la empresa es necesario contar con una planta física en donde se desarrollen los procesos productivos de forma eficiente, se eviten mermas o pérdidas de tiempo

de producción por obstaculizaciones indeseadas, la distribución requerida se muestra en la siguiente figura:

Figura 20 Distribución en Planta

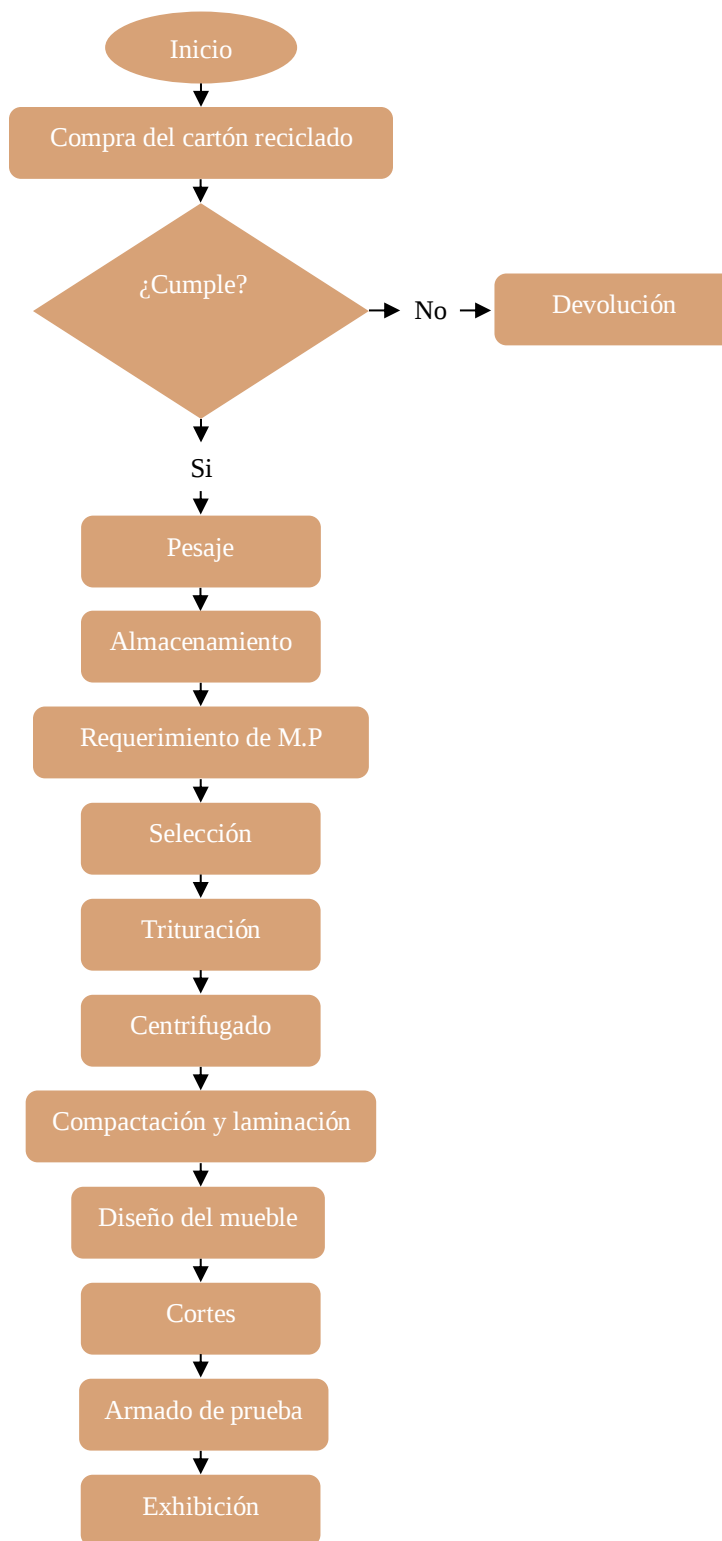


Fuente: Elaboración propia

Las instalaciones de la empresa serán inicialmente un taller debidamente adecuado, en donde se pueda efectuar la recuperación y transformación del cartón, con dimensiones de 12 metros de ancho y 12 metros de largo, así mismo se debe contar con un espacio propicio para el desarrollo de las actividades administrativas y de ventas, se estima que el espacio necesario para tal fin es entre 9 metros de ancho y 10 metros de largo.

3.4 Proceso Productivo

Figura 21 Proceso productivo



Fuente: Elaboración propia

3.4.1 Descripción del Proceso Productivo

El proceso de los muebles ecológicos inicia con la compra de los residuos sólidos, para esta actividad el encargado de la bodega deberá recibir a los recicladores y verificar que el material haya sido tratado eficientemente, de lo contrario se debe hacer un proceso de devolución. Seguidamente, este profesional se encarga de pesar el material para realizar la factura en la cual se especificará la cantidad y el precio del material recogido para que esta pueda ser verificada por el reciclador y evitar confusiones o problemas legales; luego se realiza el pago respectivo y el material es almacenado correctamente, para evitar que sufra deterioro o maltrato.

Cuando los encargados de la transformación del producto soliciten los insumos necesarios para su operación diaria, se debe llevar a cabo un proceso de selección y clasificación, considerando el tiempo que lleva el material en bodega, la fragilidad que posee, entre otras variables asociadas a su conservación. Posteriormente el cartón reciclado es depositado en una máquina de triturado y centrifugado que se encarga de limpiar y eliminar los residuos de otros materiales y contaminantes indeseables que generalmente posee el cartón por su uso, como la tinta; esta etapa es de suma importancia para que el cartón pueda ser convertido nuevamente en pulpa.

La etapa siguiente consiste en la compactación y laminación del cartón, para darle la forma que se requiere y asegurar su durabilidad; seguida por el diseño personalizado del mueble, y la realización de cortes manuales acordes a las dimensiones y necesidades del producto y para que los compradores puedan ensamblarlo sin necesidad de herramientas. Para finalizar el proceso de transformación, el personal encargado del diseño deberá realizar un armado de prueba, que garantice que el mueble cuenta con la practicidad y funcionalidad necesaria; finalmente se exhibe el producto para su posterior venta.

3.5 Naturaleza Jurídica

En este epígrafe del proyecto se describe brevemente el tipo de sociedad o figura jurídica bajo la que funcionará la empresa, los pasos que se seguirán para realizar la constitución legal de acuerdo al tipo de sociedad elegida y las responsabilidades a que tendrá lugar la empresa por dicha elección. Es válido destacar que la empresa pertenecerá al segmento empresarial de pequeña empresa, pues su planta de personal es equivalente a 12 personas; pertenece al sector de la manufactura, ya que su proceso productivo involucra la transformación de una materia prima en un producto terminado; su ámbito de actuación será a nivel local y la propiedad de su capital es de carácter privado.

Con relación a la figura societaria, se seleccionó la Sociedad por Acciones Simplificadas, por ser una de las alternativas más flexibles, con trámites más cortos y entendibles para los nuevos emprendedores, como manifiesta (Jiménez, 2017) es una sociedad de capital, de naturaleza comercial, conformada por una o varias personas naturales o jurídicas, que como su nombre lo indica es simplificada y flexible en cuanto a los trámites de constitución, el número de socios y el costo de creación, este último es menor que el de otro tipo de sociedades, porque la ley S.A.S generó una reducción en el mismo. De manera que los emprendedores podrán aprovechar estos importantes beneficios para formalizar su negocio, principalmente los relacionados con la flexibilidad y claridad de los trámites, ya que poseen poca experiencia en la constitución y puesta en marcha de empresas.

Ahora bien, para constituir una empresa de este tipo en Colombia, existen una serie de requisitos, que los empresarios deberán tener en cuenta para dar cumplimiento a las disposiciones legales establecidas por la constitución política, de acuerdo con la (Cámara de Comercio, 2020) estos requisitos son los siguientes:

- ✓ Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- ✓ El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- ✓ El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- ✓ Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- ✓ El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- ✓ La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

3.6 Direccionamiento Estratégico

El direccionamiento estratégico es el componente que guía a toda empresa en la construcción de los objetivos y estrategias para alcanzar sus metas, a su vez impactará en los resultados y se reflejará en el comportamiento de la empresa y sus miembros con la sociedad mediante sus funciones y actividades (Argoti, 2016). Considerando lo anterior y teniendo en cuenta la importancia de la preservación ambiental para la empresa en cuestión, se espera diseñar una plataforma estratégica sostenible y orientada en el medio ambiente, en la que el cuidado del entorno sea reconocido, comprendido y aplicado por todos los miembros de la organización.

3.6.1 Misión

Somos una empresa que ofrece soluciones mobiliarias en el municipio de Lorica, con productos ecológicos, que además de satisfacer las necesidades de los hogares, aportan valor a los clientes y a la sociedad en general, utilizando el cartón recuperado como una alternativa innovadora y sostenible. Contamos con personal altamente calificado para la recuperación eficiente de este material y el diseño de muebles de alta durabilidad, creatividad y practicidad.

3.6.2 Visión

Ser para 2029 la empresa líder de la región cordobesa, en la producción y comercialización de muebles ecológicos y sostenibles, reconocida por sus productos de calidad, su aporte de valor a la población y su participación activa en la preservación y cuidado del medio ambiente.

3.6.3 Valores Corporativos

Compromiso: somos una empresa comprometida con el medio ambiente, la sociedad, el bienestar y desarrollo personal y profesional de los empleados y clientes, participando activamente en la disminución de los residuos sólidos producidos en el municipio.

Integridad: la empresa está conformada por un equipo altamente calificado, íntegro, orientado al cuidado ambiental y el servicio al cliente, que da prioridad al bienestar colectivo.

Ética: todos los miembros de la empresa desarrollarán sus funciones dando cumplimiento a los estándares de calidad, ética y preservación medioambiental establecidos por la compañía.

Responsabilidad: este valor es uno de los pilares fundamentales de la empresa, no solo con el medio ambiente, sino con todos los que participan en su desarrollo, como clientes, proveedores, empleados y la sociedad en general.

Orientación al cliente: las actividades de la empresa tienen como propósito ofrecer a los consumidores un producto de calidad, que además de satisfacer sus necesidades de mobiliario, genere enormes contribuciones a su salud y disminuya los riesgos a los que se encuentran expuestos por la contaminación ambiental.

Trabajo en Equipo: la compañía cuenta con un recurso humano que reúne las habilidades, capacidades y conocimientos necesarios para crear equipos de trabajos dinámicos, eficientes, autónomos y en desarrollo constante.

Transparencia: para la entrega de un producto de calidad, la empresa cumplirá a cabalidad la normatividad ambiental relacionada con el reciclaje, recuperación y reutilización de su materia prima principal; así como las disposiciones legales relacionadas con el cuidado y la protección del bienestar de los colaboradores.

3.6.4 Objetivos Corporativos

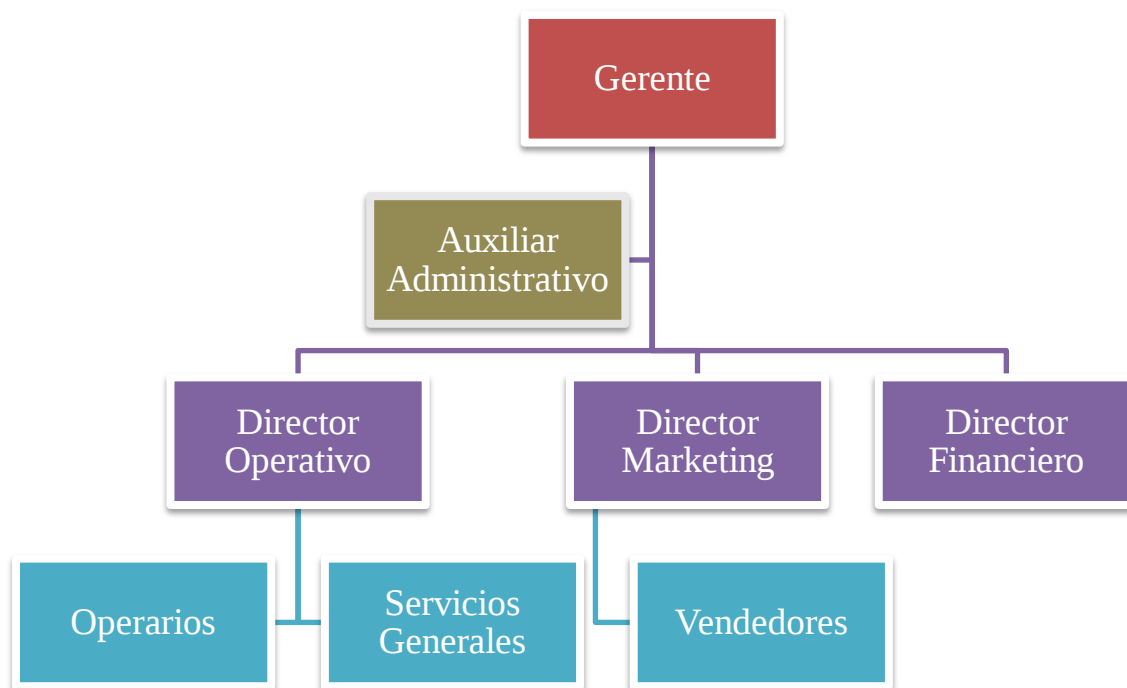
- ✓ Brindar una solución creativa, práctica e innovadora a las necesidades de mobiliario de los hogares del municipio de Santa Cruz de Lorica.
- ✓ Lograr el posicionamiento de la marca en el mercado, mediante el uso de canales digitales como las redes sociales y estrategias de posicionamiento como SEO y SEM, para dar a conocer los productos de la empresa, las materias primas utilizadas y así obtener la confianza de los consumidores.

- ✓ Aumentar la capacidad instalada de la empresa a medida que se logre posicionar en el mercado.
- ✓ Incursionar progresivamente en nuevos mercados, la empresa iniciará sus actividades en el municipio de Lorica, pero a partir del primer año podrá ampliar su alcance a nivel regional, ofreciendo sus productos en los municipios del bajo Sinú.
- ✓ Proteger la imagen corporativa y el reconocimiento de la marca, creando una cultura ecológica dentro y fuera de la compañía, sensibilizando a los empleados y garantizado que sus acciones promuevan dicha cultura; así mismo se fomentará en la población loriquera el cuidado y preservación del medio ambiente.

3.7 Organigrama

Como su nombre lo indica el organigrama es un elemento indisociable de la organización y operación de toda empresa, puesto que representa su estructura de constitución interna, como enfatiza (Fonseca, 2010) es una figura que representa los niveles jerárquicos que posee la empresa, las relaciones, líneas de autoridad en la toma de decisiones y todo lo que concierne a la organización del personal, por lo que sirve de asistencia y orientación a todas las unidades administrativas. En correspondencia con la anterior afirmación, se diseñó el siguiente organigrama para la empresa objeto de estudio:

Figura 22 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

3.8 Manual de Funciones

A continuación, se muestra la organización funcional del proyecto empresarial, en donde se definen los perfiles acordes a las necesidades de la empresa, las responsabilidades, requisitos y las relaciones de dependencia de cada uno de estos cargos, y demás variables de suma importancia para los procesos de selección y reclutamiento de personal.

Tabla 28 Manual de funciones Gerente general

	Manual de funciones	
Identificación del cargo		
Denominación del puesto:	Gerente General	
Departamento:	Administrativo	
N° de titulares:	1	
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)	
Supervisa a:	Todo el personal	
Reporta a:	Junta de socios	
Requisitos del Cargo		
Formación:	Título profesional en administración de empresas y afines	
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en empresas manufactureras	
Competencias y habilidades:	Conocimientos financieros, administrativos y contables, visión estratégica, resolución de conflictos, trabajo bajo presión, adaptación al cambio, habilidades comunicativas, liderazgo, iniciativa, toma de decisiones, responsabilidad, respeto, cultura ambientalista, trabajo en equipo, habilidad para negociar, manejo de herramientas ofimáticas y tecnológicas, manejo de personal.	
Finalidad del Cargo		
Administrar eficientemente los recursos de la empresa, garantizando su eficiente funcionamiento y dando cumplimiento a las metas y objetivos organizacionales propuestos.		
Funciones del Cargo		
1. Representar legal y jurídicamente a la compañía.		
2. Establecer y mantener las relaciones con los grupos de interés de la empresa.		
3. Definir las políticas, metas y objetivos organizacionales.		
4. Promover una cultura ambientalista sólida.		
5. Promover la comunicación asertiva entre los colaboradores de la empresa		
6. Administrar los recursos físicos, económicos y humanos de la empresa.		
7. Tomar las decisiones organizacionales y funcionales de la empresa.		
8. Motivar al personal a su cargo.		
9. Suministrar al personal los recursos necesarios para sus funciones.		
10. Supervisar el desempeño eficiente del personal de la empresa.		

11. Participar en la toma de decisiones financiera, principalmente lo que concierne a fuentes de financiamiento y precios de venta.
12. Elaborar y presentar informes periódicos de la situación de la empresa a la junta de socios.
13. Garantizar la seguridad laboral de los colaboradores de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29 Manual de funciones Auxiliar administrativo

	Manual de funciones
Identificación del cargo	
Denominación del puesto:	Auxiliar Administrativo
Departamento:	Administrativo
N° de titulares:	1
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)
Supervisa a:	Ninguno
Reporta a:	Gerente General
Requisitos del Cargo	
Formación:	Título técnico en administración, contabilidad y afines
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares
Competencias y habilidades:	Habilidades comunicativas, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, capacidad para organizar y priorizar actividades. Organización, manejo de herramientas ofimáticas y tecnológicas, habilidades de redacción, habilidades numéricas, prudencia, iniciativa, orientación al servicio, manejo de programas de procesamiento de textos, conciencia ambientalista, visión estratégica, habilidades contables y financieras, trabajo en equipo.
Finalidad del Cargo	
Apoyar al gerente general en las actividades de administración y organización de la compañía.	
Funciones del Cargo	
1. Ofrecer atención en los canales de comunicación de la empresa.	
2. Recibir, archivar y enviar la correspondencia de la empresa.	
3. Apoyar al director financiero en el proceso de elaboración y pago de nómina.	
4. Administrar la papelería y los elementos de uso de la compañía.	
5. Ofrecer apoyo y/o guía al personal de la empresa, en sus actividades cotidianas.	

6. Agendar y organizar eventos, reuniones, citas, entrevistas, etc.
7. Contribuir al director financiero en la gestión de facturas y obligaciones de pago de la empresa.
8. Verificar el funcionamiento eficiente de la empresa en ausencia de su jefe inmediato.
9. Informar a su jefe inmediato de cualquier anomalía o evento que suceda en su ausencia.
10. Manejo de información confidencial.
11. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30 Manual de funciones Director financiero

	Manual de funciones
Identificación del cargo	
Denominación del puesto:	Director financiero
Departamento:	Administrativo
N° de titulares:	1
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)
Supervisa a:	Ninguno
Reporta a:	Gerente General
Requisitos del Cargo	
Formación:	Título profesional en administración en finanzas
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares
Competencias y habilidades:	Habilidades para negociar, resolución de conflictos, trabajo bajo presión, adaptación al cambio, visión estratégica, conocimientos contables y financieros, manejo de herramientas ofimáticas y tecnológicas, conocimientos en materia legal y fiscal, trabajo en equipo, responsabilidad, integridad, transparencia, conciencia ambientalista, gestión financiera, inversión.
Finalidad del Cargo	
Gestionar y administrar los recursos financieros de la compañía.	
Funciones del Cargo	
1. Establecer las necesidades de financiación de la empresa y gestionar las fuentes de mayor beneficio.	
2. Encargarse de la toma de decisiones en materia de inversión y financiamiento.	
3. Administrar los recursos económicos de la compañía.	
4. Asignar el costo y gestionar eficientemente el control del mismo.	

5. Encargarse de la elaboración de la nómina y el pago de las obligaciones económicas y financieras de la empresa.
6. Gestionar eficientemente la cartera de la empresa.
7. Determinar el precio de venta de los productos de la empresa.
8. Evaluar periódicamente la situación financiera de la empresa.
9. Preparar y presentar los informes de carácter financiero y contable de la empresa ante los organismos de control y la junta de socios.
10. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 Manual de funciones Director de marketing

	Manual de funciones
Identificación del cargo	
Denominación del puesto:	Director de Marketing
Departamento:	Comercial
N° de titulares:	1
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)
Supervisa a:	Vendedor
Reporta a:	Gerente General
Requisitos del Cargo	
Formación:	Título profesional en mercadotecnia.
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares
Competencias y habilidades:	Habilidades de redacción, manejo de herramientas ofimáticas y tecnológicas, diseño web, marketing digital, creatividad, trabajo en equipo, transparencia, trabajo bajo presión, responsabilidad, adaptación al cambio, resolución de conflictos, habilidad para los negocios, relaciones públicas, conciencia ambientalista, innovación.
Finalidad del Cargo	
Posicionar la marca de la empresa en el mercado de Lorica y dirigir las actividades comerciales de la misma.	
Funciones del Cargo	
1. Diseñar e implementar estrategias de marketing para el posicionamiento de la empresa en el mercado objetivo.	
2. Estudiar el mercado objetivo y proponer mejoras a los productos, para satisfacer sus necesidades.	
3. Identificar los medios de comunicación más convenientes para la empresa, así como las estrategias de marketing de mayor aceptación y preferencia del mercado.	

4. Administrar los canales digitales de la compañía.
5. Diseñar y compartir contenido de valor en las redes sociales y la página web de la empresa.
6. Utilizar modelos estadísticos, minería de datos y otros métodos métricos para medir el posicionamiento de la marca y evaluar la efectividad de las campañas de marketing.
7. Investigar las tendencias de comportamiento de la población objetivo, para reconocer sus expectativas y preferencias.
8. Establecer las necesidades económicas y requerimientos de todo tipo para su área.
9. Motivar al personal a su cargo.
10. Verificar el desempeño del personal a su cargo.
11. Dirigir los procesos de comercialización de los productos de la empresa.
12. Registrar y controlar las ventas de la empresa.
13. Establecer las proyecciones de ventas.
14. Verificar el inventario de la empresa.
15. Preparar y presentar informes de mercadeo ante el gerente general y la junta de socios.
16. Informar a su jefe inmediato las necesidades y anomalías de su área de trabajo.
17. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32 Manual de funciones Vendedor

	Manual de funciones
Identificación del cargo	
Denominación del puesto:	Vendedor
Departamento:	Comercial
N° de titulares:	1
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)
Supervisa a:	Ninguno
Reporta a:	Director de Marketing
Requisitos del Cargo	
Formación:	Título técnico en ventas
Experiencia:	Mínimo un (1) año de experiencia en cargos similares
Competencias y habilidades:	Calidez, amabilidad, respeto, integridad, responsabilidad, conciencia ambientalista, carisma, habilidades comunicativas, resolución de conflictos, manejo de herramientas ofimáticas y tecnológicas, conocimientos en planeación neurolingüística.
Finalidad del Cargo	
Encargarse de la comercialización de los productos de la empresa.	
Funciones del Cargo	
1. Atender cordial y carismáticamente a los clientes de la empresa y exponer sus productos.	

2. Con ayuda del auxiliar en servicios generales mantener organizada el área de ventas.
3. Vender los productos de la empresa a los clientes.
4. Recibir, organizar y hacer entrega de los pedidos de la empresa.
5. Orientar sus actividades en el servicio al cliente y la satisfacción de sus necesidades.
6. Gestionar el inventario de productos terminados la empresa.
7. Participar en las actividades de marketing de la empresa.
8. Registrar las ventas diarias de la empresa en el sistema utilizado para ello.
9. Establecer las necesidades de productos para la venta.
10. Contribuir al director de marketing en el diseño de las estrategias de ventas, teniendo en cuenta su cercanía con los clientes.
11. Informar a su jefe inmediato las necesidades y anomalías de su área de trabajo.
12. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33 Manual de funciones Director operativo

	Manual de funciones
Identificación del cargo	
Denominación del puesto:	Director Operativo
Departamento:	Operativo
N° de titulares:	1
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)
Supervisa a:	Operarios
Reporta a:	Gerente General
Requisitos del Cargo	
Formación:	Título Profesional en Ingeniería ambiental
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares
Competencias y habilidades:	Manejo de personal, manejo de maquinaria de recuperación industrial, manejo de herramientas ofimáticas y tecnológicas, toma de decisiones, trabajo en equipo, transparencia, trabajo bajo presión, responsabilidad, adaptación al cambio, resolución de conflictos, conciencia ambientalista, innovación, conocimientos en materia de sostenibilidad, gestión ambiental, diseño de mobiliario.
Finalidad del Cargo	
Dirigir las actividades del área operativa de la empresa, garantizando la producción de muebles de alta durabilidad, calidad, creatividad e innovación	
Funciones del Cargo	
1. Establecer los planes y programas de producción de la empresa.	
2. Seleccionar las alternativas de producción más eficientes y rentables.	

3. Dirigir las actividades desempeñadas por el área operativa de la empresa.
4. Determinar las necesidades de materia prima y encargarse de su gestión.
5. Verificar la recuperación efectiva del cartón reciclado.
6. Supervisar el desempeño del personal a su cargo.
7. Suministrar al personal operativo las herramientas e insumos necesarios para la producción.
8. Gestionar el inventario de materiales e insumos de la empresa.
9. Planificar el uso sostenible de los recursos que participan en el proceso de producción.
10. Reconocer la contribución ambiental de la empresa, a través de estudios que identifiquen si se presenta disminución de residuos sólidos en el municipio.
11. Garantizar el bienestar y la seguridad laboral del personal a su cargo.
12. Verificar el cumplimiento de las políticas de producción y la cultura ambientalista.
13. Establecer las cantidades a producir y dar cumplimiento a los indicadores establecidos.
14. Preparar y presentar los informes sobre las actividades desarrolladas por el área operativa, con la periodicidad requerida.
15. Verificar la practicidad, diseño e innovación en los muebles que se comercializarán.
16. Informar a su jefe inmediato las necesidades y anomalías de su área de trabajo.
17. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Manual de funciones Operarios

	Manual de funciones	
Identificación del cargo		
Denominación del puesto:	Operarios	
Departamento:	Comercial	
N° de titulares:	6	
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)	
Supervisa a:	Ninguno	
Reporta a:	Director Operativo	
Requisitos del Cargo		
Formación:	Formación en carpintería, diseñador en madera u otros materiales.	
Experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos similares.	
Competencias y habilidades:	Conciencia ambientalista, puntualidad, responsabilidad, respeto, manejo de maquinaria de recuperación industrial, diseño de mobiliario, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, manejo de herramientas de corte y diseño, conocimiento en artes, integridad, transparencia, ensamblaje.	

Finalidad del Cargo
Producir los muebles ecológicos que comercializará la empresa en el mercado.
Funciones del Cargo
1. Realizar las operaciones auxiliares de recepción y almacenamiento del material reciclado.
2. Manipular maquinaria y equipos que permiten el aprovechamiento de las materias recicladas en procesos que van desde el separado de la materia hasta el tratamiento del producto final.
3. Diseñar el mobiliario que se comercializará en la empresa.
4. Aplicar las técnicas de diseño y decoración requeridos en cada producto.
5. Dar cumplimiento a los programas de producción.
6. Garantizar la producción de muebles de alta durabilidad, innovadores y creativos.
7. Utilizar eficientemente los recursos y materiales suministrados para su labor.
8. Verificar la practicidad, diseño e innovación en los muebles que se comercializarán.
9. Informar a su jefe inmediato las necesidades y anomalías de su área de trabajo.
10. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Manual de funciones Auxiliar de servicios generales

	Manual de funciones
Identificación del cargo	
Denominación del puesto:	Auxiliar de servicios generales
Departamento:	Operativa
N° de titulares:	1
Jornada laboral:	Mañana y Tarde (7:00 am a 12:00 pm; 2:00 pm a 5:00 pm)
Supervisa a:	Ninguno
Reporta a:	Director Operativo
Requisitos del Cargo	
Formación:	Ninguna
Experiencia:	Mínimo un (1) año de experiencia en cargos similares
Competencias y habilidades:	Comunicación asertiva, normas sanitarias, higiene, organización, responsabilidad, puntualidad, trabajo en equipo, orientación al servicio, respeto, calidez, colaboración, transparencia.
Finalidad del Cargo	
Garantizar la higiene y limpieza de las instalaciones físicas de la compañía.	
Funciones del Cargo	

1. Mantener en perfecto estado de limpieza, desinfección y organización las instalaciones de la empresa.
2. Encargarse de la selección y recolección eficiente de los residuos sólidos generados.
3. Garantizar el estado de limpieza y desinfección de las instalaciones.
4. Mantener la dotación de los elementos de higiene necesarios en las instalaciones sanitarias.
5. Colaborar a los demás miembros de la empresa en las actividades que requieran de sus labores.
6. Solicitar los insumos necesarios para sus labores.
7. Usar eficientemente los insumos y materiales utilizados en sus funciones, así como los recursos naturales que requiera.
8. Atender la cafetería de la empresa.
9. Informar a su jefe inmediato de cualquier anomalía o evento que suceda en su ausencia.
10. Tener estricto cuidado con los residuos sólidos producidos por la empresa y realizar una disposición final eficiente, de acuerdo a los parámetros establecidos.
11. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

4 Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental

4.1 Impacto Social

Desde el punto de vista social, la creación de empresa propuesta contribuye a la disminución de los residuos sólidos en el municipio de Lorica, ya que si estos desechos reciben una recuperación óptima se disminuyen los factores de riesgo asociados a la contaminación atmosférica, de agua y suelo, recursos de suma importancia para la economía del municipio y el desarrollo de sus actividades cotidianas, como plantean (Yucailla, Martínez, & Lara, 2020) el reciclado es una de las alternativas utilizadas en la reducción del volumen de los residuos sólidos, haciendo que el consumo de un material sea más lento y gracias a ello se conviertan en productos sustentables y sin toxicidad para la salud humana.

Este componente es de especial importancia porque la salud es uno de los elementos esenciales para el desarrollo del ser humano, como sostienen (Cuevasa & Hernández, 2014) la salud se encuentra íntimamente asociada a la manera en que las personas son capaces de desarrollar y realizar su potencial, satisfacer sus necesidades y ampliar sus capacidades para lograr una interacción exitosa con su contexto físico, biológico y social; es decir, las condiciones óptimas de salud pueden contribuir a que los sujetos se desarrollen y desenvuelvan plenamente en el entorno en que viven e interactúan, para que puedan desempeñarse eficientemente en su trabajo, escuela, familia, etc.

Por otro lado, el oficio del reciclaje es comúnmente practicado por personas de bajos recursos, que se enfrentan a una serie de exposiciones a patógenos y microorganismos y cuyo acceso a los sistemas de seguridad social es limitado, como refieren (Torres, Cordero, Fuentes, & Peláez, 2020) la mayoría de las personas que se dedican a la actividad de reciclaje no acceden a los servicios de salud, porque no cuentan con un seguro que cubra sus gastos y por falta de

dinero, por lo que se encuentran expuestos a infecciones respiratorias, intestinales, conjuntivitis, neumonías, bronconeumonías, gripe, entre otros, además de sufrir en diversas ocasiones la segregación y exclusión de los demás miembros de la sociedad. Por esta razón, la empresa espera contribuir a este grupo de trabajadores no solo mediante la compra de sus materiales, sino también exigiendo a los gobiernos nacionales y locales, cambios radicales y garantías del cumplimiento de sus derechos sociales, para que les posibiliten una vida digna a ellos y sus familias.

4.2 Impacto Económico

Desde el punto de vista económico, la creación de empresa propuesta contribuye a la generación de empleos directos e indirectos, los primeros se encuentran relacionados con el personal requerido por la empresa para el desarrollo de sus actividades y los segundos se asocian a los recicladores del municipio; este aspecto es de especial importancia porque el empleo es un mecanismo permite a las personas mejorar su calidad de vida y seguridad, “y la oferta suficiente de empleos puede impulsar la prosperidad, la inclusión y la cohesión social de manera sostenible y creciente” (OIT, 2015, pág. 1).

Así mismo, se contribuye al desarrollo y la dinamización de la economía, puesto que las nuevas fuentes de empleo aumentarán la demanda interna de bienes y servicios y la operación de la empresa contribuirá al crecimiento de la industria local, estas afirmaciones se validan con la postura de (Carvajal, Granda, Villamar, & Hermida, 2017) quienes manifiestan que las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) son el sector que mayormente utiliza materias primas e insumos, por lo que promueven el avance del comercio local, así mismo, generan fuentes de empleo, con las que los habitantes de una población pueden obtener un ingreso para cubrir sus necesidades básicas, y a su vez aumentan la demanda de bienes y servicios, contribuyen a la

prosperidad y la cohesión social. De manera, que con la creación de esta empresa se espera mejorar continuamente la calidad de vida de los habitantes del municipio y el comercio local, para alcanzar un crecimiento sostenible y lograr resultados favorables para el entorno local y nacional.

4.3 Impacto Ambiental

En la sociedad actual se han generado nuevos modelos de consumo, en donde prima el respeto por el medio ambiente, los individuos son cada vez más conscientes de los efectos que sus decisiones pueden provocar sobre el equilibrio del planeta y su propio bienestar, (Rivera, 2019) destaca que las nuevas tendencias del consumidor están empujando a las empresas a realizar modificaciones en sus productos y procesos productivos, orientándolos a la sustentabilidad, que no es más que satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones; es decir, como respuesta a las demandas de los consumidores las empresas han tenido que desarrollar productos que no sean contaminantes y agregar a su cadena de valor componentes verdes o biodegradables, para garantizar el uso adecuado de los recursos naturales.

Bajo esta premisa, la propuesta actual nace como una alternativa que cumple con las mismas funciones del mobiliario tradicional, pero que al estar elaborado con materia prima reciclada puede disminuir los impactos negativos de los residuos sobre el medio ambiente, como postulan (Álvarez, Navarrete, & Cedeño, 2019) los productos reciclados representan una alternativa para disminuir la contaminación del ecosistema, ya que el desecho de materiales no biodegradables como los plásticos, se asocia a largos periodos de desaparición y el desprendimiento de sustancias tóxicas; por lo que si acaban en la basura se acumularan y dañaran

al medio ambiente, mientras que si reciben otras utilidades reducen el volumen de los residuos sólidos y protegen el medio ambiente.

Así mismo, la creación de una empresa como la señalada, podrá promover en los ciudadanos un pensamiento reflexivo sobre las consecuencias del consumismo desmedido, el uso de productos contaminantes y los límites que se deben establecer para respetar el equilibrio ecológico y garantizar la preservación del medio, promoviendo así la educación ambiental, que como sugieren (Rodríguez, Gálvez, & Landívar, 2016) debe formar parte de la cultura de todas las personas, para que puedan ser conscientes de las realidades del medio ambiente, su dependencia y pertenencia a él y los componentes que propician su deterioro, y a su vez les permitirá sentirse responsables de su uso y mantenimiento y tomar decisiones que favorezcan a su cuidado.

En esta misma línea, la empresa planificará y ejecutará programas educativos sobre el reciclaje, promoviendo la participación ciudadana en la zona de estudio, estos programas tienen como propósito sensibilizar a la población sobre la importancia del reciclaje, el manejo óptimo de los residuos sólidos domiciliarios, los impactos de la contaminación por residuos sólidos, entre otros temas ambientales, para que todos los habitantes desde su hogar puedan contribuir a la conservación del planeta; como declara (Caballero, 2020) para maximizar la eficiencia del reciclaje es indispensable la participación ciudadana, para conseguirla se debe estimular a la población, brindarles capacitaciones constantes, ofrecerles información estratégica para motivarlos a cambiar su conducta, sus hábitos y fomentar la conciencia ambiental.

Adicionalmente, la empresa implantará una cultura ambientalista que debe ser aplicada por todos sus miembros, no solo para dar cumplimiento a la normativa ambiental, sino para

ofrecer un número mayor de beneficios al medio ambiente y la sociedad, para ello se desarrollarán las siguientes estrategias:

- Para la selección de proveedores, se priorizarán criterios sostenibles, estableciendo relaciones con aquellas empresas que sean ambientalmente responsables.
- Los colaboradores de la empresa se convertirán en un ejemplo de sostenibilidad para la sociedad, dentro y fuera de su lugar de trabajo, respetando las normas ambientales, reciclando, con un consumo sostenible, entre otros.
- La generación de residuos sólidos de la empresa será medida periódicamente, estos residuos deben ser controlados y minimizados al máximo.
- Se crearán espacios de sensibilización propicios, no solo para los clientes de la empresa, sino para la comunidad en general, aquí se incentivará su participación en la protección y preservación ambiental.
- Las políticas ambientales se encontrarán documentadas y se incluirán en el manual de gestión ambiental de la organización.
- La empresa se compromete a la mejora continua y la prevención de la contaminación, utilizando tecnologías cada vez más innovadoras y limpias.
- Se realizarán auditorías de seguimiento, para reconocer el impacto de la empresa a la población y los beneficios de los productos y procesos, desarrollando las mejoras a las que haya lugar.
- Políticas de ahorro en el consumo de agua y demás recursos naturales necesarios para los empleados; el ahorro de agua, controlando el consumo por parte de los colaboradores, haciendo revisiones periódicas para evitar fugas o averías.

- Se establecerán políticas de ahorro en el consumo energético a través de la adquisición de equipos de bajo consumo, uso eficiente de equipos eléctricos y electrónicos, y la desconexión de los mismos cuando no se estén usando.
- Se promoverá el uso de coche compartido, caminatas y bicicletas, por parte de los empleados, para minimizar la generación de Gases de Efecto Invernadero y sus efectos al planeta.
- La empresa deberá seleccionar, clasificar y dar una disposición eficiente a los residuos sólidos que se produzcan en sus instalaciones, convirtiéndose en un ejemplo para la sociedad.
- Se realizará el marketing a través de medios digitales, para evitar la impresión y difusión de volantes que son de rápido desecho por parte de los consumidores.

5 Módulo Financiero

En el actual apartado del estudio empresarial, se exponen las necesidades de inversión y financiación de la empresa, los costos operacionales, gastos administrativos y de ventas, para finalmente reconocer si la puesta en marcha del proyecto es factible desde el punto de vista económico y financiero, si la inversión es atractiva para el inversionista y si se podrá recuperar en un horizonte de planeamiento de cinco años.

5.1 Inversiones Fijas

En este primer epígrafe del estudio financiero se estudia la inversión en activos fijos de la empresa, cuyo objetivo es proveer las condiciones necesarias para la operación y administración, dentro de este rubro se encuentra la maquinaria y equipo necesaria para la recuperación y transformación del cartón, el equipo de computación y comunicación que será de gran utilidad para el desarrollo de las actividades administrativas y comerciales, y el mobiliario que se utilizará en las instalaciones de la empresa para dotarla de comodidad.

Tabla 36 Inversión en maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Báscula	2	259.000	518.000	10
Máquina de triturado y recuperación	1	117.857.000	117.857.000	10
Compactadora de Cartón	1	16.000.000	16.000.000	10
Máquina de laminado	1	26.321.469	26.321.469	10
Maquina cortadora y grabadora	1	29.285.776	29.285.776	10
Bisturí Manual	5	87.223	436.115	10
Total			\$ 190.418.360	

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior considera la maquinaria de pesado, trituración, compactado y laminado del cartón, teniendo en cuenta que para una correcta recuperación se deben llevar a cabo dichos

procesos y que el cartón reciclado no posee las propiedades de durabilidad necesarias para la fabricación de los muebles que se proponen. También se incluyen en este rubro los equipos y herramientas que requieren los operarios para el diseño y ensamble de los muebles.

Tabla 37 Inversión en equipo de computación y comunicación

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Computador All In One LENOVO	5	2.379.000	11.895.000	5
Impresora Multifuncional	1	289.000	289.000	5
Teléfono De Oficina	2	245.000	490.000	5
Total			12.674.000	

Fuente: Elaboración propia

El equipo de computación y comunicación está compuesto por todos los activos tecnológicos y de comunicación indispensables para el desarrollo de las actividades administrativas, cuya inversión asciende a \$12.674.000.

Tabla 38 Inversión en muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Escritorio Moderno Giratorio 360°	5	4.750.000	23.750.000	10
Silla de Oficina Valparaíso	5	4.149.500	20.747.500	10
Sala de Juntas	1	3.800.000	3.800.000	10
Aire Acondicionado ELECTROLUX	4	1.996.000	7.984.000	5
Sofá de 3 plazas para recepción	2	1.598.000	1.580.000	5
Florero Cerámica Filigrana	10	899.000	8.990.000	5
Ventilador De Techo Kdk	6	1.230.000	7.380.000	5
Silla brazos rimaz	10	45.000	450.000	5
Mesa Industrial, Madera Rústica	4	395.000	1.580.000	10
Total			76.261.500	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el mobiliario necesario para el equipamiento de las instalaciones de la empresa, la suma de estas inversiones es equivalente a \$76.261.500. Es válido

destacar que la empresa también utilizará los mobiliarios que comercializará, por lo que la inversión contempla los muebles que hasta el momento no se fabrican en ella.

5.2 Inversiones Diferidas

Tabla 39 Inversión en activos intangibles

Detalle	Costo total
Estudio de prefactibilidad	1.200.000
Estudio de factibilidad	1.000.000
Trámites y licencias	3.800.000
Montaje y puesta en marcha	1.500.000
Gastos de organización	1.000.000
Imprevistos	900.000
Total Inversión en Activos Intangibles	9.400.000

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se encuentran los desembolsos que la empresa debe llevar a cabo durante el periodo previo a su operación, pero que son indispensables para que pueda constituirse legalmente; dentro de esta inversión se incluyen los estudios de factibilidad, trámites, licencias, gastos de montaje y puesta en marcha, imprevistos, entre otros.

5.3 Distribución de costos

La distribución de costos está conformada por las salidas de dinero correspondientes a la producción de los bienes que se esperan comercializar, aquí se incluyen también las erogaciones administrativas y de ventas.

Tabla 40 Costo de mano de obra

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Costo total
Mano de Obra Directa				
Director Operativo	2.700.000	32.400.000	16.476.048	48.876.048
Operarios (5)	7.500.000	90.000.000	45.766.800	135.766.800
Subtotal MOD				184.642.848
Mano de Obra Indirecta				
S. Generales	908.526	10.902.312	5.544.044	16.446.356
Subtotal MOI				16.446.356
Total				201.089.204

Fuente: Elaboración propia

La mano de obra fue calculada con un sobre costo en términos porcentuales del 50,85%, correspondiente a seguridad social, prestaciones sociales, parafiscales; estos desembolsos son indispensables para dar cumplimiento a las disposiciones legales y ofrecer a los colaboradores de la empresa un salario digno.

Tabla 41 Costo de materiales primer año de operación

Material	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
MATERIALES DIRECTOS				
Cartón reciclado (100cm x 70cm)	Kg	654.655	200	130.930.979
Pintura acrílica	Pomo	2.592	285.400	739.756.800
Pegamento	Kg	3.456	38.300	132.364.800
Otros elementos de papelería	Kg	10.368	3.000	31.104.000
Subtotal MD				1.034.156.579
Total				1.034.156.579

Fuente: Elaboración propia

El costo de materiales que se muestra en la tabla anterior fue estimado considerando el número de productos que se esperan vender y la cantidad de materiales que requiere cada uno de estos, vale la pena destacar que el costo unitario del cartón reciclado puede variar conforme al

mercado y las garantías que la empresa desee entregar a los recicladores de la región; la inversión en materiales para el primer año es igual a \$1.034.156.579.

Tabla 42 Costo de servicios primer año de operación

Servicios	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Internet	Gb	12	105.000	1.260.000
Energía	Kw/Hora	12	350.000	4.200.000
Acueducto y alcantarillado	M3	12	120.000	1.440.000
Teléfono	Impulso	12	95.000	1.140.000
Gas natural	Kw/Hora	12	90.000	1.080.000
Total				9.120.000

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el costo de los servicios de energía, alcantarillado, gas natural, internet y telefonía necesarios para el funcionamiento diario de la empresa, los que generan un costo anual de \$9.120.000. Es necesario destacar, que el costo del servicio de energía es bastante elevado porque la maquinaria de la empresa requiere de un importante consumo energético.

Tabla 43 Depreciación

Activos	Vida Útil	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Báscula	10	518.000	51.800	51.800	51.800	51.800	51.800	259.000
Máquina de triturado y recuperación	10	117.857.000	11.785.700	11.785.700	11.785.700	11.785.700	11.785.700	58.928.500
Compactadora de Cartón	10	16.000.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	8.000.000
Máquina de laminado	10	26.321.469	2.632.147	2.632.147	2.632.147	2.632.147	2.632.147	13.160.735
Maquina cortadora y grabadora	10	29.285.776	2.928.578	2.928.578	2.928.578	2.928.578	2.928.578	14.642.888
Bisturí Manual	10	436.115	43.612	43.612	43.612	43.612	43.612	218.058

Escritorio Moderno Giratorio360°	10	23.750.000	2.375.000	2.375.000	2.375.000	2.375.000	2.375.000	11.875.000
Silla de Oficina Valparaíso	10	20.747.500	2.074.750	2.074.750	2.074.750	2.074.750	2.074.750	10.373.750
Sala de Juntas	10	3.800.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	1.900.000
Aire Acondicionado ELECTROLUX	5	7.984.000	1.596.800	1.596.800	1.596.800	1.596.800	1.596.800	-
Sofá de 3 plazas para recepción	5	1.580.000	316.000	316.000	316.000	316.000	316.000	-
Florero Cerámica Filigrana	5	8.990.000	1.798.000	1.798.000	1.798.000	1.798.000	1.798.000	-
Ventilador De Techo Kdk	5	7.380.000	1.476.000	1.476.000	1.476.000	1.476.000	1.476.000	-
Silla brazos rimaz	5	450.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	-
Mesa Industrial, Madera Rústica	10	1.580.000	158.000	158.000	158.000	158.000	158.000	790.000
Computador All In One LENOVO	5	11.895.000	2.379.000	2.379.000	2.379.000	2.379.000	2.379.000	-
Impresora Multifuncional	5	289.000	57.800	57.800	57.800	57.800	57.800	-
Teléfono De Oficina	5	490.000	98.000	98.000	98.000	98.000	98.000	-
Total			31.841.186	31.841.186	31.841.186	31.841.186	31.841.186	120.147.930

Fuente: Elaboración propia

La depreciación que se muestra en la tabla anterior, hace alusión al gasto en el que incurre la empresa por la pérdida de valor de sus activos fijos, la tabla contiene el valor residual de estos activos al pasar los cinco años estudiados, considerando un periodo de 10 años de vida útil para la maquinaria y equipo y algunos muebles y enseres, y un periodo de 5 años para el equipo de computación y comunicación y la mayoría de los muebles.

Tabla 44 Remuneración al personal administrativo

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Remuneración Total Anual
Director general	2.900.000	34.800.000	17.695.800	52.495.800
Asistente Adm.	1.100.000	13.200.000	6.712.200	19.912.200
Director financiero	2.400.000	28.800.000	14.644.800	43.444.800
Director de marketing	2.400.000	28.800.000	14.644.800	43.444.800
Vendedor	1.100.000	13.200.000	6.712.200	19.912.200
Total				179.209.800

Fuente: Elaboración propia

Al igual que la mano de obra, el personal administrativo recibirá todas las prestaciones de seguridad social con un sobre costo del 50,85%, generando así un gasto anual de \$179.209.800.

Tabla 45 Otros gastos administrativos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Arrendamiento	1.000.000	12.000.000
Elementos de aseo y Cafetería	700.000	8.400.000
Industria y comercio	1.200.000	14.400.000
Útiles y Papelería	800.000	9.600.000
Total		44.400.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46 Gastos de venta

Detalle	Costo anual
Marketing digital	18.000.000
Total	18.000.000

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de venta que se muestran en la tabla corresponden a las estrategias de marketing digital que realizará la empresa para el reconocimiento y posicionamiento en el mercado, principalmente los gastos asociados al pago de publicidad en las redes sociales que se

seleccionaron para compartir de anuncios de la empresa y dirigirlos a los usuarios que cuenten con las características del mercado objetivo.

Tabla 47 Amortización de gastos diferidos

Activos	Plazo de Amortización	Costo	Valor Anual a Amortizar				
			2022	2023	2024	2025	2026
Gastos preoperativos	5	9.400.000	1.880.000	1.880.000	1.880.000	1.880.000	1.880.000
Valor a Amortizar							

Fuente: Elaboración propia

Los gastos preoperativos que se detallan en la inversión diferida, fueron amortizados por un periodo de 5 años, teniendo en cuenta la legislación colombiana, dando lugar a una amortización anual de \$9.400.000.

Tabla 48 Distribución de costos

Detalle	Costos	Costos Totales	
		Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	184.642.848		184.642.848
Materiales	1.034.156.579		1.034.156.579
Mano de O. Indirecta	16.446.356	16.446.356	
Servicios	9.120.000		9.120.000
Depreciación	31.841.186	31.841.186	
SUBTOTAL	1.276.206.968	48.287.542	1.227.919.427
Gastos de Adm			
Sueldos y Prestac	179.209.800	179.209.800	
Otros Gast. Adm	44.400.000	44.400.000	
Amortización.	1.880.000	1.880.000	
SUBTOTAL	225.489.800	225.489.800	
Gastos de ventas			
Publicidad	18.000.000	18.000.000	
SUBTOTAL	18.000.000	18.000.000	
Total	1.519.696.768	291.777.342	1.227.919.427

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se resumen los costos y gastos contenidos en este epígrafe, los cuales fueron clasificados en fijos y variables, los primeros son aquellos que no se encuentran ligados a las ventas, de manera que permanecen iguales a lo largo del periodo estudiado; mientras que los variables se encuentran íntimamente asociados a las ventas, de ahí que, si aumentan las cantidades vendidas, estos también aumentarán y viceversa.

5.4 Punto de Equilibrio

Desde la posición de (Arevalo, 2017) el punto de equilibrio es un indicador financiero que sirve de referente a los emprendedores para la planificación de las operaciones de producción y comercio de bienes y servicios, porque muestra el ingreso que debe obtener la empresa para cubrir con sus costos y gastos. Es decir, el punto de equilibrio es la cantidad de productos o servicios que debe vender la empresa para obtener los ingresos suficientes para cubrir sus costos, gastos y demás obligaciones, y no incurrir en pérdidas.

Tabla 49 Punto de equilibrio

	Escritorio	Biblioteca	Estante
Unidades a producir	3.875	2.691	3.803
Costos variables unitarios			
Materiales directos por unidad producida	99.917	101.517	98.317
Mano de obra por unidad producida	16.185	22.875	15.885
Costos indirectos de fabricación por unidad producida	1.442	2.037	1.415
Total costo variable unitario	117.543	126.429	115.617
Costos fijos totales	109.037.899	75.720.763	107.018.679
Costo unitario	145.685	154.571	143.759
Precio de venta por unidad	171.394	181.848	169.128
Punto de Equilibrio	2.025	1.366	2.000

Fuente: Elaboración propia

5.5 Capital de Trabajo

El capital de trabajo está conformado por los activos de rápida conversión a efectivo (inventarios, cartera, efectivo, proveedores) que debe poseer la empresa para tener un margen de

seguridad que garantice su funcionamiento habitual (Durán, 2011). Este capital es ineludible para el funcionamiento de la empresa porque disminuye los riesgos asociados a las interrupciones de la producción y los elevados costos que esto puede generar.

Tabla 50 Cálculo del capital de trabajo

Costo de producción – depreciación	1.244.365.782
Gastos de administración - amortización	223.609.800
Gastos de venta	18.000.000
Costo de operación anual	1.485.975.582
Costo de operación diaria	4.127.710
Ciclo operativo	24
Inversión en Capital de trabajo	99.065.039

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51 Inversión en capital de trabajo

Detalle	Años				
	2021	2022	2023	2024	2025
Capital de trabajo	99.065.039	4.953.252	5.200.915	5.460.960	5.734.008
Valor residual Capital de trabajo		104.018.291	109.219.205	114.680.166	120.414.174

Fuente: Elaboración propia

5.6 Flujo Neto de Inversión

En las siguientes tablas se contempla la inversión en activos fijos y diferidos, las adiciones que deben hacerse año tras año para el funcionamiento de la empresa y el valor residual de los activos fijos y el capital de trabajo al finalizar los cinco años estudiados.

Tabla 52 Programa de inversión fija del proyecto

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Activos fijos tangibles					
Maquinaria y equipo	190.418.360				
Equipo de computación	12.674.000				
Muebles y enseres	76.261.500				
Subtotal	279.353.860				
Activos Diferidos					
Gastos preoperativos	9.400.000				
Subtotal	9.400.000				
Total Inversión Fija	288.753.860				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53 Programa de inversión

Detalle	Años					
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión fija	288.753.860					
Capital de trabajo	99.065.039	4.953.252	5.200.915	5.460.960	5.734.008	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54 Valor residual de activos

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Activos de producción					120.147.930
Vr. Residual Capital de Trabajo					120.414.174
Total Vr. Residual					240.562.104

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55 Flujo neto de inversiones

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión fija	(288.753.860)					
Capital de trabajo	(99.065.039)	(4.953.252)	(5.200.915)	(5.460.960)	(5.734.008)	
Valor residual						240.562.104
Inversiones	(387.818.899)	(4.953.252)	(5.200.915)	(5.460.960)	(5.734.008)	240.562.104

Fuente: Elaboración propia

5.7 Proyecciones Financieras

A continuación, se proyectan los ingresos, costos y gastos de la empresa durante un horizonte de cinco años, esta información se utilizará para reconocer el comportamiento futuro del proyecto; para la proyección se utilizó como referente el índice inflacionario que el banco de la república espera para 2022 (5%).

Tabla 56 Presupuesto de ingresos

Detalle	2022	2023	Años 2024	2025	2026
Ingresos por ventas	1.796.525.347	1.886.351.614	1.980.669.195	2.079.702.654	2.183.687.787
Total Ingreso	1.796.525.347	1.886.351.614	1.980.669.195	2.079.702.654	2.183.687.787

Fuente: Elaboración propia

Este ejercicio de cálculo se efectuó tomando las cantidades a vender y los precios de venta de cada uno de los productos ofrecidos. Es necesario señalar, que no se contempló ningún aumento anual en las ventas, el incremento que se muestra en los periodos futuros corresponde a la inflación.

Tabla 57 Presupuesto de costos de producción

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos directos					
Mano de obra directa	184.642.848	193.874.990	203.568.740	213.747.177	224.434.536
Materiales	1.034.156.579	1.085.864.407	1.140.157.628	1.197.165.509	1.257.023.785
Depreciación	31.841.186	31.841.186	31.841.186	31.841.186	31.841.186
Subtotal costo directo	1.250.640.613	1.311.580.584	1.375.567.554	1.442.753.872	1.513.299.506
Gastos generales de fab					
Mano de obra Indirecta	16.446.356	17.268.673	18.132.107	19.038.713	19.990.648
Servicios	9.120.000	9.576.000	10.054.800	10.557.540	11.085.417
Subtotal	25.566.356	26.844.673	28.186.907	29.596.253	31.076.065
Total	1.276.206.968	1.338.425.257	1.403.754.461	1.472.350.125	1.544.375.572

Fuente: Elaboración propia

Tabla 58 Presupuesto de gastos de administración

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos y prestaciones	179.209.800	188.170.290	197.578.805	207.457.745	217.830.632
Otros gastos de administración	44.400.000	46.620.000	48.951.000	51.398.550	53.968.478
Amortización	1.880.000	1.880.000	1.880.000	1.880.000	1.880.000
Total	221.729.800	232.910.290	244.649.805	256.976.295	269.919.109

Fuente: Elaboración propia

Tabla 59 Presupuesto de gastos de venta

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Marketing digital	18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
Total	18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60 Presupuesto de costos operacionales

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción	1.276.206.968	1.338.425.257	1.403.754.461	1.472.350.125	1.544.375.572
Gastos de administración	221.729.800	232.910.290	244.649.805	256.976.295	269.919.109
Gastos de ventas	18.000.000	18.900.000	19.845.000	20.837.250	21.879.113
Total Cost. Oper.	1.515.936.768	1.590.235.547	1.668.249.265	1.750.163.669	1.836.173.794

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61 Presupuesto de gastos financieros

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Abono a capital	34.239.537	39.512.426	45.597.340	52.619.330	60.722.707
Intereses	35.834.466	30.561.578	24.476.664	17.454.674	9.351.297
Total	70.074.003	70.074.003	70.074.003	70.074.003	70.074.003

Fuente: Elaboración propia

5.8 Flujo Neto de Operación

El flujo que se muestra a continuación, manifiesta el beneficio que genera el proyecto por medio de su operación regular en el mercado, para su cálculo se halló la diferencia entre los ingresos y egresos operacionales, a lo que seguidamente se restaron los gastos asociados a la administración y ventas, se disminuye la pérdida de valor por concepto de amortización, luego se reducen los gastos incurridos por la financiación de la empresa, y finalmente se resta el egreso relacionado con el impuesto a la renta.

Tabla 62 Flujo neto de operaciones

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos operacionales	1.796.525.347	1.886.351.614	1.980.669.195	2.079.702.654	2.183.687.787
Egresos operacionales	1.515.936.768	1.590.235.547	1.668.249.265	1.750.163.669	1.836.173.794
Utilidad operacional	280.588.578	296.116.066	312.419.929	329.538.985	347.513.993
Gastos financieros	70.074.003	70.074.003	70.074.003	70.074.003	70.074.003
Utilidad antes de impuestos	210.514.575	226.042.063	242.345.926	259.464.981	277.439.990
Impuestos (32%)	67.364.664	72.333.460	77.550.696	83.028.794	88.780.797
UTILIDAD NETA	143.149.911	153.708.603	164.795.229	176.436.187	188.659.193
Depreciación	31.841.186	31.841.186	31.841.186	31.841.186	31.841.186
Amortización	1.880.000	1.880.000	1.880.000	1.880.000	1.880.000
Beneficio Neto	109.428.725	119.987.417	131.074.043	142.715.001	154.938.007

Fuente: Elaboración propia

5.9 Flujo Neto del Plan de Negocios

El flujo que se muestra a continuación, evidencia el valor neto que se espera que genere el proyecto empresarial a lo largo de los años proyectados, se compone de un flujo operativo que evidencia la cantidad de dinero en efectivo que generará la empresa a través de sus operaciones y el ejercicio de su actividad; para su cálculo se halló la diferencia entre el beneficio neto y las inversiones que resultan año tras año.

Tabla 63 Flujo neto del proyecto

Detalle	Años					
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Flujo neto de inversión	(387.818.899)	(4.953.252)	(5.200.915)	(5.460.960)	(5.734.008)	240.562.104
Flujo Neto de Operación		109.428.725	119.987.417	131.074.043	142.715.001	154.938.007
Total Neto del Proyecto	(387.818.899)	104.475.473	114.786.502	125.613.083	136.980.993	395.500.111

Fuente: Elaboración propia

5.10 Evaluación Financiera: VPN, TIR, RB/C

Tabla 64 Valor presente neto

	(387.818.899)
	104.475.473
	114.786.502
	125.613.083
	136.980.993
	395.500.111
VPN	63.876.443

Fuente: Elaboración propia

El Valor Presente Neto, conocido por sus siglas VPN, es un indicador de evaluación que consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que generará el proyecto sometido a análisis y los compara con el desembolso inicial para reconocer su viabilidad, su criterio de aceptación es que alcance un valor igual o superior a cero (Salinas, 2015). Como se logra evidenciar en la tabla el proyecto genera un VPN de \$63.876.443, valor que por ser superior a cero indica que el proyecto es viable y debe ser ejecutado, porque permite recuperar la inversión y ofrece un rédito a los inversionistas.

Tabla 65 Tasa interna de retorno

	(387.818.899)
	104.475.473
	114.786.502
	125.613.083
	136.980.993
	395.500.111
TIR	26,93%

Fuente: Elaboración propia

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los ingresos del proyecto con el valor actual de los egresos, y que hace que el VPN sea equivalente a cero, su criterio de aceptación es que si el resultado obtenido en este indicador es mayor a la tasa

de expectativa de los inversionistas el proyecto es financieramente atractivo (Mete, 2014). Vale la pena señalar que para el cálculo de la VPN se utilizó una tasa de descuento del 20% y se obtuvo una TIR de 26,93%, de manera que el proyecto genera una rentabilidad por encima de las expectativas de los inversionistas, por tanto, debe ponerse en marcha.

Tabla 66 Relación beneficio/costo

104.475.473	
114.786.502	
125.613.083	
136.980.993	
395.500.111	
877.356.162	387.818.899
R B/C	2,26

Fuente: Elaboración propia

La Relación Beneficio/Costo (RBC) se considera un indicador de apoyo en la toma de decisiones de proyectos de inversión porque reconoce la eficiencia distributiva de los costos, es decir, muestra si el costo del proyecto es mayor o menor a los beneficios que se obtendrán (Lara, 2017). Para el cálculo de este indicador se compararon las inversiones de la empresa con los beneficios asociados a su operación, y se obtuvo que por cada peso invertido se obtiene 1,26 pesos de ganancia, lo que significa que el proyecto es rentable, porque el valor que se obtiene es mayor al que se invierte.

6 Fuentes de Financiación

Las necesidades de financiación de la empresa corresponden al 60% de la inversión inicial, que en términos nominales corresponde a \$232.691.339, para lo cual, se acudirá a un préstamo en el Banco BBVA, en la línea de crédito de libre inversión, a una tasa de 15,40 puntos, con un periodo de amortización de 5 años. El 40% restante será aportado por los socios de la empresa en igualdad de condiciones.

Tabla 67 Financiación

Año	Cuota	Interés	Abono a capital	Saldo
-				232.691.339
1	70.074.003	35.834.466	34.239.537	198.451.802
2	70.074.003	30.561.578	39.512.426	158.939.376
3	70.074.003	24.476.664	45.597.340	113.342.037
4	70.074.003	17.454.674	52.619.330	60.722.707
5	70.074.003	9.351.297	60.722.707	-

Fuente: Elaboración propia

En la estructura de financiación actual no se han considerado préstamos adicionales a lo largo de los cinco años del horizonte de planeamiento; como se puede evidenciar la amortización de la deuda se calculó con una cuota fija y un abono a capital e interés variable, para que finalizando el quinto año la empresa se encuentre libre de obligaciones financieras.

7 Conclusiones

A continuación, se muestran las principales conclusiones de cada una de las etapas del proyecto de creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles ecológicos en el municipio de Lorica, Córdoba:

✓ Con la investigación de mercado desarrollada en el municipio de Lorica fue posible reconocer que existe un importante número de hombres y mujeres cabeza de hogar, que estarían dispuestos a comprar muebles elaborados a base de cartón reciclado, pues se obtuvo un porcentaje de aceptación del 89%, explicado principalmente en el interés de los ciudadanos en preservar los recursos naturales y participar en iniciativas que garanticen el respeto hacia los mismos. Esta aceptación dio lugar a una demanda insatisfecha de 13.334 muebles al año, un valor lo suficientemente alto, para considerar el lanzamiento de los productos al mercado. Sumado a lo anterior no existe actualmente en el mercado ninguna empresa que se dedique a la producción y/o comercialización de este tipo de productos, pues los competidores actuales utilizan como materia prima recursos sintéticos que afectan el equilibrio del planeta por su tiempo de degradación o agotan recursos naturales como los árboles.

✓ En el estudio técnico, se determinó el tamaño óptimo de la empresa, y se llegó a la conclusión que utilizando el 60% de la capacidad, la empresa podría alcanzar una producción de 10.368 muebles ecológicos, los cuáles serían distribuidos de la siguiente forma: 3.875 escritorios, 2.691 bibliotecas y 3.803 estantes, considerando la aceptación que obtuvieron cada uno de ellos en la investigación de mercado; con esta producción la empresa estaría en capacidad de satisfacer el 77,7% de la demanda insatisfecha. De igual modo se diseñó el proceso productivo, destacando la importancia de supervisar la calidad y durabilidad de los productos a lo largo de la cadena de

producción, la necesidad de seleccionar eficientemente a los proveedores y la importancia de verificar la calidad del material reciclado.

✓ Con relación al componente organizacional, se diseñó la estructura funcional y organizacional que más se ajusta a las necesidades de la empresa, resaltando la importancia de utilizar un esquema de contratación a término indefinido, para ofrecer mayor seguridad laboral y afianzar las relaciones de fidelidad entre la empresa y sus colaboradores. Así mismo, se seleccionó como figura jurídica la Sociedad por Acciones Simplificada, por los beneficios y la flexibilidad que ofrece durante la tramitación y constitución de la empresa; y se establecieron los lineamientos estratégicos que servirán de referente al personal de la empresa y que apuntan a la perdurabilidad, sostenibilidad y crecimiento de la empresa.

✓ La puesta en marcha de la empresa se encuentra ligada a una serie de beneficios sociales y económicos para el municipio de Lorica, dentro de los que vale la pena destacar la generación de empleos directos, la contribución tributaria, la creación de nuevos ingresos para los recicladores de la región, que son considerados individuos vulnerables, la disminución del riesgo de padecer las enfermedades respiratorias producidas por la inhalación de malos olores, entre otros. La contribución ambiental también es bastante significativa, puesto que la producción excesiva de residuos sólidos es una de las problemáticas ambientales de mayor incidencia en Colombia, y la empresa además de recuperar y reutilizar materiales que luego de un corto uso terminan en rellenos sanitarios o botaderos a cielo abierto, espera concientizar a la población loriquera en cuanto a las conductas que propician el deterioro del medio ambiente y los comportamientos que deben ejercer para evitarlo.

✓ Por último, se determinaron los recursos económicos y financieros necesarios para la constitución y puesta en marcha de la empresa, dando lugar a una inversión inicial de

\$387.818.899, los cuales serán obtenidos el 40% de financiación interna por aportaciones sociales y el 60% de un crédito bancario, obtenido con el Banco BBVA a una tasa de interés del 15,4% efectivo anual, para ser pagados en un periodo de cinco años, capitalizables anualmente. Posteriormente se determinaron los costos, gastos e ingresos de la empresa, se elaboró el flujo de caja y se obtuvo una VPN de \$ 63.876.443, una TIR de 26,93% y una RBC de 2,26, lo que quiere decir que el proyecto empresarial permitirá recuperar los recursos invertidos y obtener una rentabilidad considerable.

8 Recomendaciones

✓ La disminución de los residuos sólidos del municipio de Lorica es uno de los principales compromisos de la empresa, por lo que se sugiere realizar convenios con el gobierno municipal y efectuar mediciones periódicas sobre la cantidad de residuos producidos en el municipio y las razones que propician los incrementos o disminuciones que se hallen, para así diseñar estrategias cada vez más eficientes y proteger el planeta y la salud de los habitantes de la región.

✓ Considerando la importancia del componente ambiental, la empresa debe ser muy estricta en los procesos de selección de personal, dando especial importancia a la cultura ecológica de los candidatos y su visión ambiental. Y desarrollar capacitaciones constantes en materia de sostenibilidad ambiental, para que los empleados se encuentren actualizados y desarrollen sus funciones con métodos cada vez más sostenibles.

✓ La producción de la empresa se encuentra determinada en gran medida por la maquinaria y la mano de obra operativa, por lo que, si requiere aumentar las cantidades producidas, deberá considerar la inversión en maquinarias de mayor capacidad, o la contratación de personal extra que labore en jornadas distintas a la establecida.

✓ Se sugiere a la empresa promover el reciclaje en los hogares del municipio, utilizando promociones en donde los clientes puedan llevar cartones reciclados eficientemente y recibir un descuento en los muebles que deseen comprar.

✓ Para el primer año de operación se habla de estantes, bibliotecas y escritorios, pero la empresa puede ampliar su portafolio si tiene una buena aceptación en el mercado, por lo que los profesionales encargados de producción deben investigar y desarrollar nuevos productos que puedan elaborarse en este tipo de materiales, sin comprometer su funcionalidad y durabilidad.

9 Bibliografía

- Alcaldía Municipal de Lorica. (10 de Septiembre de 2019). *Nuestro Municipio*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Santa Cruz de Lorica: <http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- Álvarez, C. I., Navarrete, C. M., & Cedeño, D. M. (2019). Importancia de productos biodegradables en Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/productos-biodegradables-ecuador.html>.
- Arevalo, L. M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba –Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 14-24.
- Argoti, C. E. (2016). *Importancia de la planeación estratégica en las empresas*. Bogotá, D.C.: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15416/ValenzuelaArgotiCarlosErnesto2016.pdf.pdf?sequence=1>
- Banco Mundial. (06 de Marzo de 2019). *Convivir con basura: el futuro que no queremos*. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/03/06/convivir-con-basura-el-futuro-que-no-queremos>
- Banco Mundial. (2020). *Crecimiento de la población en Colombia (% anual)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.pop.grow?locations=CO>

Barbosa, L. A. (2019). *Proyectos de Inversión*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Benedetti, A. (2016). *Marketing en redes sociales, detrás de escena*. Argentina: AMDIA (Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64973461/marketing_en_redes_sociales_detras_de_escena_ariel_m_benedetti-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636730273&Signature=UPDF4BLg0fmdXdXwUI2lo7bOVSaeps0v8ISYTMcXBpoNpKvK0voftbHMCyxxB9OAM3VT-UiLjtPcUUqi4W6FhyphqVyJ

Bocanegra, G. D., Domínguez, J. I., & Valencia, B. D. (2016). *Guía general para la elaboración de un plan de negocios y obtención de fondos*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Caballero, C. G. (2020). *El reciclaje en la optimización del manejo de residuos sólidos domiciliarios, a través de la promoción de la participación ciudadana del Distrito de Llata, Provincia de Huamalíes, Región Huánuco, 2019*. Cerro de Pasco, Perú: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Obtenido de http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1811/1/T026_73480245_T.pdf

Camacho, E. G. (2018). *Definición de una estrategia para fortalecer el reciclaje de la Universidad Católica de Colombia*. Bogotá, D.C.: Universidad Católica de Colombia. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22444/1/Definici%C3%B3n%20de%20una%20estrategia%20para%20fortalecer%20el%20reciclaje%20en%20la%20Universidad%20Cat%C3%B3lica%20de%20Colombia.pdf>

- Cámara de Comercio. (2020). *Sociedad por Acciones Simplificada*. Obtenido de Cámara de Comercio: <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>
- Carvajal, C. Y., Granda, L. S., Villamar, I. B., & Hermida, L. H. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>.
- Castells, X. (2012). *Reciclaje de residuos industriales. Residuos sólidos urbanos y fangos de depuradora*. Madrid: Díaz de Santos.
- Castillejo, L. E. (2015). *Plan de negocios*. Lima, Perú: Editora Macro EIRL.
- Castillo, R. M. (2010). La importancia de la educación ambiental ante la problemática actual . *Revista Electrónica*, 97-111.
- Chávez, M. L., & Purihuamán, C. (2018). Impacto ambiental Generado por el Botadero de Residuos Sólidos en un caserío de la ciudad de Chota. *Revista de Investigación y Cultura*, 7(2), 1-10.
- Ciribeli, J., & Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión del Futuro*, 12 (9), 33-50.
- Contreras, D. L., & Hernández, L. F. (2016). *Propuesta para el manejo de los residuos sólidos generados en la plaza de mercado del casco urbano del municipio de La mesa Cundinamarca*. Bogotá: Universidad Libre.

- Coronel. (2015). *Glosario Medio Ambiental*. Obtenido de Departamento de Medio Ambiente:
<file:///C:/Users/Inspiron%2014%203467/Downloads/IM%20Coronel.%20Glosario%20Medio%20Ambiental%202015.pdf>
- Cuevasa, R. P., & Hernández, O. M. (2014). Importancia de la salud pública dirigida a la niñez y la adolescencia en México. *Boletín Médico del Hospital Infantil de México*, 126-133.
- Curcio, A. R., Blanco, N. P., & Gil, R. E. (2015). El reciclaje como alternativa de manejo de los residuos sólidos en el sector minas de Baruta, Estado Miranda, Venezuela. *Revista de Investigación*, 86 (39) , 157-170.
- DANE. (2019). *Principales resultados censales a nivel nacional, departamental y municipal por área total, cabeceras municipales, centros poblados y rural disperso CNPV 2018*. Bogotá, D.C.: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.
- Díaz, N. T. (2016). *Población y muestra*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Durán, Y. (2011). Administración del Capital de Trabajo: una herramienta financiera para la gerencia de las PyME tradicionales venezolanas. *Visión Gerencial*, núm. 1, 37-56.
 Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890008.pdf>
- Flórez, J. A. (2017). *Proyectos de inversión para las PYME, Cuarta edición*. Bogotá D.C.: ECOE Ediciones. Obtenido de
<https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=s9vDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=cuantificar+la+demand+es+importante+para+delimitar+el+tama%C3%B1o+y+no+incurrir+en+proyectos+sobredimensionados.+Estos+pueden+ocasionar+capacidad+ociosa+instalada+y+altos+costos>

- Fonseca, D. M. (2010). *Importancia del organigrama en una empresa*. Corporación Unificada Nacional. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53223180/IMPORTANCIA_DEL_ORGANIGRAMA_EN_UNA_EMPRESA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635871312&Signature=G0bGClfMgummjojOu--39q49q60XyWenobiBafdRNKVXGwgsfwjTtuLxwS24Mem5l3Y37eE15O515~QmJj~CpPGYXxhetx6ZViA~uNOXaX3Drb2Ix
- Gamboa, A. A. (2019). *Identificación de nuevas tecnologías de empaques biodegradables en la industria de alimentos con mayor potencial de desarrollo en Colombia*. Bogotá, D.C.: Fundación Universidad de América.
- Garces, S. (2012). *Glosario de términos para la gestión ambiental peruana*. Lima, Perú: Dirección General de Políticas, Normas e Instrumentos de Gestión Ambiental. Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54324772/Glosario-de-Terminos-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1636126365&Signature=SFe8NAjR9M5QOx-N8V3X2O95vIVUYkzFt94h64w0vAldR7iBBfGvYFDcnFPsEDRWldE4bwa4FXK6-LOIUCTqFho5aG3V8mUY5LPP7ZXfKPMga~JJ9SU8Hqyxp--VCAdpfVff6EQ>
- Godín, S. R. (2017). *Fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal en el departamento de Córdoba*. Montería, Córdoba: Artesanías de Colombia.
- Gonzáles, N., Parra, M., Aceves, J., & Figueroa, R. (2011). *La importancia de realizar un plan de negocios*. México: Trillas.
- González, L. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria S.A.

- Gual, M. C. (2015). *La contaminación ambiental, un tema con compromiso social*. Corporación Universitaria Lasallista. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pml/v10n1/v10n1a01.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación, Sexta edición*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Hernández, W. A., & Bautista, Z. Á. (2021). *Creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos para el hogar a base de cartón reciclado en el municipio de Lorica, Córdoba*. Montería, Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Horne, J. V. (2012). *Administración Financiera*. México: Pretice-Hall.
- Interiano, A. L. (2016). *Guía de las Tres erres ecológicas: reducir, reutilizar, reciclar como reglas para cuidar el medio ambiente, dirigida a los docentes del Instituto Nacional de Educación Básica de Villa Nueva*. Guatemala: Universidad de San Carlos Guatemala.
- Jiménez, I. C. (2017). *Sociedades mercantiles en Colombia, breve historia, desarrollo y tendencias actuales. Una perspectiva del derecho comparado*. Bogotá, D.C.: Universidad Católica de Colombia.
- Lara, I. J. (2017). Análisis del costo-beneficio, una herramienta de gestión. *Revista: CE Contribuciones a la Economía*.
- Larrave, A. (2015). *Multiplique sus oportunidades de negocios con Marketing de Contenidos*. NextLevel. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=DUvsBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7>

&dq=marketing+de+contenidos&ots=QTIKiSA7ov&sig=OWWa7lzKmRz6qMW2SHInf
7l6Abg&redir_esc=y#v=onepage&q=marketing%20de%20contenidos&f=false

Lett, L. (2014). Las amenazas globales, el reciclaje de residuos y el concepto de economía circular. *Revista Argentina de Microbiología*, 46(1), 1-2. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2130/213030865001.pdf>

Losada, F. A. (2019). *Plan de negocios para la empresa hogar.co para el diseño y venta de mobiliario para el hogar con kits de personalización*. Bogotá, D.C.: Universidad EAN.

Machicado, F. C., & Quiroga, M. G. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *Ventana científica Vol. 7. N° 11*, 29-33.

Malagón, M. D. (2011). *Medio Ambiente y Contaminación. Principios básicos*. Bilbao: Universidad del País Vasco. Obtenido de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16784/Medio%20Ambiente%20y%20Contaminaci%C3%B3n.%20Principios%20b%C3%A1sicos.pdf?sequence=6>

Melde, S. (2014). *Migración, Medio Ambiente y Cambio Climático: Datos Empíricos para la Formulación de Políticas (MECLEP)*. Organización Internacional para las Migraciones. Obtenido de https://www.iom.int/sites/g/files/tmzbd1486/files/migrated_files/Country/docs/MECLEP-Glossary-SP.pdf

Mete, M. R. (2014). Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides et ratio*, 67-85. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf

Moreno, J. (2018). Estudio de materiales precursores del reciclaje y sus atributos mecánicos con aplicación al diseño y fabricación de ladrillo ecológico. *Revista ambiental agua, aire y suelo*, 1-4.

OIT. (2015). *La importancia del empleo y los medios de vida en la agenda para el desarrollo con posterioridad a 2015*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

OMS. (08 de Mayo de 2018). *Contaminación del aire*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/household-air-pollution-and-health>

ONU. (Marzo de 2019). *Informe Anual 2018*. Recuperado el 13 de Agosto de 2020, de Organización de las Naciones Unidas: <https://www.unenvironment.org/es/noticias-y-reportajes/reportajes/onu-medio-ambiente-lanza-su-informe-anual-2018>

ONU. (2020). *Datos y cifras*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/actnow/facts-and-figures>

Ortiz, S. V. (2020). *Impactos ambientales generados por el deficiente manejo de residuos sólidos en el mercado modelo de Huánuco, 2019*. Huánuco, Perú: Universidad de Huánuco. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2514/TRINIDAD%20ORTIZ%2C%20SOUSET%20VIVIAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Páez, S. B. (2017). *La demanda y la oferta*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.

Pantoja, I. M. (2018). *Análisis de las PYMES del sector de muebles en Colombia a partir del ingreso de compañías y productos extranjeros*. Bogotá, D.C.: Universitaria Agustiniiana.

Obtenido de

<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/367/OspinaPantoja>

-IreneMarcela-

2018.pdf;jsessionid=BC3628F276EE879454C5C7F0899E99C7?sequence=1

Rendón, O. H. (2014). *Plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. México: Grupo Editorial Patria.

Richardson, N., Carroll, A., & Gosnay, R. (2014). *Guía de acceso rápido al marketing en redes sociales*. Ediciones Granica. Obtenido de https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=gmjKAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=marketing+en+redes+sociales&ots=HVAX-ljxDa&sig=xeOlScTpYOq7f5rtc6Tr4JqK4xQ&redir_esc=y#v=onepage&q=marketing%20en%20redes%20sociales&f=false

Rivera, C. (2019). Los Empaques Biodegradables, una respuesta a la consciencia ambiental de los consumidores. *Realidad Empresarial*, 1-7.

Rodríguez, J. A., Gálvez, S. S., & Landívar, J. (2016). Educación Ambiental. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 8(3), 184-187.

Salinas, R. J. (2015). Criterios para la toma de decisión en inversiones. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 101-117. Obtenido de <file:///C:/Users/Inspiron%2014%203467/Downloads/Dialnet-CriteriosParaLaTomaDeDecisionDeInversiones-5140002.pdf>

- Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios. (2019). *Informe de Disposición Final de Residuos Sólidos – 2018*. Bogotá, D.C.: Departamento Nacional de Planeación.
- Torres, M. F., Cordero, J. S., Fuentes, M. A., & Peláez, J. L. (2020). *El derecho a la salud en el oficio del reciclaje*. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7282/1/Soliz%20F-CON-055-El%20derecho%20a%20la%20salud.pdf>
- Umaña, J. C. (2015). *La gestión ambiental en Colombia, 1994-2014: ¿un esfuerzo sostenible?* Bogotá: Foro Nacional Ambiental.
- Vanegas, D., Ramón, A. A., & Lizarazo, A. K. (2017). Comunidad y cultura ambiental. Dinámicas de potenciación para un desarrollo sostenible y corresponsable. *Revista Ambiental*, 8(1), 22-26. Obtenido de http://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/RA/article/view/3269/1904
- Yucailla, E. D., Martínez, M. P., & Lara, G. F. (2020). El reciclaje de madera una herramienta para emprender y cuidar el planeta. *Innova Research Journal*, 5(1), 150-165. Obtenido de <file:///C:/Users/Inspiron%2014%203467/Downloads/Dialnet-ElReciclajeDeMaderaUnaHerramientaParaEmprenderYCui-7475480.pdf>

10 Anexos

Anexo 1 Cuestionario de la investigación de mercados

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Objetivo: determinar la factibilidad de mercado de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles ecológicos en el municipio de Lorica Córdoba, reconociendo la aceptación de los consumidores, sus preferencias y comportamiento de consumo. Este cuestionario es un ejercicio académico, las respuestas serán confidenciales y no se compartirán con terceros.

Edad: _____ **Género:** M _____ F _____ Otro _____ **Estrato:** _____

1. ¿Compra usted mobiliario para las estancias de su hogar?

a) Si

b) No

Si la respuesta anterior es negativa, continúe en la pregunta 5.

2. ¿Qué características hacen que prefiera este tipo de productos?

a) Precio

b) Calidad

c) Diseño

d) Materiales usados

e) Otro ¿cuál? _____

3. ¿En qué lugares suele comprar estos productos?

a) Tienda especializada

b) Almacenes de cadena

c) Distribuidor

d) Productor

e) Otro ¿cuál? _____

4. ¿Cuánto paga actualmente por unidad de mobiliario pequeño, como escritorios, mesas de noche, bibliotecas?

a) Entre \$100.000 y \$200.000

b) Entre 200.001 y 300.000

c) Entre 300.001 y 400.000

d) Más de 400.000

5. ¿Reconoce usted la importancia de la preservación del medio ambiente para el bienestar de la sociedad?

a) Si

b) No

6. ¿Reconoce usted los riesgos a la salud y el desequilibrio ecológico que genera la acumulación excesiva de residuos sólidos?

a) Si

b) No

7. ¿Reconoce los beneficios de la recuperación y reutilización de los productos de consumo masivo que se desechan rápidamente y tardan en degradarse?

a) Si

b) No

8. ¿Compraría usted muebles a base de cartón reciclado y recuperado, de alta durabilidad y con diseño personalizado?

a) Si

b) No

Si la respuesta anterior es negativa, finalice el cuestionario.

9. ¿Cuál de estos muebles le gustaría comprar?

- a) Mesas de noche
- b) Bibliotecas
- c) Escritorio
- d) Todos los anteriores
- e) Otro ¿cuál? _____

10. ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?

- a) Mensualmente
- b) Bimensual
- c) Trimestral
- d) Semestral
- e) Anual

11. De acuerdo con lo que indicó en la pregunta anterior ¿Cuál sería su promedio de compra?

- a) 1 unidad
- b) 2 unidades
- c) 3 unidades

d) 4 unidades

e) Más de 4 unidades

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos?

- a) Entre \$50.000 y \$100.000
- b) Entre 100.001 y 150.000
- c) Entre 150.001 y 200.000
- d) Más de 200.000

13. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?

- a) Redes sociales
- b) Volantes
- c) Radio
- e) Otro ¿cuál? _____

Anexo 2 Reglamento interno de trabajo

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

CAPÍTULO I

ART. 1º—El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa **ECOMUEBLES S.A.S**, domiciliada en el municipio de Santa Cruz de Lorica, Córdoba y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

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

- a) Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.
- b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.
- c) Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.

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

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

Período de prueba

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

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

ART. 5º—El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el período de prueba no podrá ser

superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

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

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

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

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

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

ART. 8°—Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a

continuación se expresan así:

Días laborables.

Personal administrativo

Lunes a sábado

Mañana:

7:00 a.m. a 12:00 m.

Hora de almuerzo:

12:00 m. a 2:00 p.m.

Tarde:

2:00 p.m. a 5:00 p.m.

Hora de entrada: 7:00 a.m.

Hora de salida: 5:00 p.m.

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

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

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

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

d) El empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m. (L. 789/2002, art. 51).

CAPÍTULO V

Las horas extras y trabajo nocturno

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

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

horas (6:00 a.m.).

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

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

ART. 12. —Tasas y liquidación de recargos.

1. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.

2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con alguno otro (L. 50/90, art. 24).

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

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

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

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

CAPÍTULO VI

Días de descanso legalmente obligatorios

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

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

2. Pero el descanso remunerado del seis de enero, diecinueve de marzo, veintinueve de junio, quince de agosto, doce de octubre, primero de noviembre, once de noviembre, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús, cuando no caigan en día

lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día. Cuando las mencionadas festividades caigan en domingo, el descanso remunerado, igualmente se trasladará al lunes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Vacaciones remuneradas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Permisos

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

funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

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

CAPÍTULO VII

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

ART. 25. —Formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.
2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del

Trabajo y las normas concordantes con estas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones. En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de 10 salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía.

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

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

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

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

Períodos de pago:

Quincenales, mensuales (uno de los dos o los dos).

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

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayores de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.
2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (CST, art. 134).

CAPÍTULO VIII

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

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

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

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

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

ART. 33. —Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

PAR.—El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro del programa de salud ocupacional de la respectiva empresa, que la hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o

relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (D. 1295/94, art. 91).

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

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

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

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

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

CAPÍTULO IX

Prescripciones de orden

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

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del

respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.

h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.

i) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

CAPÍTULO X

Orden jerárquico

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

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

CAPÍTULO XI

Labores prohibidas para mujeres y menores

ART. 40.—Queda prohibido emplear a los menores de dieciocho (18) años y a las mujeres en trabajo de pintura industrial, que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de

plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos pigmentos. Las mujeres sin distinción de edad y los menores de dieciocho (18) años no pueden ser empleados en trabajos subterráneos de las minas ni en general trabajar en labores peligrosas, insalubres o que requieran grandes esfuerzos (CST, art. 242, ords. 2º y 3º).

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

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

biológicos patógenos.

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

trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.

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

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

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

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

PAR.—Los trabajadores menores de 18 años y mayores de catorce 14, que cursen estudios técnicos en el Servicio Nacional de Aprendizaje o en un instituto técnico especializado reconocido por el Ministerio de Educación Nacional o en una institución del sistema nacional de bienestar familiar autorizada para el efecto por el Ministerio de la Protección Social, o que obtenga el certificado de aptitud profesional expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”, podrán ser empleados en aquellas operaciones, ocupaciones o procedimientos señalados en este artículo, que a juicio del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, pueden ser desempeñados sin grave riesgo para la salud o la integridad física del menor mediante un adecuado entrenamiento y la aplicación de medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. Quedan prohibidos a los trabajadores menores de 18 años todo trabajo que afecte su moralidad. En especial le está prohibido el trabajo en casas de lenocinio y demás lugares de diversión donde se consuman bebidas alcohólicas. De igual modo se prohíbe su contratación para la reproducción de escenas pornográficas, muertes violentas, apología del delito u otros

semejantes (D. 2737/89, arts. 245 y 246).

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

CAPÍTULO XII

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ART. 42. —Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados

en el artículo 24 de este reglamento.

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

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

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

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

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

11. Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada

por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que, si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.

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

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

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

ART. 43. —Son obligaciones especiales del trabajador:

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

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

3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles

que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.
6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.
7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
8. Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra (CST, art. 58).

ART. 44. —Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos, para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:
 - a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.
 - b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta del cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley los

autorice.

c) El Banco Popular, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 24 de 1952, puede igualmente ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salario y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley lo autoriza, y d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos del artículo 250 del Código Sustantivo de Trabajo.

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

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

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

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

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

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

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

9. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones, o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de estos, será imputable a aquél y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores. 10. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.

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

ART. 45. —Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.
5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores,

promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.

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

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

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

CAPÍTULO XIII

Escala de faltas y sanciones disciplinarias

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

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

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

- b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.
- c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.
- d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por 2 meses.

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

ART. 48. —Constituyen faltas graves:

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

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

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

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

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

CAPÍTULO XIV

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

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

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

PAR. —En la empresa **ECOMUEBLES S.A.**, no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

CAPÍTULO XV

Publicaciones

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

CAPÍTULO XVI

Vigencia

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

CAPÍTULO XVII

Disposiciones finales

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

CAPÍTULO XVIII

Cláusulas ineficaces

ART. 56.—No producirán ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales

sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (CST, art. 109).

CAPÍTULO XIX

Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimiento interno de solución

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

ART. 58. —En desarrollo del propósito a que se refiere el artículo anterior, la empresa ha previsto los siguientes mecanismos

1. Información a los trabajadores sobre la Ley 1010 de 2006, que incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley, particularmente en relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas atenuantes y el tratamiento sancionatorio.
2. Espacios para el diálogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa.
3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de:

- a) Establecer, mediante la construcción conjunta, valores y hábitos que promuevan vida laboral conviviente;
 - b) Formular las recomendaciones constructivas a que hubiere lugar en relación con situaciones empresariales que pudieren afectar el cumplimiento de tales valores y hábitos y
 - c) Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las personas, señalando las recomendaciones correspondientes.
4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere la empresa para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

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

1. La empresa tendrá un comité (u órgano de similar tenor), integrado en forma bipartita, por un representante de los trabajadores y un representante del empleador o su delegado. Este comité se denominará "comité de convivencia laboral".

2. El comité de convivencia laboral realizará las siguientes actividades:

- a) Evaluar en cualquier tiempo la vida laboral de la empresa en relación con el buen ambiente y la armonía en las relaciones de trabajo, formulando a las áreas responsables o involucradas, las sugerencias y consideraciones que estimare necesarias.
- b) Promover el desarrollo efectivo de los mecanismos de prevención a que se refieren los

artículos anteriores.

- c) Examinar de manera confidencial, cuando a ello hubiere lugar, los casos específicos o puntuales en los que se planteen situaciones que pudieren tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral.
- d) Formular las recomendaciones que se estimaren pertinentes para reconstruir, renovar y mantener vida laboral conviviente en las situaciones presentadas, manteniendo el principio de la confidencialidad en los casos que así lo ameritaren.
- e) Hacer las sugerencias que considerare necesarias para la realización y desarrollo de los mecanismos de prevención, con énfasis en aquellas actividades que promuevan de manera más efectiva la eliminación de situaciones de acoso laboral, especialmente aquellas que tuvieran mayor ocurrencia al interior de la vida laboral de la empresa.
- f) Atender las conminaciones preventivas que formularen los inspectores de trabajo en desarrollo de lo previsto en el numeral 2º del artículo 9º de la Ley 1010 de 2006 y disponer las medidas que se estimaren pertinentes.
- g) Las demás actividades inherentes o conexas con las funciones anteriores.

3. Este comité se reunirá por lo menos, una vez al mes, designará de su seno un coordinador ante quien podrán presentarse las solicitudes de evaluación de situaciones eventualmente configurantes de acoso laboral con destino al análisis que debe hacer el comité, así como las sugerencias que a través del comité realizaren los miembros de la comunidad empresarial para el mejoramiento de la vida laboral.

4. Recibidas las solicitudes para evaluar posibles situaciones de acoso laboral, el comité en

la sesión respectiva las examinará, escuchando, si a ello hubiere lugar, a las personas involucradas; construirá con tales personas la recuperación de tejido conviviente, si fuere necesario; formulará las recomendaciones que estime indispensables y, en casos especiales, promoverá entre los involucrados compromisos de convivencia.

5. Si como resultado de la actuación del comité, este considerare prudente adoptar medidas disciplinarias, dará traslado de las recomendaciones y sugerencias a los funcionarios o trabajadores competentes de la empresa, para que adelanten los procedimientos que correspondan de acuerdo con lo establecido para estos casos en la ley y en el presente reglamento.

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

Fecha: 17 de enero del 2022

Ciudad: Santa Cruz de Lorica

Departamento: Córdoba

Representante legal: Amaris Amador Ángel