

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.

Autores:

William Andrés Urango Hernández

Zurisaday Álvarez Bautista

Director:

Jorge Rafael García Paternina

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Lorica – Córdoba

Mayo 26 - 2021

Creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios para el hogar a base de cartón reciclado en el municipio de Lorica, Córdoba.

Autores:

William Andrés Urango Hernández

Zurisaday Álvarez Bautista

Director:

Jorge Rafael García Paternina

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Lorica – Córdoba

Mayo 26 - 2021

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por darnos salud, fuerza y el conocimiento, para cumplir nuestros objetivos, a nuestros padres por estar incondicionalmente con nosotros en los momentos buenos y malos, gracias por estar presentes en cada etapa de nuestras vidas y ayudarnos a llegar hasta este momento tan importante para nosotros y nuestros familiares.

Le damos gracias por su apoyo y comprensión incondicional, a nuestros tutores, que tanto nos han enseñado, muchas gracias realmente por el gran apoyo que hemos recibido por parte de cada uno de ellos.

Tabla de contenido

Introducción	15
Resumen ejecutivo	20
1 Referente Teórico y Conceptual	21
1.1 Marco teórico	21
1.1.1 Contaminación ambiental por residuos solidos.....	21
1.1.2 Contaminación por Cartón	24
1.1.3 Reciclaje	25
1.2 Marco conceptual	28
2 Módulo de Mercado.....	31
2.1 Producto	31
2.1.1 Características técnicas.....	32
2.1.2 Usos del producto	32
2.1.3 Beneficios	32
2.1.4 Productos sustitutos.....	33
2.1.5 Productos complementarios	33
2.2 Consumidor final.....	34
2.2.1 Segmentación del mercado.....	34
2.2.2 Características socioculturales	35
2.3 Delimitación del área geográfica.....	35

2.4	Análisis de la demanda.....	35
2.4.1	Diseño muestral	35
2.4.2	Validación del instrumento	37
2.4.3	Análisis de resultados de la investigación de mercados.....	37
2.4.4	Cálculo de la demanda actual.....	53
2.4.5	Proyección de la demanda.....	54
2.5	Análisis de la oferta.....	55
2.5.1	Determinación del tipo de demanda.....	55
2.6	Análisis de precios	56
2.7	Canal de comercialización	57
2.8	Imagen y eslogan.....	58
2.9	Estrategia de publicidad	58
3	Módulos Técnico y Organizacional.....	61
3.1	Tamaño del proyecto.....	61
3.2	Localización	63
3.2.1	Macrolocalización	63
3.2.2	Microlocalización.....	65
3.3	Distribución en planta	66
3.4	Proceso de producción	67
3.4.1	Descripción del proceso	67

3.5	Naturaleza jurídica	69
3.6	Misión.....	69
3.7	Visión	70
3.8	Principios y valores	70
3.9	Organigrama.....	71
3.10	Manual de funciones.....	72
4	Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental	80
4.1	Impacto social	80
4.2	Impacto Económico.....	81
4.3	Impacto ambiental	83
5	Módulo Financiero	86
5.1	Inversiones fijas.....	86
5.2	Inversiones diferidas	89
5.3	Distribución de costos	90
5.4	Punto de equilibrio	96
5.5	Capital de trabajo	97
5.6	Flujo neto de inversión.....	98
5.7	Proyecciones financieras	99
5.8	Flujo neto de operación	101
5.9	Flujo neto del plan de negocios.....	102

5.10	Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C.....	103
5.10.1	Valor Presente Neto (VPN).....	103
5.10.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)	104
5.10.3	Relación Beneficio/Costo (RB/C)	105
6	Fuentes de financiación	106
7	Conclusiones.....	107
8	Recomendaciones	109
9	Bibliografía.....	110
10	Anexos	119

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Segmentación del Mercado.....	34
Tabla 2 Edad	37
Tabla 3 Género.....	38
Tabla 4 Estrato	39
Tabla 5 ¿Compra usted accesorios decorativos para su hogar?	40
Tabla 6 ¿Qué características hacen que prefiera el producto?	41
Tabla 7 ¿En qué lugares suele comprar este producto?	42
Tabla 8 ¿Reconoce la importancia del cuidado del medio ambiente para su bienestar y el de la sociedad en general?	43
Tabla 9 ¿Reconoce usted los impactos negativos del cartón para el medio ambiente?	44
Tabla 10 ¿Sabía usted qué hay materiales que se pueden recuperar y reutilizar para la fabricación de nuevos productos?	45
Tabla 11 ¿Compraría usted accesorios decorativos a base de cartón reciclado para contribuir a la protección del medio ambiente?	46
Tabla 12 ¿Cuál de estos accesorios decorativos le gustaría comprar?.....	48
Tabla 13 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?.....	49
Tabla 14 De acuerdo con lo que indicó en la pregunta anterior ¿Cuál sería su promedio de compra?.....	50
Tabla 15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos fabricados con material reciclado?	51
Tabla 16 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?	52

Tabla 17 Consumidores potenciales	53
Tabla 18 Demanda Actual	54
Tabla 19 Proyección de la demanda actual.....	55
Tabla 20 Determinación del tipo de demanda	55
Tabla 21 Análisis de precios	56
Tabla 22 Maquinaria y equipo	61
Tabla 23 Tiempos de producción.....	61
Tabla 24 Tiempo laborado mensual.....	62
Tabla 25 Tiempo laboral anual	62
Tabla 26 Capacidad Instalada	63
Tabla 27 Macrolocalización.....	64
Tabla 28 Microlocalización	65
Tabla 29 Manual de funciones gerente general	72
Tabla 30 Manual de funciones auxiliar administrativo.....	73
Tabla 31 Manual de funciones director financiero	74
Tabla 32 Manual de funciones director operativo	75
Tabla 33 Manual de funciones operarios	76
Tabla 34 Manual de funciones director comercial.....	77
Tabla 35 Manual de funciones asistencial	78
Tabla 36 Manual de funciones administrativo.....	79
Tabla 37 Inversión en obras físicas.....	87
Tabla 38 Inversión en maquinaria y equipo.....	87
Tabla 39 Inversión en equipo de computación y comunicación.....	88

Tabla 40 Inversión en muebles y enseres	88
Tabla 41 Inversión en activos intangibles.....	90
Tabla 42 Costo de mano de obra.....	90
Tabla 43 Costo de materiales primer año de operación.....	91
Tabla 44 Costo de servicios primer año de operación	91
Tabla 45 Gasto por depreciación	92
Tabla 46 Remuneración al personal administrativo.....	94
Tabla 47 Otros gastos administrativos.....	94
Tabla 48 Gastos de venta	95
Tabla 49 Amortización de gastos diferidos	95
Tabla 50 Distribución de costos.....	95
Tabla 51 Margen de contribución	96
Tabla 52 Punto de equilibrio.....	96
Tabla 53 Cálculo del capital de trabajo.....	97
Tabla 54 Inversión en capital de trabajo	97
Tabla 55 Programa de inversión fija del proyecto	98
Tabla 56 Programa de inversión	98
Tabla 57 Valor residual de activos.....	99
Tabla 58 Flujo neto de inversiones	99
Tabla 59 Presupuesto de ingresos	100
Tabla 60 Presupuesto de costos de producción.....	100
Tabla 61 Presupuesto de gastos de administración.....	100
Tabla 62 Presupuesto de gastos de venta	101

Tabla 63 Presupuesto de costos operacionales	101
Tabla 64 Presupuesto de gastos financieros.....	101
Tabla 65 Flujo neto de operaciones	102
Tabla 66 Flujo neto del proyecto	103
Tabla 67 Valor presente neto	104
Tabla 68 Tasa interna de retorno	104
Tabla 69 Relación beneficio/costo.....	105
Tabla 70 Características del crédito	106
Tabla 71 Amortización de la deuda	106

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Edad.....	38
Figura 2 Género	39
Figura 3 Estrato.....	40
Figura 4 ¿Compra usted accesorios decorativos para su hogar?.....	41
Figura 5 ¿Qué características hacen que prefiera el producto?.....	42
Figura 6 ¿En qué lugares suele comprar este producto?.....	43
Figura 7 ¿Reconoce la importancia del cuidado del medio ambiente para su bienestar y el de la sociedad en general?	44
Figura 8 ¿Reconoce usted los impactos negativos del cartón para el medio ambiente?.....	45
Figura 9 ¿Sabía usted qué hay materiales que se pueden recuperar y reutilizar para la fabricación de nuevos productos?	46
Figura 10 ¿Compraría usted accesorios decorativos a base de cartón reciclado para contribuir a la protección del medio ambiente?	47
Figura 11 ¿Cuál de estos accesorios decorativos le gustaría comprar?	48
Figura 12 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?	49
Figura 13 De acuerdo con lo que indicó en la pregunta anterior ¿Cuál sería su promedio de compra?.....	50
Figura 14 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos fabricados con material reciclado?	51
Figura 15 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?	52
Figura 16 Canal de Comercialización.....	57

Figura 17 Imagen y slogan.....	58
Figura 18 Distribución en planta.....	66
Figura 19 Proceso de producción.....	67
Figura 20 Organigrama	71

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo 1 Cuestionario de investigación de mercados	119
Anexo 2 Reglamento interno de trabajo	122

Introducción

La sociedad actual asiste a un modelo de bienestar en el que prima la posesión y acumulación de bienes, dejando de lado el razonamiento y proliferando el consumismo entre las personas desde muy temprana edad, este creciente consumismo se encuentra íntimamente ligado a la producción de desechos o residuos sólidos y afecta drásticamente el medio ambiente, porque “la industrialización y el consumismo desmesurado, alteran el equilibrio ecológico del planeta, afectan la salud de las poblaciones y constituyen una de las principales problemáticas que enfrenta actualmente la humanidad” (Huerta, 2015, pág. 9).

De acuerdo con el (Banco Mundial, 2019), a nivel global se producen más de 2.100 millones de toneladas de desechos cada año, debido a la rápida urbanización, el crecimiento de la población y el desarrollo económico. El panorama para América Latina es más preocupante, según cifras de la (ONU, 2018), cada latinoamericano genera un kilo de basura al día y la región en general 541.000 toneladas, lo que representa alrededor de un 10% de la basura mundial, cifra que aumentará un 25% para el año 2050.

En el caso específico de Colombia, (Monterrosa, 2019), indica que se generan aproximadamente 11,6 millones de toneladas de residuos sólidos al año, y su acumulación se está convirtiendo en un verdadero problema de salud, ya que a muchos rellenos sanitarios se les acabó la vida útil; la descomposición y percolación de residuos sólidos, constituyen parte de la contaminación de los recursos agua, suelo y aire, y se convierte en un riesgo en la salud de los segregadores, animales y seres humanos que habitan cerca del botadero (Champi & Villalba, 2014).

En correspondencia con lo anterior, (Gonzales, et al., 2014) afirma que muchas enfermedades han aumentado de manera importante en las últimas décadas, principalmente las

enfermedades crónicas, las cuales estarían asociadas a contaminantes ambientales que pueden estar contenidos en el agua y en el aire. En consecuencia, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), afirma que cada año, ocurren 3,8 millones de defunciones prematuras, debido a enfermedades no transmisibles, que son atribuibles a la exposición al aire contaminado; con respecto al agua contaminada (OMS, 2019), sostiene que puede transmitir enfermedades como la diarrea, el cólera, la disentería, la fiebre tifoidea y la poliomielitis, y provoca más de 502 000 muertes por diarrea al año.

Ahora bien, las consecuencias del desequilibrio ecológico producido por la acción del ser humano durante las últimas décadas, ha suscitado la preocupación de la industria y la sociedad en general, y ha dado lugar al desarrollo de prácticas orientadas en el cuidado y la preservación del medio, como el reciclaje, el cual permite, desde el punto de vista de (Curcio, Blanco, & Gil, 2015) aprovechar los recursos naturales de manera sostenible, fortalecer la cultura ambientalista de la humanidad, clasificar los residuos desde el origen y suministrarle una disposición final adecuada.

A este respecto (Arce, 2018), sugiere que el mundo ha comprendido que para poder avanzar en su desarrollo económico, es necesario adquirir una conciencia ecológica. Y según el (Ministerio de Ambiente, 2019), la reutilización y recuperación de materiales en el país ha mostrado un comportamiento positivo durante los últimos años, para el año 2017 se reciclaron alrededor 500.000 toneladas/año entre vidrio, cartón, papel chatarra y la mayoría de plástico, y para el año 2018 el país aprovechó 690.000 toneladas de manera efectiva. pero se requiere un mayor impulso y sensibilización, por lo que la industria debe ser capaz de dimensionar la diversidad de productos provenientes del reciclado e introducirlos al mercado para concientizar a los consumidores y ofrecer alternativas que respeten el equilibrio ambiental.

Por otra parte, es necesario señalar que uno de los residuos sólidos que se caracteriza por ser un enorme contaminante, es el cartón, material que es usado comúnmente en los procesos y actividades cotidianas, (Ramon & Moreno, 2018) indican que este material es ampliamente utilizado en la industria alimenticia para la conservación y almacenamiento de los alimentos, sin embargo, el tiempo que tarda en descomponerse es de aproximadamente cien años y para su fabricación se explotan recursos de suma importancia para el medio, como los árboles, lo cual afecta drásticamente el equilibrio del medio ambiente y los seres vivos que habitan en él.

No obstante, el consumo de cartón ha ido en crecimiento durante los últimos años, (CESCE, 2019) manifiesta que esto se debe principalmente a las necesidades en los mercados emergentes, el auge del comercio electrónico y la creciente demanda de bienes, dando lugar a una proyección de 490 millones de toneladas demandadas en el ejercicio 2030. Con relación al reciclaje de este material, las cifras de Colombia son alentadoras, ya que su categoría fue la más aprovechada por la industria de reciclaje durante el año 2018, representando el 53% del total recuperado, lo que se debe principalmente a la implementación de la responsabilidad del productor para la gestión de estos residuos (Ministerio de Ambiente, 2019).

Ahora bien, el municipio de Lorica, conocido a nivel nacional como la Ciudad Antigua y Señorial, es uno de los municipios del departamento de Córdoba con mayor población, de acuerdo con el (DANE, 2019) asciende a 115.461 habitantes; a través de la investigación participativa, ha sido posible reconocer que el municipio no cuenta con un lugar de disposición final de residuos sólidos que pueda catalogarse como relleno sanitario, de modo que los desechos son depositados en botaderos a cielo abierto, que como se mencionó con anterioridad por su elevada toxicidad pueden causar severos problemas al ambiente, y al principal recurso hídrico de

la región (Rio Sinú), generando focos infecciosos a la población, ya que estas aguas son utilizadas para riego, consumo y uso pecuario.

Del mismo modo, ha sido posible identificar que en la actualidad no existen empresas dedicadas a la actividad del reciclaje y recuperación de materiales como el cartón, las principales industrias de la región se encuentran en el municipio de Montería, y su alcance dentro del municipio de Lorica es bastante limitado. Sumado a ello, existe poca sensibilización en los habitantes del municipio, en materia de selección, recuperación y tratamiento de este tipo de residuos; de manera que se considera imperativo proponer acciones que promuevan una conciencia ambientalista y contribuyan a la disminución de la producción de residuos sólidos, a través del reciclaje de materiales como el cartón que por su composición permiten ser reutilizados.

Por lo tanto se propone la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos para el hogar a base de cartón reciclado, esta empresa estará orientada en la reducción de la contaminación ambiental del municipio, aprovechando económicamente los residuos sólidos segregados, mediante programas de recuperación y reutilización. Lo que además de contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la población, permitirá crear espacios más propicios para las actividades turísticas que comúnmente se desarrollan en el municipio.

A partir de lo anterior, el presente trabajo tiene como objetivo determinar la factibilidad de la creación de la empresa mencionada, para cumplir con ello, inicialmente se desarrolló un estudio de mercado, que permitió reconocer que existe un número de potenciales consumidores del producto en el municipio, y la mayoría de ellos considera oportuna la puesta en marcha de la empresa y su propuesta de valor para el medio ambiente; posteriormente se definieron las

características técnicas y organizacionales de la empresa, como tamaño óptimo, localización, infraestructura, recurso humano, funciones, entre otros; se evaluó el impacto económico, social y ambiental de la constitución y funcionamiento de la empresa en el entorno seleccionado, y se obtuvieron resultados altamente satisfactorios; y finalmente se determinó que la empresa es factible desde el punto de vista financiero, pues genera un beneficio que permite recuperar la inversión y obtener una utilidad adicional.

La investigación se sustentó en un enfoque mixto, que como manifiestan (Hernández Sampieri & Mendoza, 2018), “representa la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p.534). En la investigación en curso se pretende establecer si existe o no, un número considerable de personas dispuestas a consumir el bien que se ofrece, para lo cual se recolectarán datos relacionados con las cantidades consumidas y la frecuencia de consumo de la población, y se analizarán las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, lo que se considera de enfoque cuantitativo; pero también será necesario identificar las características, preferencias, expectativas y necesidades de los potenciales consumidores, por lo que se utilizará también el enfoque cualitativo.

Resumen ejecutivo

Nombre de la empresa: DECORABLES BIC

Ubicación: Santa Cruz de Lorica, Córdoba.

Producto: Accesorios decorativos para el hogar

Oportunidad de negocio: la oportunidad de negocio se origina en la necesidad de los consumidores de disminuir la producción de residuos sólidos como el cartón, que, si no reciben una gestión apropiada, puede incidir de manera directa en la calidad de vida de la población, ya que la contaminación por residuos sólidos se convierte en un elemento de toxicidad para el aire, agua y suelo y puede dar lugar a diferentes enfermedades e incluso provocar la muerte. Así mismo, los productos se caracterizarán por su diferenciación, creatividad, durabilidad y la originalidad de sus diseños. De manera que los clientes no solo obtendrán un producto que les permitirá decorar sus espacios interiores y exteriores, sino también participar en programas de recuperación y reutilización de residuos sólidos y contribuir al equilibrio ecológico del planeta.

Inversión total: 335.221.182

VPN: 114.804.313

Tasa de rentabilidad: 34,13%

RB/C: 2,64

1 Referente Teórico y Conceptual

1.1 Marco teórico

1.1.1 Contaminación ambiental por residuos sólidos

La contaminación por residuos sólidos ha sido un tema ampliamente debatido durante los últimos años, y ha provocado preocupación en la mayoría de los países del mundo, como manifiesta (Ramón, Luna, & Castillo, 2017), por causa de la cantidad de residuos sólidos que se producen a diario, su inadecuada disposición final, la difícil y compleja realidad de los trabajadores informales de la basura, el cambio climático, esta temática se ha convertido en uno de los principales puntos de discusión de las agendas gubernamentales.

Sin embargo, para reconocer la magnitud de la problemática, será necesario en primera instancia contextualizar al lector, acerca de la definición del término estudiado; según (Curcio, Blanco, & Gil, 2015) los residuos sólidos llamados comúnmente basura, desperdicio o residuos, son materiales o productos generados por la actividad humana, que son desechados tras su vida útil porque se consideran inútiles, indeseables o desechables, es decir, son considerados como un producto sin valor, pero no necesariamente por ser inservibles, tener mal olor o ser repugnantes, ya que esto depende de su origen y composición.

Siguiendo con este argumento, la acumulación de estos residuos es bastante común en las diferentes ciudades del mundo, y se ha visto potenciada principalmente por nuevos modelos de consumo que dan lugar a patrones insostenibles de producción, como sostiene (Salgado & Aguilar, 2014), “la sociedad cambió de ser una sociedad que consume para vivir a una que consume por satisfacción, la sociedad al tener una mayor facilidad de comprar bienes y servicios, gasta y consume sin medir las consecuencias” (p.24). lo anterior ha provocado una creciente

acumulación de residuos sólidos, que si no son tratados de forma eficiente pueden provocar efectos negativos en el medio ambiente y la sociedad.

Las cifras relacionadas con esta producción a escala mundial son cada vez más preocupantes, de acuerdo con el informe del (Banco Mundial, 2018), para el año 2018 en el mundo se generaron aproximadamente 2.010 millones de toneladas de desechos sólidos municipales y por lo menos el 33 % de ellos no recibían una gestión adecuada que reduzca su riesgo. Así mismo, la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2019), estima que una tercera parte de los residuos sólidos del mundo se arrojan al aire libre y sólo se recupera la quinta parte de ellos por medio del reciclaje.

En América latina la problemática es crítica, la generación de desechos sólidos aumenta de manera progresiva, como indica la (ONU, 2018), para el año 2017 la generación en Latinoamérica alcanzó una cifra de 540 mil toneladas diarias por persona, y en el año 2018 este valor aumentó a 541 mil toneladas, que representan en términos porcentuales el 10% de la basura mundial. Sumado a ello, los rellenos sanitarios de la región han disminuido su vida útil como expresa la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2019), la situación de los rellenos sanitarios de América latina es preocupante, con el consecuente incremento de la contaminación hay menos espacio en los rellenos y menores terrenos disponibles para la creación de nuevos; lo anterior puede propiciar que los ciudadanos busquen nuevos rellenos sanitarios o alternativas para la eliminación de desechos, que pueden traducirse en disposiciones inadecuadas.

El panorama para Colombia es el mismo, los rellenos sanitarios están a punto de desbordar su capacidad de almacenamiento, (Ambiente, 2020), dio a conocer que durante los últimos años se ha presentado un deterioro progresivo de los rellenos sanitarios del país, que

además de tener que lidiar con el impacto ambiental y con los líquidos contaminantes de las basuras que afectan la salud, han tenido que enfrentar el creciente aumento de residuos que ha provocado que se conviertan en botaderos a cielo abierto. Lo anterior no solo perjudica a las comunidades que viven en los territorios donde se ubican estos botaderos, sino a la población en general, como manifiestan (Alcalá, Torres, Santiago, & Pineda, 2012), dentro de los efectos más representativos de este tipo de problemas, se encuentran la insalubridad, enfermedades infectocontagiosas, contaminación de las aguas superficiales, del aire, de los mantos freáticos, de los suelos, emisión de gases de efecto invernadero, entre otros, que si no son tratados con premura podrían provocar enormes focos de contaminación, capaces de deteriorar la calidad de vida de la población de manera drástica.

Así mismo, el (Banco Mundial, 2018), manifiesta que la gestión inadecuada de los desechos que se evidencia en muchos países del mundo está produciendo la contaminación de los océanos, obstruyendo los drenajes, transmitiendo enfermedades, causando inundaciones, aumentando las afecciones respiratorias por causa de la quema, perjudicando a los animales, provocando el cambio climático, etc. Por su parte, la Organización Mundial de la Salud (OMS, La contaminación causa siete millones de muertes en el mundo, 2019), dio a conocer que como consecuencia de los diferentes problemas de contaminación atmosférica que se presentan a nivel mundial, 9 de cada 10 personas respiran aire contaminado y cerca de 7 millones mueren cada año por la exposición a las partículas contenidas en este.

De ahí que, la gestión de los residuos sólidos, es un factor determinante de la calidad de vida de la humanidad y la repercusión social del problema de contaminación es indudable, pero también se constituye como un reto de suma importancia para países en vía de desarrollo como Colombia, (Contreras J. C., 2015), afirma que la forma en que se efectúan en el país los servicios

de recolección, reaprovechamiento y/o eliminación de residuos es deficiente, lo que provoca la generación de una serie de cadenas en la disposición final, una de ellas se presenta cuando, una vez producidos los desechos y ante la ausencia del servicio de recolección, los generadores los depositan en el lugar más cercano, (ríos, barrancos, lotes baldíos u orillas de calle).

1.1.2 Contaminación por Cartón

Uno de los residuos sólidos que ha logrado la mayor atención de las instituciones, individuos y gobiernos, es el polietileno tereftalato (PET), definido por (Elias & Jurado, 2012) como un polímero, termoplástico, producido por la polimerización del etilenglicol con ácido tereftálico, que forma parte de la familia de los poliésteres; ya que su uso extensivo en la industria y los largos años que tarda para descomponerse han despertado el interés en su recuperación y reutilización.

Sin embargo, existen otros desechos altamente contaminantes y perjudiciales, que aunque su periodo de descomposición sea más corto que materiales como el PET, durante su proceso de fabricación causan mayor afectación al medio ambiente, tal es el caso del papel y el cartón; como indica (Olivares & Rivera, 2016), resulta que el plástico tarda más que el papel en descomponerse, pero los efectos sobre el ambiente de producir uno y otro no son iguales, ya que el polimérico es una celulosa que también se puede obtener a partir de papel reciclado y desechos de tela, de manera que el costo energético y el impacto ambiental de fabricar plástico es mucho menor que el asociado a la producción de papel y cartón, y el tiempo que tarda en descomponerse este último es no menor a cien años.

A este respecto (Rosero, 2020), considera que el uso del papel y el cartón se han convertido en un enorme detonante para la contaminación del medio ambiente, generando una explotación masiva de árboles, desequilibrio ecológico por el desbroce, la pérdida de

biodiversidad, el aumento de dióxido de carbono, y un consumo energético y de agua bastante considerable, y los productos elaborados a base de estos materiales se encuentran de manera cotidiana en cualquier hogar, de manera que su uso masivo los convierte en materiales reciclables, que necesitan ser separados en la emergencia sanitaria para un posterior proceso de recuperación .

En relación con la producción de cartón, (Ramon & Moreno, 2018), argumentan que este material es ampliamente utilizado en la industria alimenticia para la conservación y almacenamiento de los alimentos, de manera que su consumo ha ido en crecimiento durante los últimos años y predomina como desecho en oficinas y casas. Desde el punto de vista de (CESCE, 2019), el consumo de cartón se ha visto potenciado por las necesidades en los mercados emergentes, el auge del comercio electrónico y la creciente demanda de alimentos para llevar y bienes de consumo de marcas, que han dado lugar a una proyección de 490 millones de toneladas demandadas en el ejercicio 2030.

1.1.3 Reciclaje

Bajo estos antecedentes, la sociedad ha logrado reflexionar acerca de la influencia que tiene su comportamiento y ser cada vez más conscientes de sus limitaciones y de los cambios que su conducta puede introducir al ambiente, y que podrían gestar alteraciones al equilibrio que hace posible la vida; así mismo, la industria ha constituido una prioridad ineludible a la sociedad y el medio ambiente, convergiendo en lo que se conoce como sustentabilidad, como deduce (Paucar, Sánchez, Bermúdez, & Yépez, 2018), las empresas han logrado reconocer que la promoción del desarrollo humano y la protección de la naturaleza no se contradicen con el crecimiento económico, sino que lo orientan por el sendero de la sustentabilidad, de manera que

han enfocado sus esfuerzos en la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer el bienestar de las generaciones futuras.

Siguiendo con este argumento, actualmente se reconoce que la protección del medio ambiente es indispensable para la supervivencia, porque su deterioro se encuentra íntimamente ligado a la disminución de la calidad del agua, el suelo, el aire, los recursos que estos proveen y por lo tanto la calidad de vida del ser humano; y durante los últimos años, se han desarrollado actividades orientadas a la preservación y cuidado del medio ambiente, dentro de las que destaca el reciclaje, definido por (Castells, 2012), como “una operación que permite recuperar, transformar y elaborar un material a partir de residuos, para aprovecharse, desde el mismo uso hasta otra aplicación, reduciendo los problemas en el manejo de rellenos sanitarios, impactos por contaminación y problemas de salud” (p.11). Esto es, una forma de producción alternativa, cuyo propósito es reutilizar aquellos productos o materiales que son considerados inútiles por quien los desecho, pero que pueden ser convertidos en un nuevo producto.

Es válido destacar que, el reciclaje ocupa un lugar cada vez más preponderante en la sociedad, potenciado por el desarrollo tecnológico, que como aluden (Paucar, Sánchez, Bermúdez, & Yépez, 2018), permite que esta industria pueda convertirse en la encargada de suministrar materias primas para la fabricación de muchos artículos de consumo diario y/o equipos de larga duración; de manera que además de ser un enorme contribuyente en la protección del medio ambiente, le concede a las empresas la oportunidad de ahorrar los recursos minerales y la energía, y de disminuir los costos de adquisición de materia prima.

Dentro de los beneficios más significativos de esta actividad, (Curcio, 2015), citando a Ruston y Denisson (1997) destaca los siguientes:

- ✓ Beneficios económicos para la industria que puede obtener materia prima más barata.

- ✓ Rentabilidad alternativa para la economía de las ciudades que practican esta actividad, justificada con la infraestructura, logística y capacidad de inversión para el tratamiento del material reciclado.

- ✓ Mayores fuentes de empleo y mejor calidad de vida para quienes se dediquen a la actividad del reciclaje.

- ✓ Promueve el respeto por la naturaleza.

- ✓ Beneficia la conservación de la energía, porque se requiere menos para hacer los productos provenientes del reciclaje.

- ✓ Evita los costos de disposición de desechos en los rellenos sanitarios.

- ✓ Disminuye el volumen de basura que se dispone a los rellenos sanitarios.

- ✓ Reduce la contaminación y fortalece la conservación de los recursos naturales.

Ahora bien, para lograr la recuperación o el reciclado de los diferentes componentes de un material o producto contenido en la basura, es indispensable que la cultura de la sociedad cambie, que adquiera nuevos hábitos de compra, en donde se dé prioridad a la reducción de residuos y se realice una separación selectiva de los distintos tipos de desechos, como sugieren (Olivares & Rivera, 2016), el reciclaje obliga a un cambio en la forma de usar los recursos, así como en la forma de desecharlos y en la manera de recuperarlos y reutilizarlos, a través de una correcta sensibilización, los habitantes de una población podrán comprender la contribución significativa del reciclaje para la disminución de los residuos y desarrollarán actividades que promuevan un proceso eficiente para el tratamiento de los residuos, tanto industriales como domésticos.

Así mismo, el reciclado de papel y cartón es una medida eficaz que ayuda a la protección del medio ambiente, pues, como se mencionó con anterioridad permite disminuir el gasto

energético que se efectúa durante su fabricación y controlar problemas de residuos, puesto que, se estima que en promedio “el 14% de los residuos de un relleno sanitario están compuestos de cartón y papel, mientras que los materiales plásticos representan el 10% del peso y un 20% en volumen” (Olivares & Rivera, 2016).

1.2 Marco conceptual

Contaminación: es 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); la presente propuesta de creación de empresa está enfocada en reducir la contaminación ambiental que experimenta la sociedad en la actualidad, a través del desarrollo de productos sostenibles con materia prima reciclada, que permitan minimizar el impacto de las basuras en el suelo, agua y aire.

Residuo sólido: es cualquier producto, materia o sustancia, resultante de la actividad humana o de la naturaleza, que ya no tiene más función para la actividad que lo generó (Contreras & Hernández, 2016); con este término se hace alusión principalmente al material que se pretende transformar (cartón), cuyo uso es cotidiano en los hogares, y su rápido desecho provoca enormes problemas de contaminación.

Recolección de residuos sólidos: conjunto de actividades que incluye la recogida y transporte de los residuos sólidos desde los sitios destinados para su depósito o almacenamiento por parte de los generadores hasta el lugar donde serán descargados (Sáez & Urdaneta, 2014); teniendo en cuenta la importancia de este proceso para el bienestar de la sociedad, es necesario diseñar medidas de prevención y aprovechamiento de los residuos sólidos para disminuir su generación.

Generación: la primera etapa del ciclo de vida de los residuos es el momento en que éstos son generados como un elemento o material sobrante de alguna actividad determinada (Contreras & Hernández, 2016), se refiere al proceso a través del cual los individuos luego del consumo, desechan los materiales o productos por considerarlos inútiles o desechables.

Reutilización: es una etapa de las tres erres en ecología y cuidado del medio ambiente, que consiste en darle un nuevo empleo a los objetos o mercancías, una vez estos ya han cumplido con su función primaria (González, 2008), a través de la creación de la empresa propuesta, se espera reutilizar un material de alto impacto para el medio ambiente, que durante su proceso de fabricación requiere de una considerable cantidad de recursos naturales y un enorme consumo energético.

Degradabilidad: Capacidad de descomposición química o biológica que poseen las sustancias y los suelos (Coronel, 2015), con este término se hace alusión a la capacidad o el tiempo que tardan los desechos arrojados al suelo en desaparecer o desintegrarse dentro de este.

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); esta estrategia es el pilar fundamental de la propuesta objeto de estudio, ya que de ella depende la fabricación de los accesorios para el hogar a base de cartón reciclado.

Relleno sanitario: Es una técnica de disposición de residuos sólidos muy utilizada, que consiste en la disposición de capas de basura compactadas sobre un suelo previamente impermeabilizado para evitar la contaminación del acuífero y recubiertas por capas de suelo (Ullca, 2006), este término se utiliza para hacer referencia a los espacios que se utilizan comúnmente en Colombia para dar disposición final a los residuos sólidos.

Disposición final: es el proceso de aislar y confinar los residuos sólidos en forma definitiva, efectuado por las personas prestadoras de servicios, disponiéndolos en lugares especialmente diseñados para recibirlos y eliminarlos (Contreras & Hernández, 2016); este es un factor determinante para la contaminación ambiental, ya que de él depende que los materiales o residuos sólidos no representen daños o riesgos para la salud humana y el medio ambiente.

Impacto ambiental: es la evaluación del efecto causado por una actividad humana o empresarial sobre el medio ambiente, ya que muchas actividades económicas pueden generar una influencia negativa sobre el medio, por lo que lo más pertinente es reconocer el impacto y tratar de minimizarlo (Orjuela & Sandoval, 2002); para determinar la factibilidad de la puesta en marcha de la empresa, es necesario determinar su influencia sobre el ambiente, para así diseñar estrategias pertinentes y garantizar que se va a contribuir al cuidado y la preservación de este.

Demanda: La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido (Placencia, 2013); este concepto se utilizará para reconocer si existe un número de consumidores dispuestos a comprar los accesorios del hogar a base de cartón reciclado.

Consumidor: Los consumidores constituyen el centro de toda organización, y las empresas deben orientar todas sus actividades de forma tal que puedan satisfacerles a largo plazo (Quintana, 2012); esto es, las personas u organizaciones que demandan los productos o servicios que una empresa ofrece a cambio del pago de dinero.

2 Módulo de Mercado

2.1 Producto

La problemática ambiental que ha experimentado la humanidad durante los últimos años, ha dado lugar a que la sociedad pueda reconocer la importancia de la protección del medio ambiente, no solo porque a través de ella se puede garantizar su conservación, sino también porque de ella depende la supervivencia de los seres humanos; lo que ha generado mayor grado de responsabilidad ambiental por parte de las industrias, como indica (Rivera, 2019), las nuevas tendencias del consumidor y el crecimiento de la conciencia ambiental, han provocado que las empresas comiencen a realizar cambios en sus productos y procesos, para convertirlos en amigables con el entorno, y que no generen un impacto negativo, de lo contrario los consumidores no podrán demandar los productos porque no alcanzan sus expectativas y exigencias.

Así mismo, el desarrollo tecnológico ha generado nuevos modelos de producción, que permiten optimizar los procesos y la recuperar los materiales y/o productos que se consideran desechables, para la producción de nuevos bienes, como manifiesta (Paucar, Sánchez, Bermúdez, & Yépez, 2018), la disrupción tecnológica permite a las industrias disponer de mecanismos que posibilitarían recuperar las materias primas y recursos contenidos en las basuras, lo que permite a la industria del reciclaje suministrar materias primas para la fabricación de una enorme diversidad de artículos tanto de consumo diario, como equipos de larga duración.

Es por ello, que se propone la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos para el hogar, a base de cartón reciclado, los accesorios decorativos con que la empresa se lanzará al mercado, serán portarretratos y floreros;

durante los años posteriores, teniendo en cuenta la respuesta del mercado, la empresa podrá ampliar su portafolio.

2.1.1 Características técnicas

Los productos serán elaborados a base de cartón reciclado, con diseños originales y diversos; los floreros serán diseñados de forma cúbica, con curvas en la base y cilíndrica en la parte superior o piramidal, con dimensiones de 25cm alto x 14cm ancho; mientras que los portarretratos se crearán en figuras caladas de diferente forma y tamaño. Como técnica de decoración se utilizarán el vintage, craquelado y decoupage.

2.1.2 Usos del producto

Los productos de la empresa podrán ser usados principalmente para la decoración de espacios, podrán ser instalados en cualquier área del hogar, oficinas, eventos, celebraciones, entre otros. Su uso es exclusivamente decorativo, y tiene como propósito contribuir a la preservación del medio ambiente para las generaciones actuales y futuras.

2.1.3 Beneficios

Los principales beneficios de los accesorios decorativos a base de cartón reciclado son:

- ✓ Son elaborados con material biodegradable, de manera que su impacto al suelo es relativamente menor a otros materiales como el plástico.
- ✓ Contribuyen a la disminución del impacto ambiental producido por la fabricación de cartón y su afectación a los árboles.
- ✓ Puede ser utilizado en cualquier espacio que requiera ser decorado.
- ✓ Luego de su proceso de transformación se convierte en un producto de durabilidad.

- ✓ Su diseño será exclusivo, se ofrecerán diferentes modelos que puedan acomodarse a los gustos y necesidades del usuario.
- ✓ Se contribuye a la disminución de la producción de residuos sólidos y las enfermedades que su gestión inadecuada puede provocar.
- ✓ Mejorar la calidad de vida de los individuos que viven cerca de los botaderos a cielo abierto y rellenos sanitarios del municipio.
- ✓ Permite a los consumidores participar en actividades de protección del medio ambiente.

2.1.4 Productos sustitutos

Los sustitutos para el proyecto en cuestión son aquellos productos industriales que cumplan con la misma función, y estén elaborados a base de cartón, pero que no parten de la elaboración manual, sino que son diseñados de manera estandarizada, y no son fabricados con material reciclado; así mismo, se destacan los productos decorativos elaborados a base de otros materiales como el polietileno u otras fibras, como, por ejemplo, floreros o portarretratos de plástico.

2.1.5 Productos complementarios

Los productos o bienes complementarios son definidos por (Páez, 2017), como aquellos que se utilizan para completar o integrar el consumo para satisfacer una necesidad determinada, es decir, los complementarios serán aquellos que puedan utilizarse de forma conjunta con los productos decorativos, es decir, elementos para el hogar, como mesas de noche, mueblería, cojinería, flores, fotografías, entre otros.

2.2 Consumidor final

Los consumidores de los productos son hombres y mujeres cabeza de hogar, que se encuentren interesados en artículos decorativos con diseños originales, quienes muestren interés por productos diferenciados y creativos; así mismo, por aquellas personas que muestren preocupación por el medio ambiente, y orienten su consumo hacia productos sostenibles y que generen impactos positivos al entorno; también se incluyen como consumidores potenciales a quienes busquen artículos decorativos de menor costo a los ofrecidos tradicionalmente por el mercado.

2.2.1 Segmentación del mercado

Los potenciales clientes de los productos ofrecidos fueron segmentados bajo los siguientes enfoques:

Tabla 1 Segmentación del Mercado

Geográfico	Habitantes de la cabecera municipal de Santa Cruz de Lorica, municipio ubicado en el departamento de Córdoba, Colombia, conocido como Ciudad Antigua y Señorial, está ubicada en la porción septentrional del departamento de Córdoba y en la zona más baja del río Sinú, muy próxima al mar Caribe.
Demográfico	Jefes de hogar de género femenino y masculino.
Psicológico	Interés por productos decorativos hechos a mano, con diseños exclusivos, y preocupados por la protección del medioambiente.
Socioeconómico	Pertenecientes a estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.
Usos del producto	Los productos podrán ser usados para la decoración de interiores y exteriores.
Beneficios obtenidos	Adquisición de productos de calidad, originales y sofisticados, que adicionalmente contribuye al cuidado y la preservación del medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Características socioculturales

El municipio de Santa Cruz de Lorica es reconocido como monumento nacional por su arquitectura republicana, su multiculturalidad y su encanto, se ha caracterizado por ser un sitio turístico bello y colorido, con gran riqueza multiétnica y cultural, historia, arquitectura y una enorme variedad de expresiones culturales, que se definen alrededor de su centro histórico, su plaza de mercado (patrimonio histórico nacional) y el majestuoso río. En el municipio existe una gran variedad gastronómica, ya que desde la época de la colonia ha sido un puerto privilegiado por estar anclado a orillas del Sinú, lo que permitió la llegada de migrantes sirios, libaneses y europeos que trajeron comercio, costumbres, gastronomía y nuevos estilos de vida (Díaz, 2020).

2.3 Delimitación del área geográfica

Santa Cruz de Lorica es un municipio del departamento de Córdoba, Colombia, conocido como Ciudad Antigua y Señorial, está ubicada en la porción septentrional del departamento de Córdoba 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; su economía se basa en la agricultura, la ganadería, el turismo, la artesanía y la pesca. El municipio 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).

2.4 Análisis de la demanda

2.4.1 Diseño muestral

La población de una investigación es reconocida como el grupo de personas, animales o elementos que comparten características comunes y que pretenden ser estudiadas, como

argumenta (Gómez, Keever, & Novales, 2016) “la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados” (p.201), Teniendo en cuenta que la variable que se pretende estudiar en la investigación en curso es la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios para el hogar a base de cartón reciclado, la población objetivo está conformada por hombres y mujeres cabeza de hogar, ubicados en la cabecera municipal y en estratos socioeconómicos 2,3 y 4, teniendo en cuenta que estos podrían mostrar mayor interés por el producto y su valor ecológico.

Según el (DANE, 2019) en el municipio de Lorica se encuentran actualmente 29.967 unidades de vivienda, de las cuales 15.459 están ubicadas en la cabecera del municipio; en relación con el estrato socioeconómico la (Alcaldía Municipal de Lorica, 2019) indica que el 12,9% de la población pertenece a los estratos señalados, lo que arroja una población objetivo de 1.994 hogares.

Por su parte, (López, 2004) define la muestra como un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación, que se utiliza para ser analizada y extender los resultados obtenidos al resto de la población, el autor añade que para su determinación se debe aplicar una fórmula que indique cuál será el número de personas a encuestar o entrevistar.

Para el cálculo de la muestra en la investigación actual se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, lo que significa en términos de (López, 2004) que cada unidad que compone la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionada para la aplicación de la encuesta; 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 (1.994)

Reemplazamos Valores:

$$n = \frac{1.994 \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (1.994 - 1) + ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}$$

n= 322 encuestas

2.4.2 Validación del instrumento

En el desarrollo del presente trabajo de creación de empresas se surtió el proceso de evaluar todas y cada una de las preguntas de la encuesta de manera exhaustiva siguiendo una serie de etapas para asegurar su confiabilidad y pertinencia. La primera etapa fue un trabajo que realizamos los integrantes que luego se depuró y perfeccionó con libros especializados en el tema y se concluyó con la revisión final de nuestro asesor de trabajo de grado. No obstante, estamos atentos a atender cualquier sugerencia o recomendación para perfeccionamiento del cuestionario.

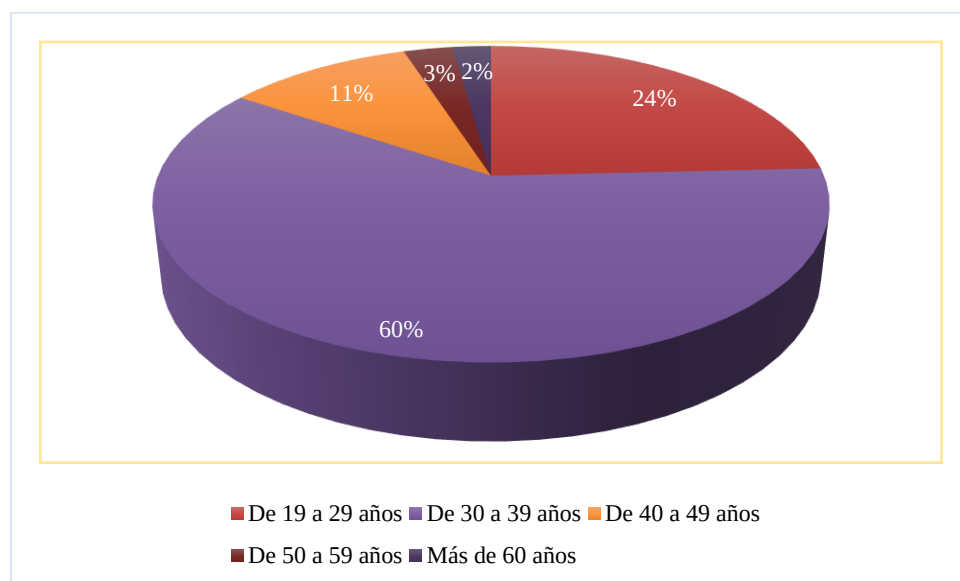
2.4.3 Análisis de resultados de la investigación de mercados

Tabla 2 Edad

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
De 19 a 29 años	78	24%
De 30 a 39 años	194	60%
De 40 a 49 años	34	11%
De 50 a 59 años	9	3%
Más de 60 años	7	2%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1 Edad



Fuente: Elaboración propia

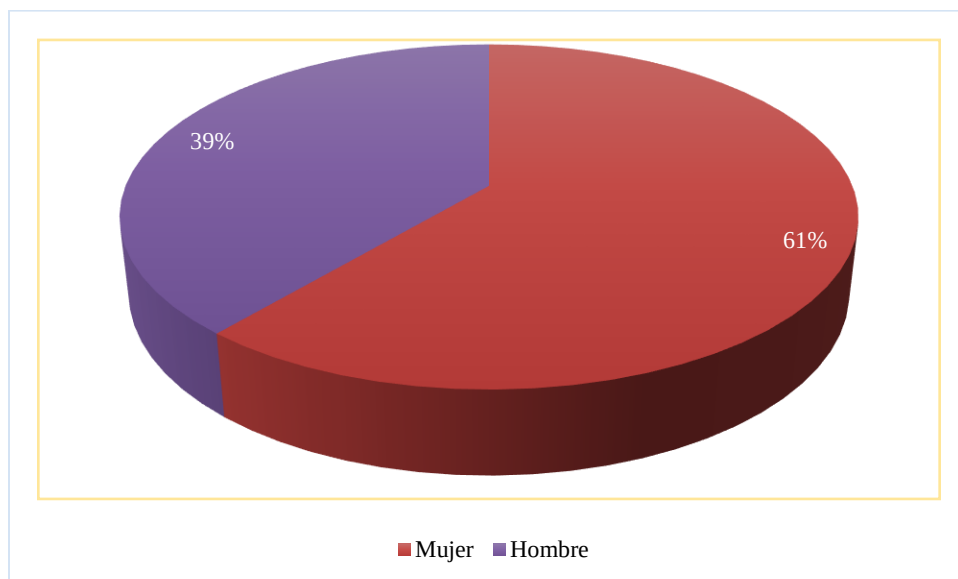
En la figura anterior se encuentran las edades de los participantes de la encuesta en el municipio de Santa Cruz de Lorica, como se puede evidenciar el 24% se encuentra entre los 19 y 29 años de edad, el 60% tiene de 30 a 39 años, el 11% de 40 a 49 años, el 3% de 50 a 59 años y tan solo el 2% supera los 60 años. Esta información permitirá inferir acerca de las características psicográficas de los potenciales consumidores, su estilo de vida, intereses, gustos, entre otras variables conductuales que guardan relación con la edad. Como se puede evidenciar la mayoría de las personas encuestadas se encuentran entre los 30 y 39 años, de manera que pertenecen a un grupo poblacional que se caracteriza por el amor, compromiso y cuidado del hogar.

Tabla 3 Género

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Mujer	197	61%
Hombre	125	39%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2 Género



Fuente: Elaboración propia

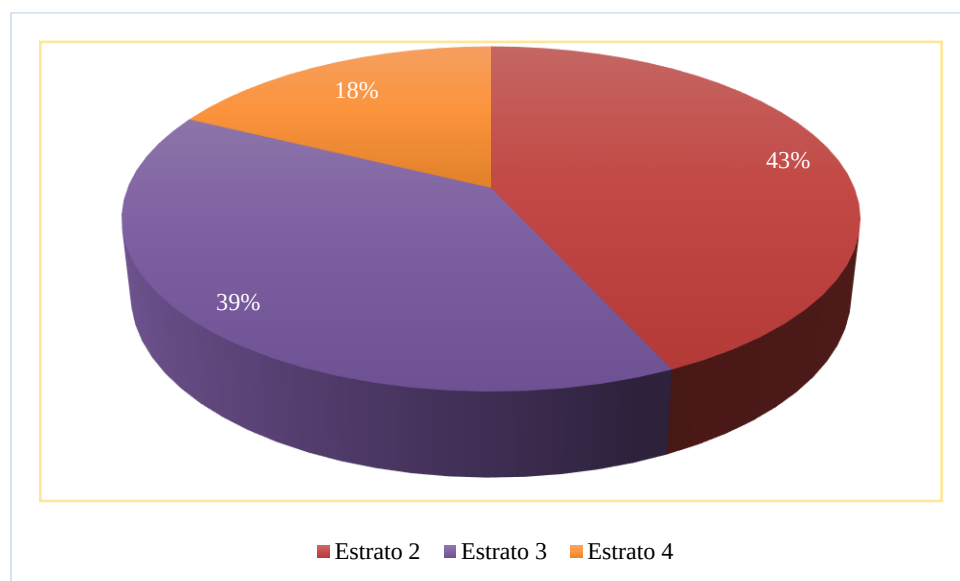
Como se puede observar en la tabla anterior, la mayoría de las personas entrevistadas pertenecen al género femenino (61%), lo anterior permite reconocer que los productos o accesorios dirigidos al hogar deben ser orientados principalmente a las mujeres, porque éstas suelen mostrar mayor interés por la protección y el cuidado de su hogar; esta información es de suma importancia para determinar las estrategias de publicidad y acercamiento a los consumidores.

Tabla 4 Estrato

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Estrato 2	139	43%
Estrato 3	126	39%
Estrato 4	57	18%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3 Estrato



Fuente: Elaboración propia

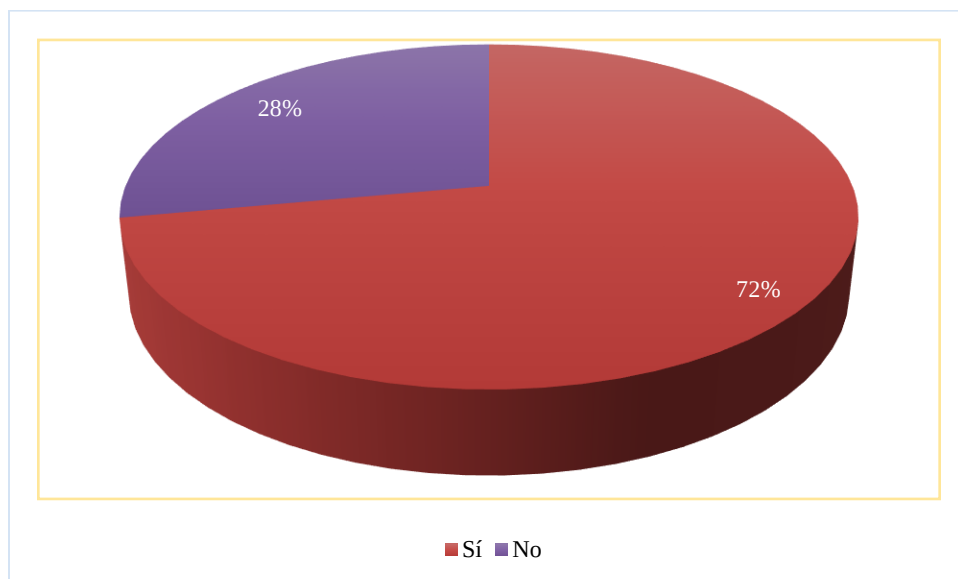
Como se puede notar el 43% de la población encuestada pertenece al estrato socioeconómico 2, el 39% al estrato 3 y otro 18% al estrato 4, siendo estos los miembros de la población loriquera con mejor condición económica, mejores características internas y externas en sus viviendas y mayor tenencia de bienes; se seleccionó esta población teniendo en cuenta que el precio del producto se determina con base en los costos de materiales, gastos administrativos y de ventas, costos de producción y mano de obra, y que esta última será intensiva por la naturaleza de los productos, por los consumidores deberán tener cierta capacidad de pago, haciendo la salvedad que los habitantes pertenecientes al estrato socioeconómico 1 también pueden comprarlos.

Tabla 5 ¿Compra usted accesorios decorativos para su hogar?

Respuestas	Nº de Personas	Porcentajes
Sí	232	72%
No	90	28%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4 ¿Compra usted accesorios decorativos para su hogar?



Fuente: Elaboración propia

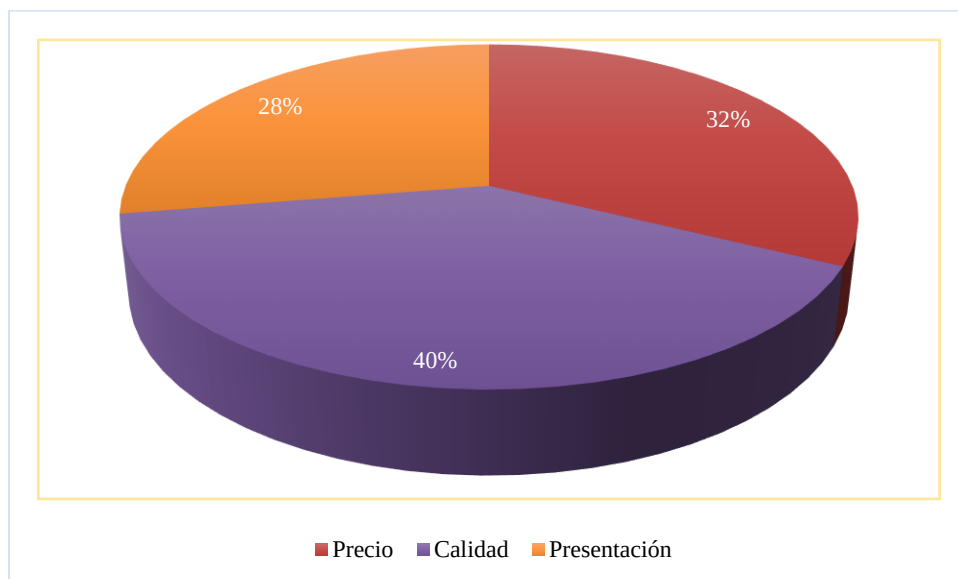
Como se puede notar en la anterior figura el 72% de las personas encuestadas compran accesorios decorativos, en virtud de ello, es necesario reconocer las preferencias, características e intereses de estos consumidores, para determinar si es posible ofrecerles una alternativa de accesorios decorativos fabricados en materiales reciclados como el cartón, esta respuesta puede interpretarse como la oportunidad de comercializar productos de este tipo, pues la mayoría de los participantes hacen uso de ellos.

Tabla 6 ¿Qué características hacen que prefiera el producto?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Precio	75	32%
Calidad	93	40%
Presentación	64	28%
Total	232	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 ¿Qué características hacen que prefiera el producto?



Fuente: Elaboración propia

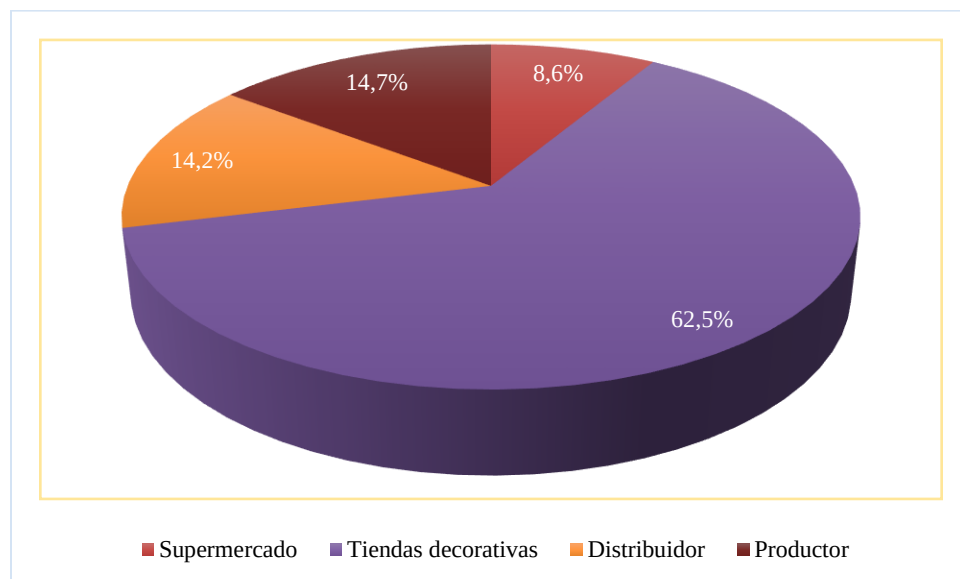
Como se puede evidenciar en la gráfica anterior, el 40% de la población encuestada considera que la característica más importante del producto es la calidad, el 32% le da mayor importancia al precio, mientras que el 28% se basa en la presentación. Los tres componentes son característicos de jefes de hogar, que se interesan por productos que les permitan ahorrar por su costo de adquisición, pero que también sean durables. Teniendo en cuenta que una de las principales premisas de los productos a comercializar es la calidad, lo anterior puede ser interpretado como una ventaja competitiva para la empresa, por el interés de los consumidores en este componente.

Tabla 7 ¿En qué lugares suele comprar este producto?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Supermercado	20	8,6%
Tiendas decorativas	145	62,5%
Distribuidor	33	14,2%
Productor	34	14,7%
Total	232	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 ¿En qué lugares suele comprar este producto?



Fuente: Elaboración propia

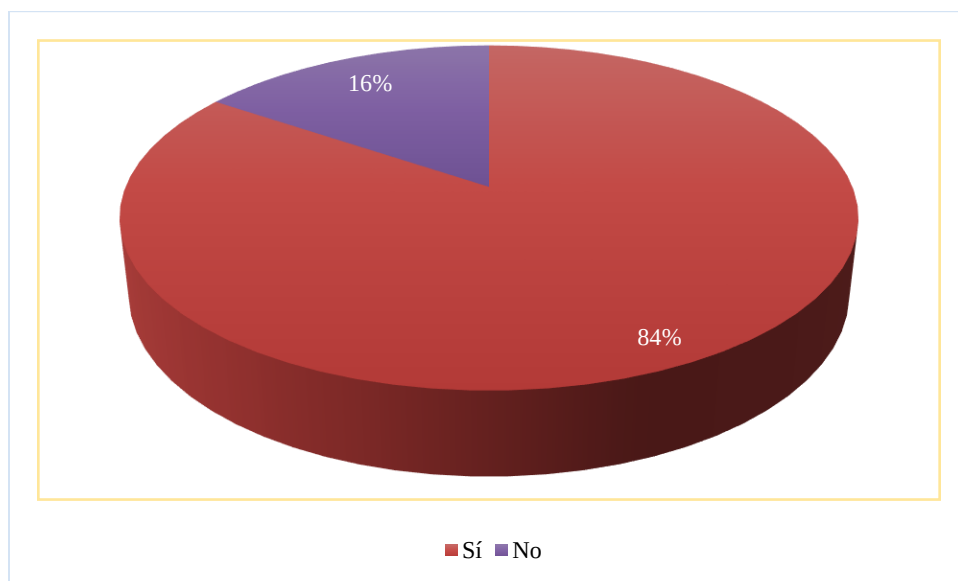
Como se puede evidenciar en la gráfica anterior el 62,5% de los entrevistados compra los productos en tiendas decorativas, el 14,7% compra directamente al productor, el 14,2% se dirige al distribuidor, y tan solo el 8,6% lo compra en supermercados, los consumidores prefieren adquirir el producto principalmente de manera directa, ya que de esta forma pueden observar el catálogo completo y escoger aquellos que llamen su atención; esto orienta a la empresa a intensificar esfuerzos en las ventas presenciales, porque suelen tener mayor concurrencia por parte del mercado objetivo.

Tabla 8 ¿Reconoce la importancia del cuidado del medio ambiente para su bienestar y el de la sociedad en general?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	272	84%
No	50	16%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 ¿Reconoce la importancia del cuidado del medio ambiente para su bienestar y el de la sociedad en general?



Fuente: Elaboración propia

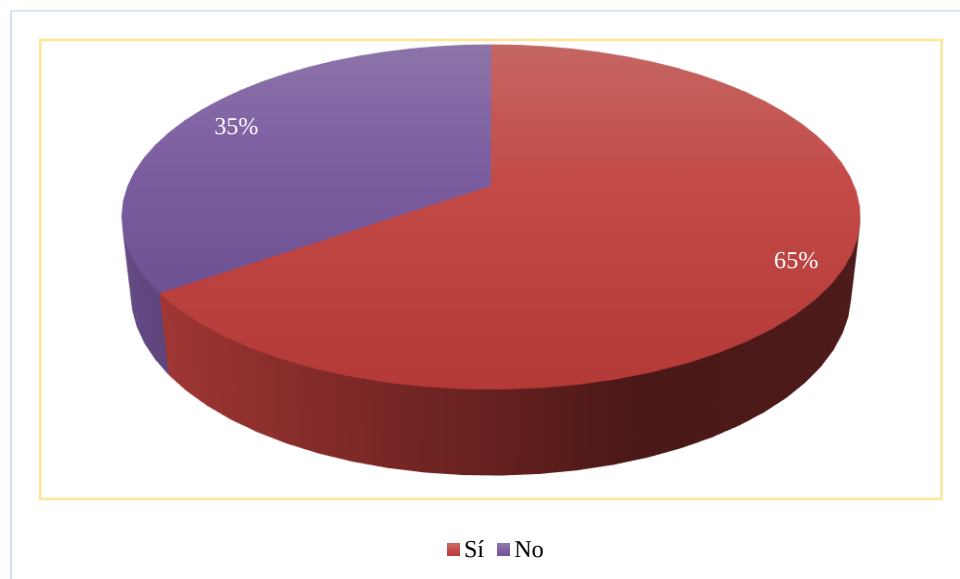
El interrogante que se expone en esta figura determina el conocimiento de los participantes acerca del cuidado del medio ambiente, como se puede notar el 84% afirma reconocer la importancia de este aspecto, mientras que el 16% considera lo contrario, esto puede deberse debilidades en materia de educación y el desconocimiento del impacto de las actividades humanas en el equilibrio del medio ambiente; de manera que es necesario aumentar la sensibilización, pues existe un considerable número de personas en el municipio que no conocen los efectos de su comportamiento y los límites que deben tener, por lo que podrían causar enormes afectaciones al medio.

Tabla 9 ¿Reconoce usted los impactos negativos del cartón para el medio ambiente?

Respuestas	Nº de Personas	Porcentajes
Sí	210	65%
No	112	35%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 ¿Reconoce usted los impactos negativos del cartón para el medio ambiente?



Fuente: Elaboración propia

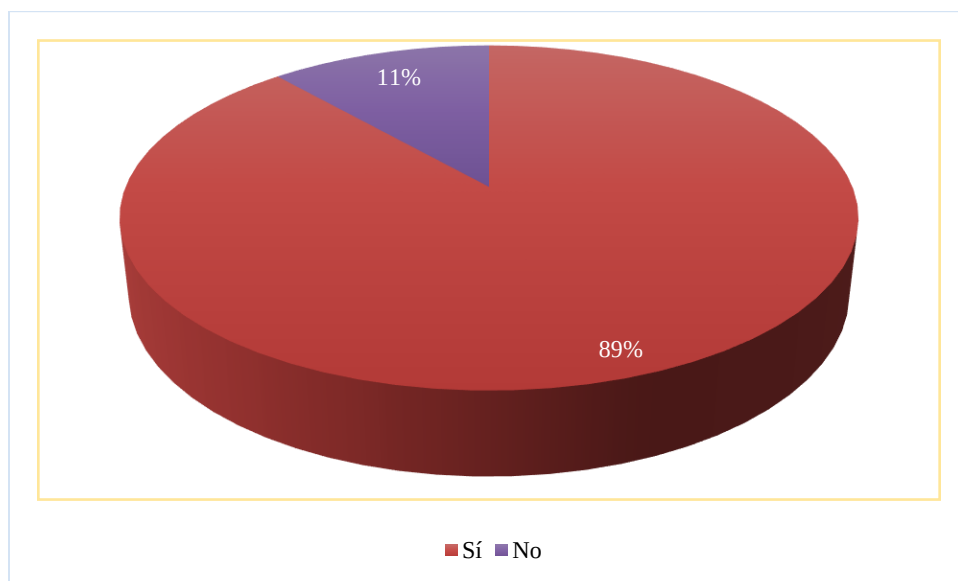
De acuerdo con lo que indicaron los participantes, el 65% reconoce los impactos negativos del cartón para el medio ambiente, mientras que el 35% no tiene conocimiento de sus implicaciones; lo anterior corrobora la importancia de crear una conciencia ambientalista y educar a la población para que su comportamiento no genera afectaciones al bienestar del medio ambiente y los seres vivos que lo habitan.

Tabla 10 ¿Sabía usted qué hay materiales que se pueden recuperar y reutilizar para la fabricación de nuevos productos?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	285	89%
No	37	11%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 ¿Sabía usted qué hay materiales que se pueden recuperar y reutilizar para la fabricación de nuevos productos?



Fuente: Elaboración propia

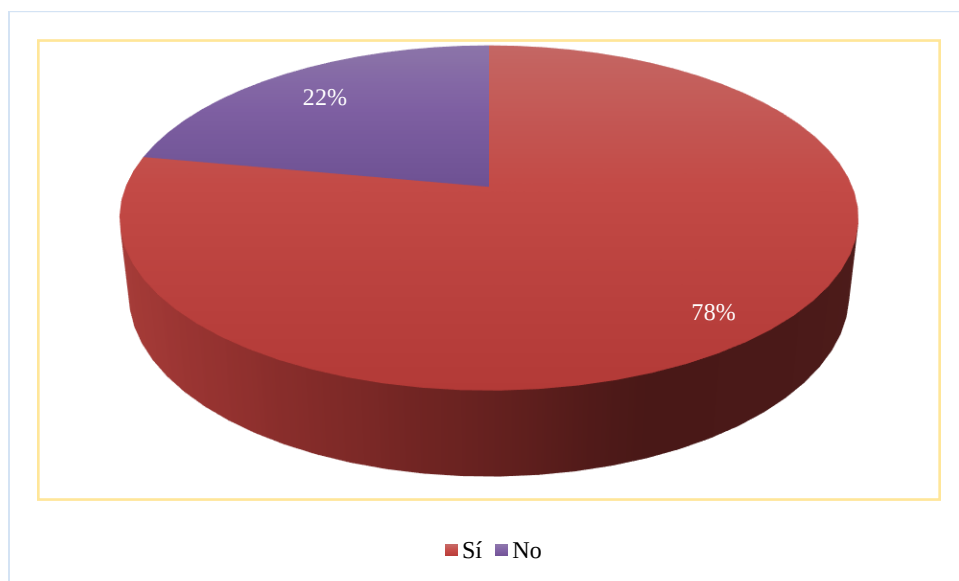
Como se puede evidenciar en la figura anterior, el 89% de los encuestados tiene conocimiento de que existen procesos de recuperación y reutilización de materiales usados, información obtenida por su participación en el entorno académico, laboral y social. Lo anterior puede convertirse en un elemento a favor para la empresa, ya que los consumidores no tendrán temor de comprar productos reutilizados, porque reconocen que con un tratamiento eficiente pueden proporcionar nuevos productos.

Tabla 11 ¿Compraría usted accesorios decorativos a base de cartón reciclado para contribuir a la protección del medio ambiente?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	251	78%
No	71	22%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 ¿Compraría usted accesorios decorativos a base de cartón reciclado para contribuir a la protección del medio ambiente?



Fuente: Elaboración propia

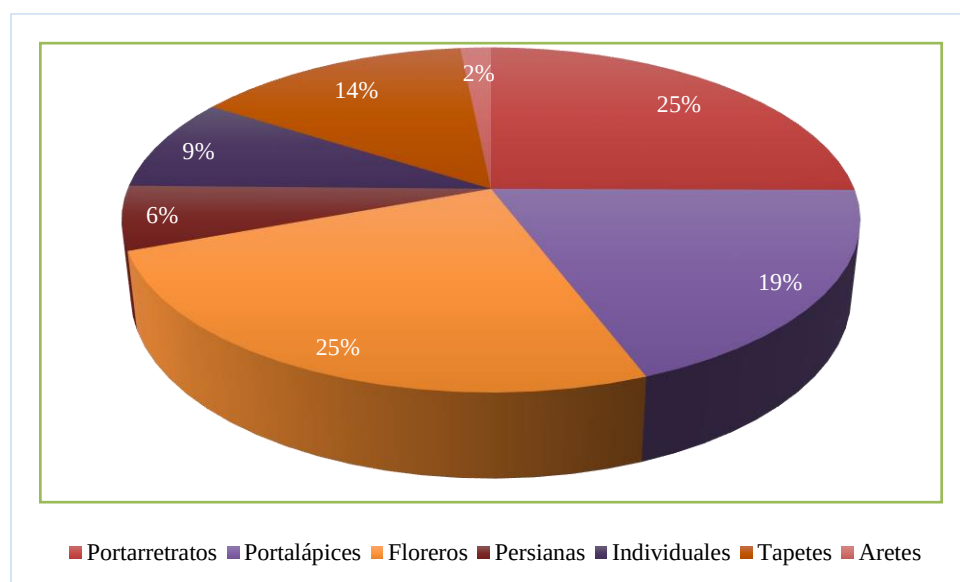
El gráfico anterior determina la aceptación de los productos que se pretenden ofrecer en el mercado; cómo se puede evidenciar el 78% de los individuos encuestados afirman que estarían dispuestos a comprar accesorios decorativos a base de cartón reciclado, los participantes exponen que es necesario implementar acciones que contribuyan al cuidado del medio ambiente y que están dispuestos a participar en dicho proceso; lo que permite a la empresa tener una visión positiva al alcanzar una cuota de aceptación superior al 50% e innovar con una materia prima amigable con el medio ambiente.

Tabla 12 ¿Cuál de estos accesorios decorativos le gustaría comprar?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Portarretratos	63	25%
Portalápices	48	19%
Floreros	63	25%
Persianas	15	6%
Individuales	22	9%
Tapetes	36	14%
Aretes	4	2%
Total	251	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 ¿Cuál de estos accesorios decorativos le gustaría comprar?



Fuente: Elaboración propia

Con relación a las preferencias de productos decorativos, ha sido posible identificar que el 25% de los encuestados siente mayor interés por portarretratos, otro 25% muestra atracción por floreros, el 19% por portalápices, el 14% por tapetes, el 9% por individuales, el 6% por persianas y el 2% por aretes; esta información será de gran utilidad para determinar el portafolio de productos que la empresa ofrecerá al mercado, entendiendo que los participantes prefieren accesorios que se adentren en sus emociones, como los portarretratos que contienen un recuerdo

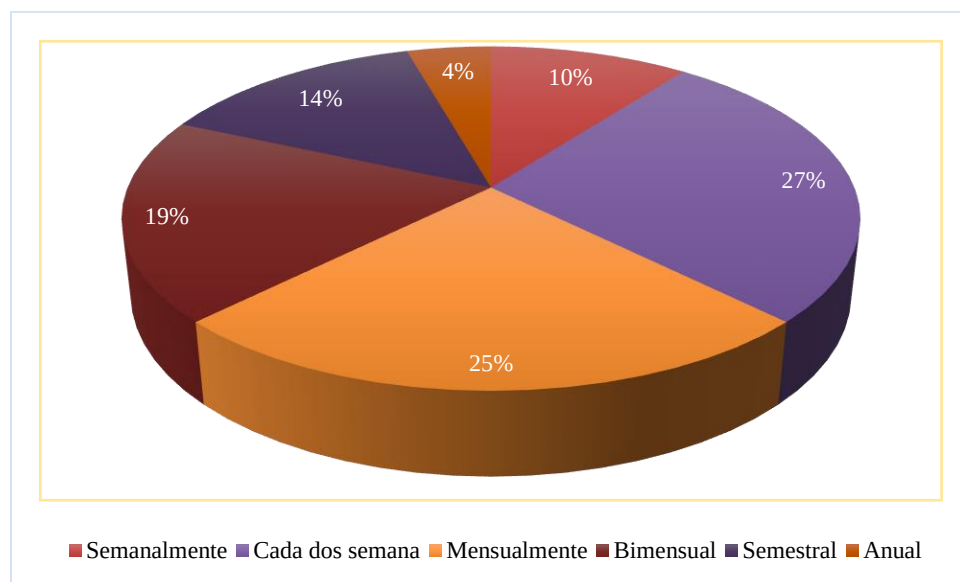
intimo e importante, y los floreros que permiten depositar arreglos que evocan sentimientos y emociones positivas.

Tabla 13 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Semanalmente	26	10%
Cada dos semana	68	27%
Mensualmente	63	25%
Bimensual	48	19%
Semestral	35	14%
Anual	11	4%
Total	251	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 ¿Con qué frecuencia compraría este tipo de productos?



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo anterior, el 27% de los consumidores potenciales estarían dispuestos a comprar este tipo de productos de forma quincenal, el 25% mensualmente, el 19% cada bimestre, el 14% de forma semestral, un 10% semanal y tan solo un 4% compraría anualmente; como

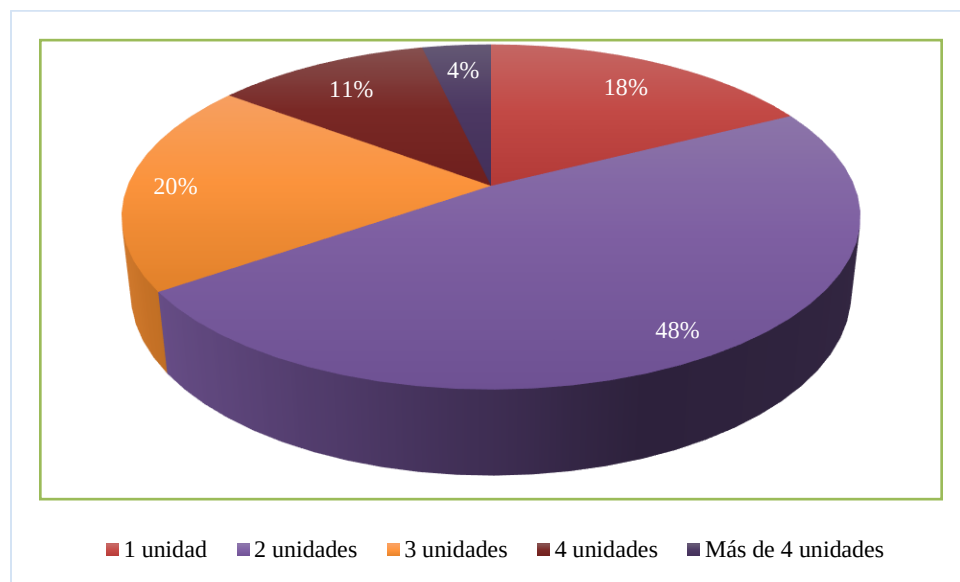
muestran los resultados, los accesorios decorativos no son un producto de consumo cotidiano, sin embargo, se puede notar una frecuencia de consumo quincenal, mensual y bimestral considerablemente elevada, lo que resulta positivo al momento de determinar la aceptación y futuro consumo de los productos a ofertar.

Tabla 14 De acuerdo con lo que indicó en la pregunta anterior ¿Cuál sería su promedio de compra?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
1 unidad	44	18%
2 unidades	120	48%
3 unidades	50	20%
4 unidades	28	11%
Más de 4 unidades	9	4%
Total	251	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 De acuerdo con lo que indicó en la pregunta anterior ¿Cuál sería su promedio de compra?



Fuente: Elaboración propia

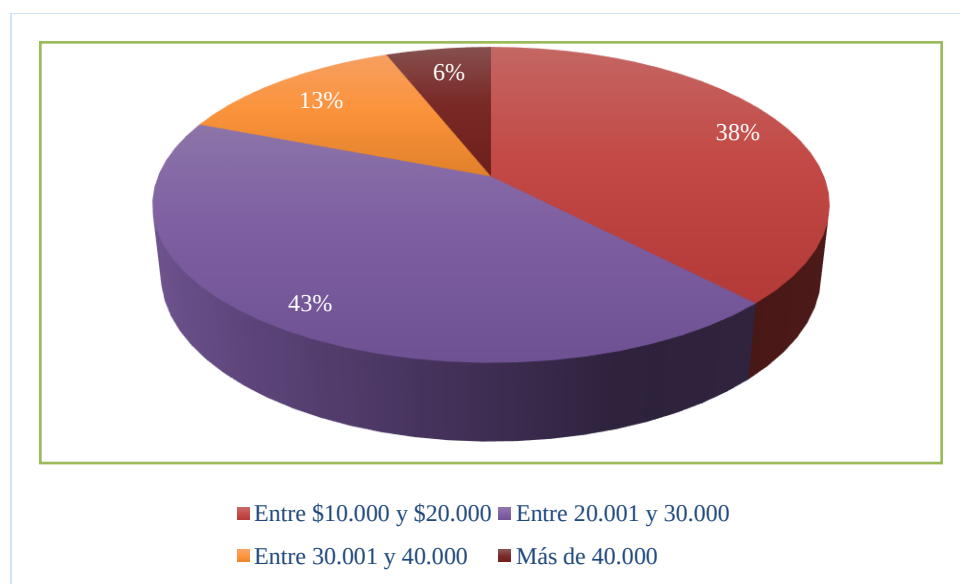
La gráfica anterior muestra los promedios de compra de los consumidores de accesorios decorativos a base de cartón reciclado, como se evidencia el 18% compraría 1 unidad, el 48% 2 unidades, el 20% 3 unidades, el 11% 4 unidades y tan solo el 4% más de 4 unidades. Esta información es de suma importancia para estimar los niveles de producción y evitar las pérdidas económicas que podría ocasionar una superproducción o subproducción.

Tabla 15 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos fabricados con material reciclado?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Entre \$10.000 y \$20.000	95	38%
Entre 20.001 y 30.000	108	43%
Entre 30.001 y 40.000	33	13%
Más de 40.000	15	6%
Total	251	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos fabricados con material reciclado?



Fuente: Elaboración propia

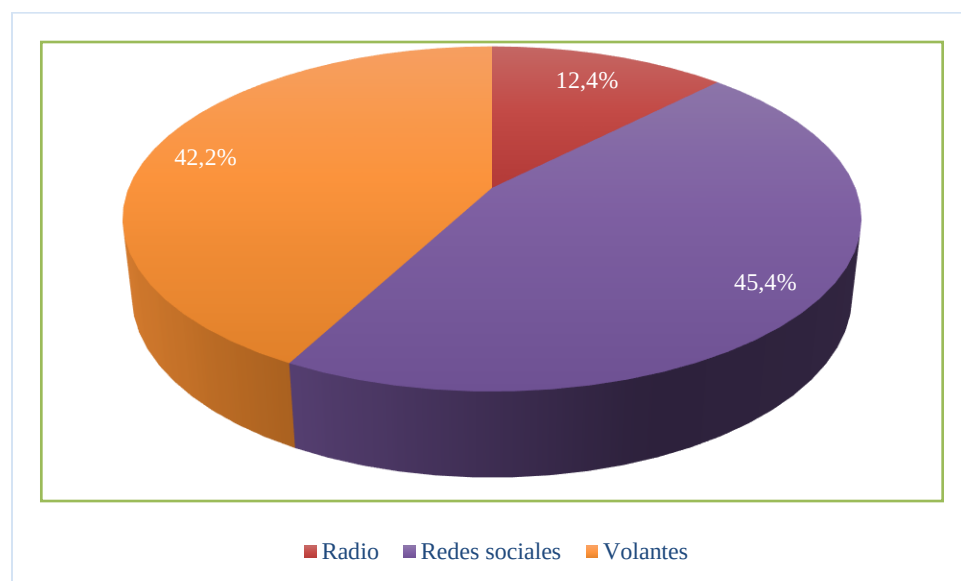
Como se puede evidenciar en la gráfica, el 43% de los encuestados estaría dispuesto a pagar por los productos un precio que se encuentre entre \$20.001 y \$30.000, el 38% de \$10.000 a \$20.000, el 13% pagaría de \$30.001 a \$40.000, y tan solo el 6% estaría dispuesto a pagar más de \$40.000; en los resultados se puede notar que los porcentajes de mayor respuesta están determinada por los precios más bajos, de manera que es necesario analizar las variables que inciden en el precio de venta y tener presente el resultado obtenido para tomar decisiones competitivas en cuanto a precio.

Tabla 16 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Radio	31	12,4%
Redes sociales	114	45,4%
Volantes	106	42,2%
Total	251	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 15 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?



Fuente: Elaboración propia

Para determinar las estrategias de publicidad y acercamiento al consumidor, que puedan tener mayor impacto en el mercado objetivo, se cuestionó la preferencia de los encuestados, en cuanto a los medios de comunicación que preferían para recibir información de la empresa, como se puede evidenciar el 45,4% seleccionó las redes sociales y el 42,2% volantes, esto se debe a que la mayoría de los jóvenes y adultos jóvenes hacen uso de las tecnologías de la información y la comunicación, pero los participantes de mayor edad prefieren utilizar medios de comunicación análogos, pues su cercanía con la tecnología sigue siendo bastante limitada. Siendo estos los datos más representativos, deben ser tenidos en cuenta para diseñar la estrategia publicitaria acorde a las preferencias del mercado.

2.4.4 Cálculo de la demanda actual

Para el cálculo de la demanda se tomaron como base los resultados de la investigación de mercado aplicada a la población objetivo del municipio de Lorica, inicialmente se tomó como referente la pregunta número 7 que determina la aceptación de los accesorios decorativos a base de cartón reciclado, para estimar el número de potenciales consumidores de la empresa, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 17 Consumidores potenciales

Total Hogares	% Aceptación	Consumidores potenciales
1.994	78,00%	1.555

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se tomaron las frecuencias de consumo (pregunta 9) y el promedio de unidades de consumo respecto a cada frecuencia (pregunta 10), para finalmente convertir estos datos a valores anuales, como se evidencia a continuación:

Tabla 18 Demanda Actual

#Hogares	Frecuencia de consumo	Porcentaje de frecuencia	# Hogares por frecuencia	Promedio de consumo	Consumo anual
1.555	Semanalmente	10,4%	161,1	1,7	13.087
	Cada dos				
1.555	semanas	27,1%	421,4	2,1	21.713
1.555	Mensualmente	25,1%	390,4	2,4	11.377
1.555	Bimensual	19,1%	297,4	2,6	4.647
1.555	Semestral	13,9%	216,9	2,7	1.177
1.555	Anual	4,4%	68,2	2,5	174
Total demanda anual de accesorios decorativos					52.174

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo anterior, la demanda actual de accesorios decorativos a base de cartón reciclado en el municipio de Lorica es equivalente a 52.174 unidades en el año.

2.4.5 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda está dada por la siguiente fórmula:

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

Dónde:

D_f = Demanda Final

D_a = Demanda Actual

I = Tasa de crecimiento demográfico para Colombia (1,22%).

n = Número de años a proyectar

Reemplazando valores, obtenemos:

Tabla 19 Proyección de la demanda actual

Proyección de la demanda actual		
Año 1	$Df_1 = 52.174 (1+0, 012)^1$	52.811
Año 2	$Df_1 = 52.174 (1+0, 012)^2$	53.455
Año 3	$Df_1 = 52.174 (1+0, 012)^3$	54.107
Año 4	$Df_1 = 52.174 (1+0, 012)^4$	54.768
Año 5	$Df_1 = 52.174 (1+0, 012)^5$	55.436

Fuente: Elaboración propia

2.5 Análisis de la oferta

A través de una investigación de mercado exhaustiva y meticulosa, en donde se visitaron establecimientos dedicados a la comercialización de accesorios decorativos, que atendiendo al interrogante: ¿Ofrece usted dentro de su portafolio accesorios decorativos fabricados a base de cartón reciclado?, y cuya respuesta fue negativa; permitieron determinar que no existe en la actualidad ninguna entidad u organización que se dedique a la producción y/o comercialización de estos productos en el municipio de Lorica. Si bien es cierto, se comercializan productos hechos a base de materiales sintéticos, estos no son considerados como competencia directa de la actual propuesta, porque el principal diferenciador de los accesorios a base de cartón reciclado es el efecto positivo que se genera sobre el equilibrio ecológico.

2.5.1 Determinación del tipo de demanda

La determinación del tipo de demanda se halló calculando la diferencia entre la demanda y la oferta actual de los accesorios decorativos a base de cartón reciclado.

Tabla 20 Determinación del tipo de demanda

Demanda actual	52.174
Oferta actual	0
Demanda insatisfecha	52.174

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado, existe actualmente en el municipio de Loricá una demanda insatisfecha de 52.174 accesorios decorativos a base de cartón reciclado.

2.6 Análisis de precios

Como se mencionó en párrafos precedentes, en la actualidad no existe en el municipio de Loricá ninguna empresa o institución ambiental que ofrezca accesorios decorativos fabricados a base de cartón reciclado, de manera que el análisis de precios que se muestra a continuación, corresponde en primer lugar, a la respuesta de los consumidores potenciales de la empresa a los precios hipotéticos que fueron investigados con el desarrollo de la investigación de campo; los resultados de la investigación arrojaron que el 38% de los consumidores potenciales estarían dispuestos a pagar entre \$10.000 y \$20.000, el 43% entre \$20.001 y \$30.000, el 13% de \$30.001 a \$40.000 y el 6% restante considera que podría pagar más de \$40.000.

En segundo lugar, se puede tomar como referencia el precio promedio de los accesorios decorativos ofrecidos tradicionalmente en el mercado, pues a pesar de no ser una competencia directa de los actuales, pueden servir de base para establecer un precio competitivo, teniendo en cuenta la importancia del precio para los consumidores; es por ello que en la siguiente tabla se muestran los precios de accesorios decorativos fabricados a base de materiales textiles y/o sintéticos.

Tabla 21 Análisis de precios

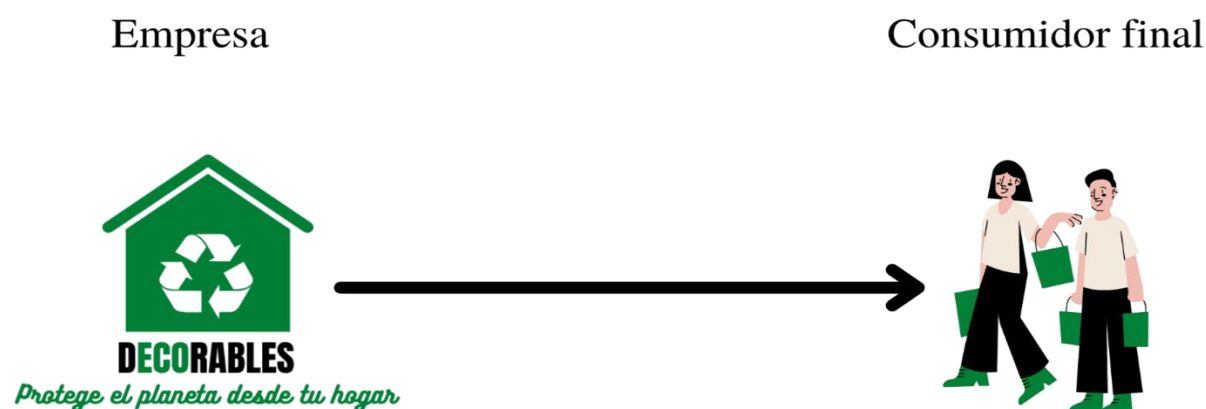
Producto	Precio promedio
Portarretratos	20.000
Portalápices	4.800
Floreros	17.900
Persianas	51.000
Individuales	15.500
Tapetes	11.000

Fuente: Elaboración propia

2.7 Canal de comercialización

El canal de comercialización es definido por (Pelton, Strutton, & Lumpkin, 2005), como el conjunto de participantes del mercado que permiten que un producto llegue al consumidor final, y su selección depende de las necesidades del cliente, el nivel de servicio al cliente que se desea prestar y la eficiencia económica que tenga la empresa para ejecutar o delegar la tarea. A partir de lo anterior, para la empresa en cuestión se seleccionó el siguiente canal de comercialización:

Figura 16 Canal de Comercialización



Fuente: Elaboración propia

Atendiendo las preferencias de los consumidores potenciales, quienes manifestaron que suelen comprar productos decorativos principalmente en tiendas decorativas y al productor (ver figura 6), y que se pretende ofrecer una experiencia de compra significativa, que le permita sentir a los clientes su contribución al medio ambiente y reconocer el número de árboles que han salvado, se utilizará un canal de comercialización directo. Siendo así, la empresa contará con un área de exhibición o tienda y será ubicada en un espacio geográfico de constante afluencia de clientes, para lograr el reconocimiento y posicionamiento de los productos en el mercado objetivo.

2.8 Imagen y eslogan

Figura 17 Imagen y slogan



Fuente: Elaboración propia

La imagen corporativa y el eslogan de la empresa representan la contribución al medio ambiente que podrán realizar los consumidores desde su hogar, es decir, que a través de la compra de los productos decorativos ecológicos las personas no solo contarán con una nueva alternativa de decoración para el hogar, sino que también podrán participar en una actividad orientada hacia el respeto del ecosistema y el equilibrio ecológico; con lo que se espera promover una imagen de cultura ambiental y concientizar a la población acerca de la importancia que tiene para el planeta la ayuda de todos los seres humanos.

2.9 Estrategia de publicidad

Para alcanzar el reconocimiento del público objetivo y lograr el posicionamiento de una empresa en el mercado, se debe recurrir a la publicidad, definida por (Kotler & Armstrong, 2003), como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado" (p.470). Esto es, un medio que tiene como propósito persuadir,

informar y despertar la atención de un público determinado, para atraerlos hacia el producto, servicio o idea que se expone.

Ahora bien, la creciente adopción de la tecnología ha permeado la vida cotidiana de la humanidad, y ha provocado que las empresas deban considerar estos cambios a la hora de determinar los medios a través de los cuales van a llegar a sus consumidores, y diseñar estrategias de publicidad innovadoras, que permitan un acercamiento efectivo, como manifiestan (Soengas, Vivar, & Abuín, 2015), la evolución de los consumidores es integral, participa en todos los entornos de su vida, y obliga a una renovación de todos los aspectos que se vinculan a la producción, distribución y promoción de los bienes o servicios, para poder adaptarse a las necesidades que surgen día a día en el mercado.

A partir de lo anterior, se recomienda en primer lugar, que aprovechando que la disrupción tecnológica ha permitido la creación de nuevos canales de comunicación y entretenimiento, como las redes sociales, que, como afirman (Ramírez, Espinoza, & Salinas, 2019), es uno de los medios digitales mas utilizados para la difusión y el reconocimiento de los productos o servicios, pues la mayoría de los consumidores realizan búsquedas en este medio, siguen a sus marcas favoritas, obtienen información y se comunican a través de ellas.

Siguiendo con este argumento, la estrategia de publicidad de la empresa en redes sociales deberán tener las siguientes características:

- ✓ Se seleccionarán las siguientes redes sociales: Facebook, Instagram, YouTube.
- ✓ Se geolocalizarán los clientes potenciales del municipio de Loricá, sus edades y características psicográficas.
- ✓ Se compartirá contenido a través de estos canales por lo menos 3 veces por semana, dependiendo los datos de conexión del mercado objetivo que arrojen las métricas de las redes.

- ✓ Se pagarán todos los anuncios que se publiquen, con un promedio de alcance de 2.000 personas, teniendo en cuenta el tamaño de la población objetivo.

- ✓ Compartir contenido relacionado con las características de los productos, precios, dimensiones, cantidades, entre otros.

- ✓ Compartir contenido de valor, que destaque la importancia de consumir productos elaborados a base de material reciclado.

- ✓ Promover el cuidado del medio ambiente.

Así mismo, teniendo en cuenta que los consumidores potenciales mostraron gran interés por los volantes, se efectuará una campaña en la que se contratará personal para la repartición de estos; para cumplir con esta estrategia se deberán tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Se crearán diseños atractivos que destaquen la importancia del cuidado y preservación del medio ambiente, y como los productos que se ofrecen pueden contribuir.

- ✓ Se crearán cronogramas de reparto, en los que se establecerán las zonas de mayor afluencia del público objetivo, así como los tiempos promedio de reparto.

- ✓ Los encargados de entregar los volantes deberán identificar las reacciones de los consumidores y si son receptivos o no.

3 Módulos Técnico y Organizacional

3.1 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de una empresa es necesario identificar el número de productos o servicios que se pueden producir a diario, teniendo en cuenta los recursos que inciden en la productividad; en el caso específico de la empresa de producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado, es necesario analizar las variables de maquinaria y equipo y mano de obra, al ser las que mayor influencia tienen en la producción.

En primer lugar, se detalla la maquinaria de la empresa, la cual se utilizará para los procesos de moldeado y cortado de las dimensiones de cada producto, y el secado de los accesorios armados, como se muestra a continuación.

Tabla 22 Maquinaria y equipo

Maquina	Cantidad	Capacidad
Troqueladora Industrial de Cartón	1	40 cortes por minuto
Termo ventilador Industrial 30000W	6	-

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que las máquinas tienen una amplia capacidad, es necesario en segundo lugar evaluar la capacidad del recurso humano, teniendo en cuenta que se requiere de una mano de obra intensiva para las etapas restantes de la producción; a continuación, se presenta el tiempo estimado de producción por unidad, teniendo en cuenta que cada producto es armado y decorado cien por ciento a mano:

Tabla 23 Tiempos de producción

Producto	Armado	Aplicaciones	Acabados	Total minutos
Ecoflorero	20	20	15	55
Portarretrato Ecológico	15	15	15	45

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra la duración de las actividades necesarias para la producción de los accesorios decorativos, es importante destacar que las actividades de armado y hacer los acabados son variables a consideración del artista y el diseño planteado, pero se estima que el proceso de producción de cada unidad sea equivalente a 55 minutos para los ecofloreros y 45 para los portarretratos.

Ahora bien, la empresa laborará en jornada de 8 horas diarias, de 7:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 5:00 pm, y de lunes a sábado, lo que da lugar a los siguientes minutos de operación mensual:

Tabla 24 Tiempo laborado mensual

Tiempo laborado mensual	
Días/Mes	24
Horas/Día	8
Total Horas al mes	192
Minutos/Mes	11.520

En esta misma línea la empresa contará con 4 operarias, que trabajarán en los horarios asignados, lo que da lugar a los siguientes tiempos de producción anual:

Tabla 25 Tiempo laboral anual

Tiempo Laboral personal/año	
Mano de obra operativa	8
Minutos/Mes	11.520
Meses/primer año	12
Capacidad útil/primer año	1.105.920

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se calcula la capacidad anual, teniendo en cuenta el tiempo laboral anual calculado en la tabla anterior, los tiempos de elaboración de cada producto y que se conformarán equipos de cuatro operarias para la elaboración de cada uno de estos; de manera que la empresa cuenta con la capacidad de producir alrededor de 10.054 ecofloreros y 12.288 portarretratos

durante el primer año, las proyecciones de los años posteriores se hicieron con base en el crecimiento del PIB de acuerdo con las cifras del Banco de la República:

Tabla 26 Capacidad Instalada

Descripción	Capacidad Instalada				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ecofloreros	10.054	10.431	10.822	11.228	11.649
Portarretratos	12.288	12.749	13.227	13.723	14.237
TOTAL	22.342	23.180	24.049	24.951	25.886

Fuente: Elaboración propia

3.2 Localización

En este apartado se selecciona la ubicación que podría generar mayores beneficios a la empresa, teniendo en cuenta sus requerimientos y características de operación (Espinoza, 2007), manifiesta que la localización define la ubicación geográfica de la empresa tanto a nivel macro como micro, en función de elementos como la concentración geográfica de la población objetivo, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura. De acuerdo con lo anterior, en el presente apartado se analizan tres alternativas de ubicación a nivel macro y a nivel micro, evaluando los elementos relevantes que podrían tener influencia en la ubicación final.

3.2.1 Macrolocalización

La macro localización consiste en evaluar y seleccionar el sitio que otorga los mayores beneficios a la empresa en un país o ciudad determinada (Machicado & Quiroga, 2016); para la selección de la macro localización de la empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado, se seleccionaron tres alternativas de ubicación, y los factores que guardan mayor relación con el funcionamiento de la empresa; posteriormente se asignó un peso relativo a cada factor teniendo en cuenta su importancia; se dio una

calificación a cada una de las alternativas y la sumatoria de las calificaciones arrojó la puntuación final.

Tabla 27 Macrolocalización

Factores Relevantes	Peso Asignado	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
	Esc.0-1	Cotorra		Lorica		San Pelayo	
		Calificación	Calificación	Calificación	Calificación	Calificación	Calificación
		Esc.1-100	ponderada	Esc.1-100	ponderada	Esc.1-100	ponderada
Económicos							
Crecimiento económico de la región	0,15	60	9	90	13,5	55	8,25
Acceso a centros de distribución y consumo	0,1	60	6	85	8,5	70	7
Vías de comunicación y transporte	0,1	70	7	80	8	75	7,5
Medios de comunicación	0,1	60	6	60	6	60	6
Afluencia de consumidores	0,1	60	6	90	9	70	7
Culturales							
Necesidades e intereses de la comunidad al cuidado del medio ambiente	0,1	65	6,5	70	7	60	6
Demográfico							
Concentración poblacional	0,15	50	7,5	91	13,65	75	11,25
Sociales							
Interés del Municipio	0,1	60	6	85	8,5	70	7
Actitud de la comunidad empresarial	0,1	65	6,5	85	8,5	75	7,5
TOTAL	1		60,5		82,65		67,5

Fuente: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, la alternativa más pertinente para la ubicación de la empresa es el municipio de Lorica, con una puntuación de 82,65, ya que el

municipio muestra mayor crecimiento económico, mayor acceso a centros de distribución y consumo, mayores necesidades e intereses de la comunidad hacia el cuidado del medio ambiente, mayor concentración poblacional y afluencia de consumidores, características íntimamente ligadas con la empresa por la actividad ambientalista que pretende desarrollar, así mismo, el municipio obtuvo mayor puntuación en aspectos relacionados con las regulaciones, el interés del municipio y vías de comunicación y transporte.

3.2.2 Microlocalización

Por su parte la microlocalización permite determinar el punto preciso dentro de la localización macro, donde se construirá la empresa y en la cual se hará la distribución de las instalaciones (Machicado & Quiroga, 2016); para cumplir con lo propuesto se analizarán tres alternativas al centro, sur y norte del municipio de Lorica, como se muestra a continuación:

Tabla 28 Microlocalización

Factores Relevantes	Peso asignado (0-1)	Alternativa de localización					
		Sur de la ciudad		Centro de la ciudad		Norte de la ciudad	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidades locativas	0,15	90	13,5	60	9	75	11,25
Cercanía con el mercado objetivo	0,2	60	12	84	16,8	60	12
Afluencia de clientes	0,1	54	5,4	93	9,3	49	4,9
Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte	0,1	68	6,8	70	7	65	6,5
Facilidad de acceso	0,2	70	14	90	18	76	15,2
Ventilación del local	0,1	79	7,9	80	8	78	7,8
Costo de arriendo del local	0,1	80	8	50	5	70	7
Condiciones de Seguridad	0,05	60	3	80	4	75	3,75
TOTAL	1		70,6		77,1		68,4

Fuente: Elaboración propia

Al proponer y analizar los posibles sitios dentro del municipio, se obtuvo que el centro podría generar mayores beneficios para la empresa, esta alternativa alcanzó una puntuación de 77,1, por factores relevantes como afluencia de clientes, cercanía con el mercado objetivo, ventilación del local, facilidad de acceso, vías de comunicación y transporte y condiciones de seguridad.

3.3 Distribución en planta

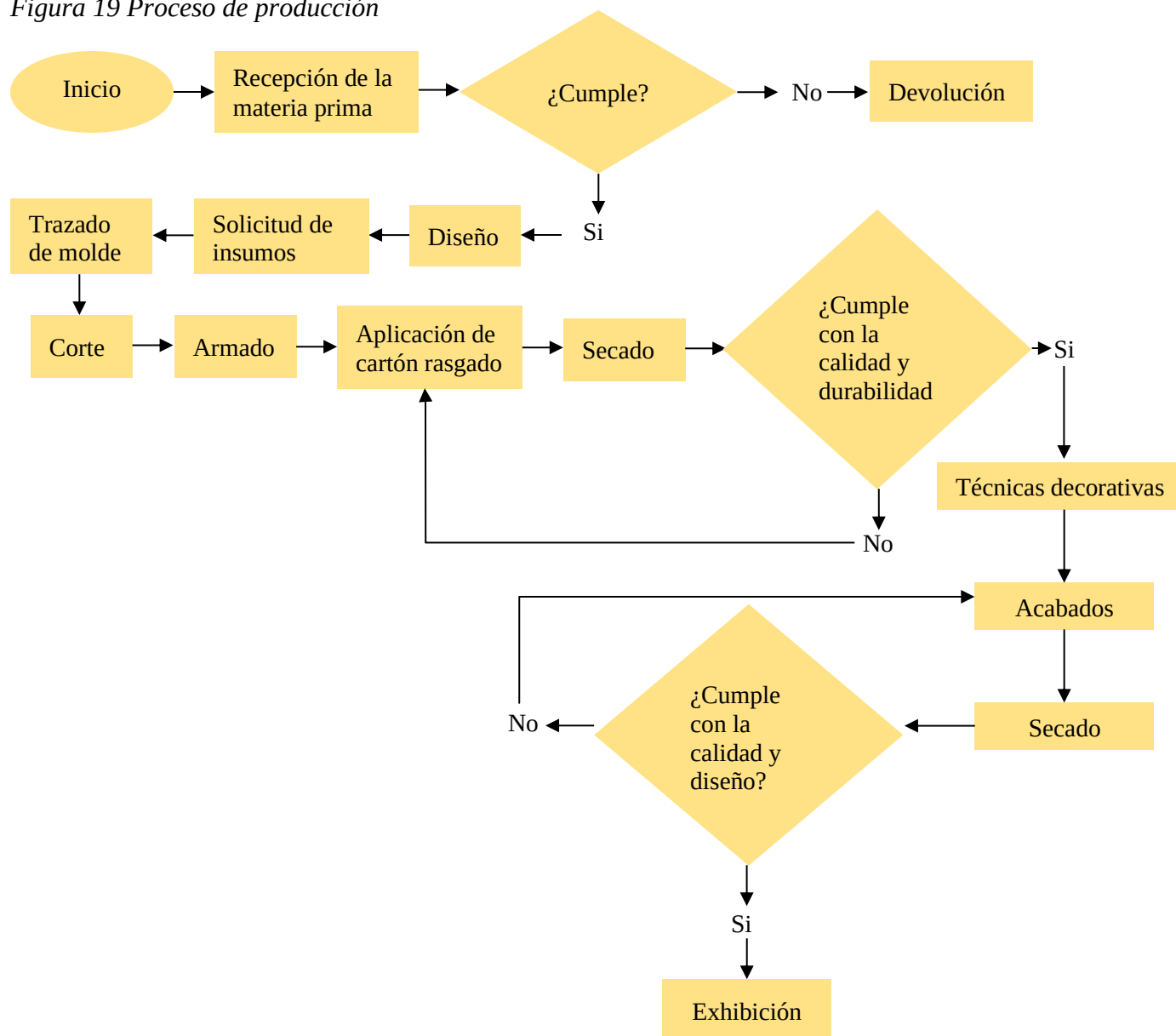
Figura 18 Distribución en planta



Fuente: Elaboración propia

3.4 Proceso de producción

Figura 19 Proceso de producción



Fuente: Elaboración propia

3.4.1 Descripción del proceso

El proceso de producción de los accesorios decorativos a base de cartón reciclado, inicia con el aprovisionamiento de las materias primas e insumos necesarios para la producción, que

viene precedida de un requerimiento de insumos del taller de producción, en donde se administran los materiales de acuerdo con las necesidades; cuando el proveedor reciclador traslada los insumos y materiales a la empresa, son recibidos por el personal encargado de la bodega y se verifica la calidad, cantidad y estado, en caso de existir alguna inconsistencia en alguno de los aspectos señalados se lleva a cabo un proceso de devolución, si se cumple con lo establecido se registran los insumos y/o materiales en el inventario de la empresa y se hace su respectivo almacenamiento.

Seguidamente se encuentra el proceso de producción, que inicia cuando las artistas diseñan el accesorio decorativo; teniendo en cuenta que los portarretratos tendrán diferentes figuras y dimensiones deben solicitar la materia prima requerida según corresponda; y el diseño es plasmado en la máquina encargada del moldeado y corte, teniendo en cuenta las características y dimensiones de cada producto. Posteriormente las operarias se encargan de armar las piezas y comienzan a agregarles capas de cartón troquelado o papel, para dar consistencia al accesorio; los accesorios pasan a la zona de secado, que cuenta con múltiples termo ventiladores, una vez el artículo se encuentre seco, se verifica su calidad, si cumple con las condiciones determinadas pasa a la etapa de decoración, de lo contrario deben incorporarse nuevas capas de cartón o papel, para darle la dureza necesaria.

Se aplican las técnicas decorativas de vintage, craquelado o decoupage, y se agregan los accesorios que sean necesarios; seguidamente se realizan los acabados para dar un toque de exclusividad y belleza, y se verifica que el producto cumpla con los estándares de calidad y diseño establecidos, en caso de que el producto no cumpla estos estándares deberá ser devuelto al proceso de terminación y acabado; finalmente el producto es colocado en exhibición en los mostradores de la empresa para su comercialización.

3.5 Naturaleza jurídica

La empresa espera constituirse como una organización sostenible, desarrollando mejores prácticas industriales para combatir la emergencia climática que experimenta el planeta, por lo que será constituida como una sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), establecidas en el decreto 2046 del 12 de noviembre de 2019, que desde el punto de vista de (Bancolombia, 2020), es una figura societaria que promueve los objetivos de desarrollo sostenible, y es utilizada por las empresas que combinan las ventajas de su actividad comercial y económica, desarrollando acciones concretas para propender por el bienestar de los empleados, aportar a la equidad social del país y contribuir a la protección del medio ambiente.

Para poder aplicar dentro de esta figura societaria, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2019), señala que las empresas deben perseguir los siguientes objetivos fundamentales:

1. Incorporar un propósito social y ambiental, que va más allá de la maximización del interés económico de sus accionistas.
2. Exigir el cumplimiento del propósito descrito para que los directores y gestores de la empresa puedan maximizar el interés social y ambiental descrito en el propósito.
3. Transparencia en el reporte de su impacto empresarial en todas las dimensiones: modelo de negocio, gobierno corporativo, prácticas laborales, prácticas ambientales y prácticas con la comunidad.

3.6 Misión

Somos una empresa ambientalista, que ofrece a la población loriquera una alternativa de decoración ecológica, con accesorios diseñados bajo las premisas de calidad, creatividad y durabilidad; contamos con un equipo de trabajo especializado en aprovechar los recursos

reciclados para crear accesorios originales y creativos, que harán de los espacios externos e internos de los hogares del municipio, lugares llenos de creatividad y belleza.

3.7 Visión

Para el año 2027 seremos la empresa líder de la región cordobesa en la producción y comercialización de artículos decorativos a base de materiales reciclados; generando a través de nuestras prácticas operativas un impacto significativo en la protección del medio ambiente, disminuyendo la producción de residuos sólidos y creando escenarios de participación ambiental para los miembros de la población loriquera.

3.8 Principios y valores

Compromiso: la empresa ha establecido dentro de sus propósitos el bienestar social y ambiental, por lo tanto, todas las actividades que se desempeñen dentro de ella, se orientarán en la protección de los intereses del medio Ambiente, los trabajadores, proveedores, colaboradores, clientes y sociedad en general.

Conciencia ambientalista: la responsabilidad de la compañía con su entorno se manifiesta en sus actuaciones y prácticas productivas, que toman como materia prima un producto que si se desecha puede generar enormes afectaciones al medio ambiente, para crear una alternativa de decoración ecológica.

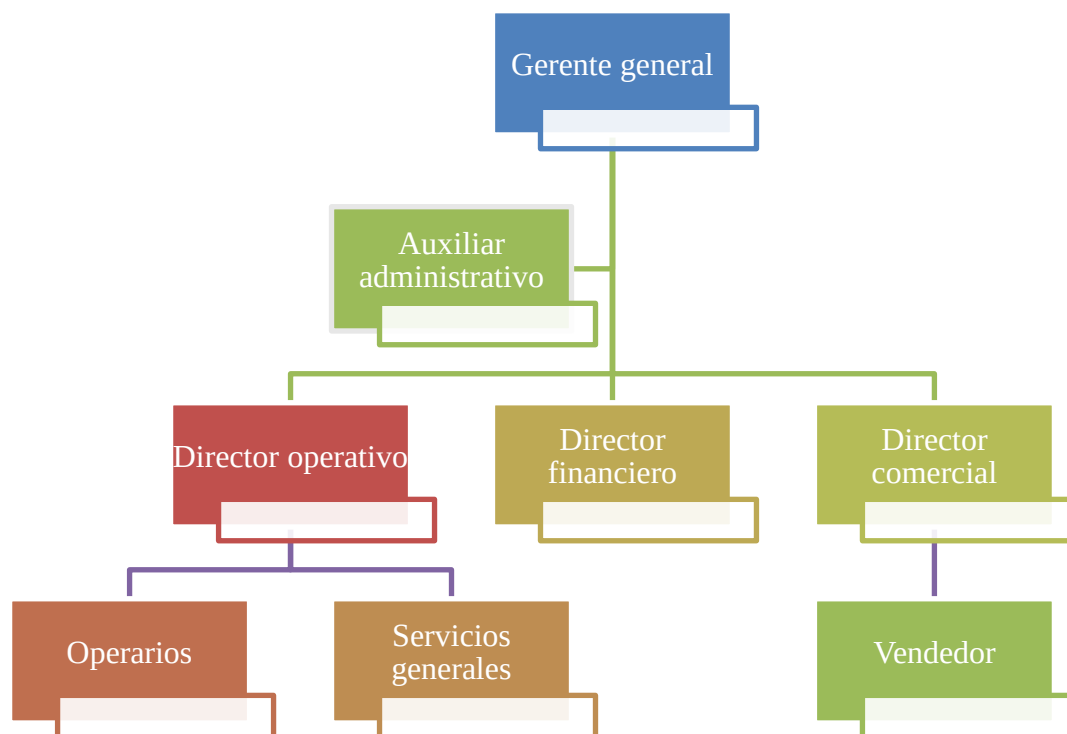
Transparencia: el principal interés de la empresa es el beneficio social y ambiental que puede producir su actividad, por lo que todas las decisiones y actividades que se desempeñen deben basarse en la honestidad y la transparencia y perseguir este objetivo.

Trabajo en equipo: contamos con un grupo de colaboradores capaces de integrar sus habilidades y aptitudes para conformar equipos de trabajo eficientes, orientados en proporcionar bienestar al medio ambiente y la sociedad.

3.9 Organigrama

El organigrama o estructura organizacional es definida por (Montoya, 2010), como una figura que representa la estructura forma de una organización, en la cual se pueden visualizar las relaciones del personal de una empresa, sus líneas de autoridad, la comunicación vertical y horizontal, las unidades departamentales, entre otros. Teniendo en cuenta la importancia del organigrama para el funcionamiento de toda organización, se diseñó la siguiente gráfica para la empresa estudiada:

Figura 20 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

3.10 Manual de funciones

Tabla 29 Manual de funciones gerente general

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Directivo
Denominación:	Gerente general
No. de cargos:	1
Área:	Administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Junta de Socios
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Profesional en Administración y afines.
Requisitos de experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos gerenciales.
III. Objetivo del cargo	
Administrar eficientemente los recursos de la empresa, garantizando el bienestar de los colaboradores, la satisfacción de los clientes y la protección del medio ambiente.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, conocimientos a nivel avanzado de Office, iniciativa, integridad, liderazgo, resolución de conflictos, habilidades comunicativas, habilidades de Planeación Neurolingüística, adaptación al cambio, resolución de problemas, tolerancia a la presión, innovación, organización.	
V. Funciones esenciales	
1. Guiar al personal de la empresa hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales. 2. Representar legalmente a la empresa. 3. Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades que se desarrollen en la empresa. 4. Crear una cultura organizacional fuerte y sólida. 5. Administrar eficientemente los recursos económicos de la empresa. 6. Garantizar la seguridad laboral de los miembros de la empresa 7. Crear sistemas de evaluación de desempeño. 8. Despertar la motivación de los empleados 9. Constituir un equipo de trabajo eficiente, íntegro y capaz de integrar sus conocimientos, actitudes y habilidades para ofrecer un excelente producto. 10. Garantizar la orientación al consumidor en todas las prácticas que se lleven a cabo en la empresa. 11. Velar por el estricto cumplimiento de los propósitos ambientales de la empresa. 12. Establecer y mantener las relaciones de la empresa con terceros. 13. Supervisar el eficiente desempeño de los empleados 14. Tomar las decisiones en materia de inversión y financiamiento, en compañía del director financiero. 15. Promover el cuidado del medio ambiente. 16. Desarrollar y fomentar campañas de promoción y prevención del cuidado del entorno. 17. Elaborar informes periódicos para la junta de socios.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30 Manual de funciones auxiliar administrativo

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Técnico
Denominación:	Auxiliar Administrativo
No. de cargos:	1
Área:	Administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Técnico o Tecnólogo en administración, contabilidad y afines.
Requisitos de experiencia:	Mínimo un (1) año en cargos similares.
III. Objetivo del cargo	
Proveer a la gerencia general de la empresa el apoyo en las actividades de planeación, administración, dirección y control de la compañía.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, conocimientos a nivel avanzado de Office, transparencia, honestidad, puntualidad, organización, integridad, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de problemas, tolerancia a la presión, respeto, atención al cliente.	
V. Funciones esenciales	
1. Administrar la correspondencia física y digital de la empresa. 2. Interactuar con los clientes, ofrecer apoyo y resolver sus dudas e inconvenientes. 3. Administrar los archivos físicos y digitales de la empresa. 4. Recepción y envío de los mensajes, llamadas y demás formas de comunicación de la empresa con terceros. 5. Verificar las necesidades de materiales e insumos de la empresa. 6. Realizar las compras de materiales e insumos según las necesidades de la empresa. 7. Realizar procesos básicos de contabilidad, como apoyo a la gerencia general. 8. Informar a su jefe inmediato de cualquier novedad que se presente en su ausencia. 9. Apoyar al jefe inmediato en la supervisión del cumplimiento de las funciones de los miembros de la empresa. 10. Coordinar las citas, reuniones, entrevistas, eventos corporativos, entre otros similares. 11. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 Manual de funciones director financiero

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Profesional
Denominación:	Director financiero
No. de cargos:	1
Área:	Administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Profesional en administración financiera
Requisitos de experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos similares.
III. Objetivo del cargo	
Administrar los recursos económicos y financieros de la empresa, garantizando su uso eficiente y la transparencia de las actividades financieras.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, inversión, financiamiento, visión al futuro, habilidades analíticas, habilidades de negociación, visión medioambiental, liderazgo, toma de decisiones, transparencia, honestidad, integridad, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, tolerancia a la presión, respeto.	
V. Funciones esenciales	
1. Gestionar, evaluar y seleccionar las fuentes de financiamiento de la empresa. 2. Determinar las necesidades financieras de la empresa. 3. Estudiar las alternativas de inversión y guiar al gerente en este campo. 4. Elaborar los estados financieros y contables de la empresa. 5. Realizar el pago de nómina de la empresa y demás obligaciones económicas. 6. Establecer el presupuesto anual de la empresa. 7. Determinar el punto de equilibrio, los precios de venta y demás variables económicas de la empresa. 8. Gestionar la liquidez de la empresa. 9. Realizar los análisis económicos y financieros de la empresa. 10. Asignar y controlar los costos asociados a la operación de la empresa. 11. Elaborar los informes financieros y contables de la empresa 12. Presentar los informes financieros y contables a la junta de socios. 13. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32 Manual de funciones director operativo

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Profesional
Denominación:	Director operativo
No. de cargos:	1
Área:	Operativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente general
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Ingeniero ambiental
Requisitos de experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos similares.
III. Objetivo del cargo	
Dirigir las actividades operativas de la empresa, orientando sus funciones en la seguridad del personal y la protección del medio ambiente.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, visión medioambiental, liderazgo, toma de decisiones, transparencia, honestidad, integridad, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, tolerancia a la presión, respeto, conocimientos científicos y ambientales, pensamiento estratégico y creativo, inteligencia emocional, conocimientos del uso sostenible del ambiente, gestión ambiental.	
V. Funciones esenciales	
1. Formular los planes y programas del área operativa. 2. Evaluar y controlar las actividades desempeñadas por el área operativa de la empresa. 3. Supervisar el cumplimiento de las funciones del personal a su cargo. 4. Suministrar al personal las herramientas e insumos necesarios para la producción. 5. Realizar el control y gestión del inventario de materiales e insumos. 6. Planificar el uso sostenible de los recursos medioambientales necesarios en producción. 7. Elaborar estudios de impacto ambiental. 8. Motivar al personal operativo 9. Preparar y presentar los informes sobre las actividades desarrolladas por el área operativa, con la periodicidad requerida. 10. Informar a su jefe inmediato de cualquier novedad o anomalía en el área operativa. 11. Diseñar medidas de mitigación y control de procesos contaminantes. 12. Proponer políticas medioambientales para el personal de la empresa. 13. Velar por el estricto cumplimiento de las medidas ambientales de la empresa. 14. Seguimiento y cumplimiento de los indicadores de producción. 15. Verificar y garantizar la calidad de los productos terminados. 16. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33 Manual de funciones operarios

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Técnico
Denominación:	Operarios
No. de cargos:	4
Área:	Operativa
Cargo del jefe inmediato:	Director operativo
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Formación artística
Requisitos de experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos similares.
III. Objetivo del cargo	
Diseñar y elaborar los accesorios decorativos a base de cartón reciclado, bajo las premisas de calidad, creatividad y durabilidad.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, visión medioambiental, transparencia, honestidad, integridad, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, tolerancia a la presión, respeto, creatividad, organización, conocimiento en artes plásticas, habilidad para el manejo de herramientas, conocimiento de máquinas de troquel, puntualidad.	
V. Funciones esenciales	
1. Seguir los planes y programas del área operativa. 2. Realizar los requerimientos de insumos y materia prima de su actividad. 3. Diseñar la estructura de los accesorios decorativos en un boceto. 4. Seleccionar los moldes a utilizar y cortarlos. 5. Elaborar los aplicados de cartón para darle fuerza al producto. 6. Realizar el proceso de armado de los accesorios decorativos. 7. Verificar el estado de los productos. 8. Garantizar el secado eficiente de los productos. 9. Aplicar las técnicas de decoración a los artículos. 10. Informar a su jefe inmediato de cualquier novedad o anomalía en el área operativa. 11. Proponer mejoras en los procesos del área operativa. 12. Utilizar eficientemente los recursos y herramientas a su cargo. 13. Garantizar el cuidado del medio ambiente durante el cumplimiento de sus funciones. 14. Cumplir con los programas de producción. 15. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Manual de funciones director comercial

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Profesional
Denominación:	Director Comercial
No. de cargos:	1
Área:	Administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Gerente General
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Profesional en negocios, marketing y afines.
Requisitos de experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos similares.
III. Objetivo del cargo	
Dirigir las campañas de marketing y ventas de la empresa.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, visión medioambiental, transparencia, honestidad, integridad, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, tolerancia a la presión, respeto, trabajo en equipo, conocimientos en marketing digital, habilidades de diseño, habilidades de persuasión, habilidades de planeación neurolingüística.	
V. Funciones esenciales	
1. Diseñar los planes de marketing de la empresa. 2. Desarrollar las campañas de publicidad para dar a conocer el producto. 3. Realizar la gestión y el posicionamiento de la marca. 4. Definir las estrategias de marketing para la oferta de los productos. 5. Gestionar las plataformas digitales de la empresa (redes sociales, página web). 6. Dirigir al personal de ventas. 7. Diseñar los planes de venta mensual. 8. Realizar estudios de factibilidad para ingresar nuevos productos al mercado. 9. Elaborar los cronogramas de pedidos de los clientes. 10. Garantizar una excelente atención al cliente. 11. Supervisar al personal de ventas. 12. Entregar informes de venta al gerente general. 13. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Manual de funciones asistencial

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Asistencial
Denominación:	Servicios generales
No. de cargos:	1
Área:	Operativa
Cargo del jefe inmediato:	Director Operativo
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Ninguno.
Requisitos de experiencia:	Mínimo un (1) año en cargos similares.
III. Objetivo del cargo	
Desempeñar labores orientadas a satisfacer las necesidades de limpieza, organización y desinfección de las instalaciones de la empresa.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, visión medioambiental, normas de higiene y seguridad, puntualidad.	
V. Funciones esenciales	
1. Asear, organizar y desinfectar las instalaciones internas y externas de la empresa. 2. Clasificar los residuos que se generen en la empresa. 3. Dar uso racional y eficiente a los insumos suministrados por la empresa. 4. Dar uso racional y eficiente a los recursos (agua, energía) y evitar la contaminación y las sobras de alimentos. 5. Llevar a cabo la apertura y cierre de puertas y control de llaves y de acceso de personal a las instalaciones, recibéndolas y acompañándolas cuando lo soliciten. 6. Reportar condiciones inseguras observadas en las áreas de trabajo y los eventos adversos, incidentes y accidentes de trabajo, inmediatamente después de su ocurrencia. 7. Utilizar los implementos de seguridad personal. 8. Apoyar labores de mantenimiento cuando sea necesario. 9. Administrar eficientemente los residuos sólidos de la empresa. 10. Garantizar el cuidado del medio ambiente durante el cumplimiento de sus funciones. 11. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Manual de funciones administrativo

Manual de Funciones	
I. Identificación del cargo	
Nivel:	Administrativo
Denominación:	Vendedor
No. de cargos:	2
Área:	Administrativa
Cargo del jefe inmediato:	Director Comercial
II. Requisitos Mínimos	
Requisitos de formación:	Técnico en ventas
Requisitos de experiencia:	Mínimo un (1) año en cargos similares.
III. Objetivo del cargo	
Comercializar los productos de la empresa, ofreciendo un excelente servicio de atención.	
IV. Competencias y habilidades	
Conocimientos en materia de responsabilidad social y ambiental, conciencia ambientalista, visión medioambiental, transparencia, honestidad, integridad, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, tolerancia a la presión, respeto, carisma, orientación al consumidor, expresión oral, habilidades neurolingüísticas.	
V. Funciones esenciales	
1. Atender cordialmente a los clientes. 2. Mantener organizada el área de ventas. 3. Recibir los pagos de los clientes. 4. Efectuar las ventas del producto a los clientes. 5. Contactarse con los clientes y cumplir con los pedidos requeridos. 6. Establecer un nexo de fidelidad entre el cliente y la empresa 7. Integrarse a las actividades de marketing de la empresa. 8. Garantizar el cuidado del medio ambiente durante el cumplimiento de sus funciones. 9. Informar al jefe inmediato sobre las ventas realizadas y las necesidades de productos para la venta. 10. Efectuar los pedidos acordes a un cronograma previamente establecido. 11. Ofrecer una atención cálida y cordial a los clientes. 12. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

4 Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental

4.1 Impacto social

La contaminación ambiental propiciada por los desechos sólidos presenta en la actualidad, ha generado una gran connotación en el mundo entero, debido a los efectos nocivos que produce sobre los ecosistemas y en particular, sobre la salud humana, como expresan (Álvarez, 2017) el crecimiento urbano e industrial y el excesivo consumo de bienes y servicios han aumentado la cantidad de residuos y desechos sólidos producidos a nivel mundial, y el desconocimiento e irresponsabilidad del ser humano frente a la disposición final de estos, ha dado lugar al surgimiento de innumerables enfermedades, que ponen en riesgo su vida y afectan drásticamente el equilibrio de la naturaleza. Sin embargo, muchos de los residuos sólidos pueden recibir un tratamiento eficiente a través del reciclaje y disminuir las afectaciones del medio ambiente y quienes conviven en él.

Bajo esta premisa, la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios para el hogar a base de cartón reciclado, se convierte en una alternativa de reutilización de un producto que causa enormes perjuicios al medio ambiente por su proceso de fabricación y descomposición, lo que genera un impacto positivo a la salud de los pobladores y el entorno en el que se desenvuelven a diario, pues como enfatiza (Lett, 2014) la reutilización es indispensable para disminuir el impacto causado por las actividades humanas sobre el medio ambiente, al otorgarle a los residuos un papel dominante, sustentado en su reutilización inteligente, para que el residuo pierda su condición de tal y se convierta en la materia prima de nuevos productos, con un mínimo gasto energético.

Así mismo, la creación de esta empresa, podrá promover en la comunidad una conducta reflexiva sobre las alteraciones que su conducta puede propiciar en el medio ambiente,

fomentando una cultura ecológica y generando conciencia; con lo que se espera que las personas adquieran la criticidad necesaria para proteger y defender su entorno, teniendo en cuenta que “la educación es la mejor vía para organizar la transformación social y ambiental; contribuye a una conciencia integral de nuestra situación en el planeta y es un agente importante en la transición a una nueva fase ecológica de la humanidad” (Castillo, 2010, pág. 100).

En esta misma línea, se espera a través de la creación de empresa reducir los botaderos a cielo abierto que se encuentran en diversos espacios del municipio, así la comunidad podrá disfrutar de espacios públicos sin recibir olores contaminantes y exponerse al riesgo de contraer enfermedades respiratorias; estos espacios a su vez, promueven la integración social, como manifiesta (Montero, 2010), si se crean espacios donde las personas interactúen con otros miembros de la población, destacando el papel significativo del contacto que las personas tienen entre sí, que hace que cada una de las partes se sienta parte de un grupo, se crea sentimiento de pertenencia y menor tolerancia al delito y situaciones de inseguridad en la población.

4.2 Impacto Económico

En relación al impacto económico, la empresa podrá constituirse como un sujeto generador de empleo en la región bajo sinuana, de manera directa, a través del requerimiento de personal operativo y administrativo para su eficiente funcionamiento; e indirectamente mediante la compra de la materia prima a las familias y/o recicladores de la región que deseen participar en la actividad del reciclaje y obtener una nueva fuente de ingresos. Ahora bien, lo anterior da lugar a la existencia de nuevas oportunidades laborales para los miembros de la población loriquera, lo que sin lugar a dudas se convierte en una enorme contribución desde los entornos económico y social, ya que como propone la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2018) el empleo es un factor determinante de la calidad de vida, sirve para atender las necesidades materiales,

guarda relación con la realización personal, pero también actúa como elemento de cohesión de las personas en una sociedad, al proporcionar un lugar seguro y una conexión con los demás (compañeros, empleadores, empleados y con la sociedad en su conjunto).

En esta misma línea, la reutilización de materiales, puede ser vista como una estrategia económica, en la medida en que permite la recuperación de componentes o elementos que son eficientes desde el punto de vista ecológico, puede ser el punto de partida para generar un mercado alternativo de productos, que, por haber sido utilizados anteriormente, resulten más económicos.

Por otra parte, se espera contribuir económicamente a los recicladores de la región, porque a pesar de que su trabajo es un elemento de suma importancia para el cuidado del medio ambiente, porque contribuyen a su conservación y cuidado, y para los habitantes de la ciudad, porque les ofrece la posibilidad de tener ambientes sanos, en la mayoría de los casos son personas que se encuentran en enormes condiciones de vulnerabilidad, como indican (Arias, Tiboche, & Gómez, 2017), en Colombia existen aproximadamente 50.000 mil familias que tienen como actividad principal para su sustento, la recolección de residuos sólidos para el reciclaje, quienes realizan estas labores en condiciones socioeconómicas muy bajas, lo cual genera paradigmas sociales, puesto que esta población es caracterizada como familias de muy bajos recursos, por lo que se deben promover proyectos que contribuyan a mejorar su bienestar económico y social.

Finalmente, la constitución y puesta en marcha de la empresa también contribuye al comercio local, que se convertirá en el proveedor de los insumos y materiales necesarios para el funcionamiento de la empresa; y la empresa contribuirá a través del pago de impuestos con las obligaciones que le corresponden para un mejor desarrollo del municipio y el país.

4.3 Impacto ambiental

Como se mencionó con anterioridad, la contaminación por residuos sólidos como el cartón es cada vez más común en los diferentes espacios urbanos de las ciudades de Colombia, de manera que la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado, se convierte en un elemento de suma importancia desde el punto de vista ambiental y genera un impacto altamente positivo en el entorno.

En primer lugar, porque a través del reciclaje y la reutilización de este tipo de materiales, se podrá reducir la producción de residuos sólidos de la cabecera municipal de Lorica, y contribuir al manejo de los mismos por parte de la administración, pues, como manifiesta (Núñez, 2018), los residuos sólidos urbanos representa una problemática para las administraciones municipales en Colombia, teniendo en cuenta la falta de aprovechamiento y la baja frecuencia y eficiencia en la prestación del servicio de aseo que viven la mayoría de los municipios.

En ese sentido, la ejecución del proyecto se encuentra íntimamente ligado con el objetivo 13 de desarrollo sostenible, al tratarse de la producción y comercialización de un producto que permitirá combatir el cambio climático y sus efectos; principalmente en las metas relacionadas con la incorporación de políticas, estrategias y planes relativos al cambio climático, la mejora de la educación, la sensibilización y la capacidad humana para la mitigación del mismo, la promoción de mecanismos de planificación y gestión en regiones menos adelantadas y la participación de las mujeres (encargadas de realizar las manualidades en la empresa), la comunidad local (podrá reciclar el cartón producido en su hogar) y población marginada (recicladores de la región) (ONU, 2020).

Así mismo, se contribuye a la mejora de la calidad de vida de la comunidad loriquera, recuperando un material tan común como el cartón y generando conciencia acerca de las estrategias de selección, clasificación y aprovechamiento que pueden aplicar para contribuir al cuidado de su entorno; este aspecto, es necesario para la población objeto de estudio, teniendo en cuenta la relación que guarda la generación de residuos sólidos con el crecimiento de la población, y que Lorica es considerado como uno de los municipios del departamento de Córdoba con mayor población, de manera que si continúa el aumento de la población y los hábitos acelerados de consumo, se puede dar lugar a una generación cada vez mayor, y si no se aprovechan los residuos, se podría propiciar una disminución en la vida útil de los rellenos sanitarios que posee el municipio, e incluso generar la necesidad de contar con mayores terrenos o espacios para la disposición de estas basuras, espacios que generan efectos negativos al suelo, aire y agua.

Siguiendo con este argumento, los principales beneficios ambientales de la creación y puesta en marcha de la empresa son:

- ✓ La implementación de programas de aprovechamiento que se constituyen como una estrategia de conservación de energía, porque se requiere menos consumo para hacer los productos provenientes del reciclaje.
- ✓ Se disminuye la tala de árboles, propiciada por la fabricación de papel y cartón.
- ✓ Se introduce al mercado un producto alternativo a los elaborados a base de materiales sintéticos, cuya degradabilidad es lenta y genera enormes perjuicios a la naturaleza.
- ✓ Se disminuyen las necesidades de construcción de rellenos sanitarios y su operación, con lo que además de contribuir al suelo, se pueden aprovechar estos recursos para sectores como salud, educación y vivienda.

- ✓ Se contribuye a la mejora de la calidad de vida de los miembros de la comunidad que viven cerca de botaderos a cielo abierto.
- ✓ Se disminuye el riesgo de enfermedades o muertes producidas por la contaminación atmosférica.
- ✓ El pasivo ambiental se reduciría significativamente al dejar de enterrar miles de toneladas de residuos, adquiriendo de esta manera un compromiso por la conservación y cuidado del ambiente.
- ✓ Se promueve en la población una cultura ambientalista, destacando la importancia de reflexionar acerca de su conducta, sus límites y cómo sus acciones pueden causar perjuicios a la naturaleza y los seres vivos que la habitan.

5 Módulo Financiero

Para determinar la factibilidad de la empresa desde el ámbito financiero es necesario cuantificar los costos, gastos, inversiones y demás elementos financieros que se encuentran asociados con el diseño de las estrategias de mercado, técnicas y operativas abordadas en los anteriores capítulos, como manifiesta (Reyes, 2014), el objetivo fundamental de este módulo es determinar con base en los estudios de mercado, técnico y administrativo, la viabilidad y/o éxito financiero del proyecto, para ello, se debe analizar la posibilidad cierta de que se generen los beneficios económicos futuros de acuerdo con las inversiones que deben realizarse para hacer el proyecto realidad.

5.1 Inversiones fijas

En el siguiente apartado se describen las inversiones fijas necesarias para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado, los valores unitarios que se muestran a continuación, se obtuvieron a través de cotizaciones en plataformas de comercio electrónico (Mercado libre, Alibaba, Amazon, Linio). En este grupo se encuentran los desembolsos que deben llevarse a cabo para la compra de los activos requeridos para el funcionamiento de la empresa, dentro de los cuales se encuentran las obras físicas, que se utilizarán para la adecuación de la planta de producción; el equipo de computación y comunicación, que será utilizado por el personal administrativo de la empresa; así como la inversión en el mobiliario, que se utilizará para el equipamiento de las instalaciones de la empresa, teniendo en cuenta sus necesidades.

Tabla 37 Inversión en obras físicas

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Construcciones y edificaciones	1	180.000.000	180.000.000	45
Total			\$ 180.000.000	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestran las necesidades en obras físicas del proyecto, que está conformada por construcciones y edificaciones por un valor de \$180.000.000.

Tabla 38 Inversión en maquinaria y equipo

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Troqueladora industrial de cartón	1	31.573.500	31.573.500	10
Termoventilador industrial	6	269.640	1.617.840	10
Tijeras de precisión	12	106.226	1.274.712	10
Pistola de silicona	12	46.850	562.200	10
Cuchillas	120	4.990	598.800	10
Set de reglas	6	88.708	532.248	10
Pinzas	12	29.000	348.000	10
Potes para cola	12	12.000	144.000	10
Vectores	40	15.000	600.000	10
Paletas de mezcla	12	152.550	1.830.600	10
Set de brochas	6	106.000	636.000	10
Bisturíes	12	15.500	186.000	10
Escuadras	12	36.800	441.600	10
Set de pinceles	6	145.990	875.940	10
Total			\$ 41.221.440	

Fuente: Elaboración propia

Para la transformación de la materia prima, los operarios requieren de un conjunto de máquinas y herramientas que facilitarán sus actividades y les permitirán llevar a cabo un proceso productivo eficiente.

Tabla 39 Inversión en equipo de computación y comunicación

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Computador Lenovo Amd Ryzen 5 8gb 1tb	6	2.799.900	16.799.400	5
Impresora Inyección Multifuncional Ecotank Epson	1	619.900	619.900	5
Teléfono De Escritorio De Oficina	3	177.154	531.462	5
Total			17.950.762	

Fuente: Elaboración propia

Los activos que se muestran en la tabla anterior, corresponden a los equipos de comunicación y computación, que necesita la empresa para mantener la comunicación con sus grupos de interés y realizar las labores administrativas y comerciales, cuyo valor es equivalente a \$17.950.762.

Tabla 40 Inversión en muebles y enseres

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Combo Silla Oficina 0091wd Y Escritorio Oskey	5	675.000	3.375.000	10
Mesa para sal de juntas	1	1.600.000	1.600.000	10
Silla Escritorio Brazos Neumática	8	179.900	1.439.200	10
Combo de mesas y sillas para cafetería	1	625.000	625.000	10
Mesa Industrial, Madera Rústica	4	370.000	1.480.000	10
Silla brazos rimaz	8	35.000	280.000	10
Estante Metálico Industrial 4 Niveles	3	1.259.000	3.777.000	5
Exhibidor de productos	3	259.900	779.700	5
Archivador De Tres Gavetas Con Tapa	4	318.000	1.272.000	5

Aire Acondicionado Convencional Mabe	7	1.099.900	7.699.300	5
Ventilador De Techo	10	173.000	1.730.000	5
Silla Negra Interlocutora, Recepción De Espera	6	127.000	762.000	10
Sofá Palet Estibas + Cojines En Lona	2	249.900	499.800	10
Licuada Silenciosa Black+decker	1	194.940	194.940	5
Sanduchera Waflera Eléctrica Parrillera Oster	1	199.700	199.700	5
Nevera mabe mini	1	685.900	685.900	5
Cafetera Kalley Espresso	1	229.900	229.900	5
Total			26.629.440	

Fuente: Elaboración propia

La inversión en muebles y enseres que se muestra en la tabla anterior, hace referencia al equipo que se utilizará para el equipamiento mobiliario de las instalaciones, para determinar las cantidades necesarias se tuvieron en cuenta los espacios o instalaciones físicas con que cuenta la empresa, el valor total de esta inversión es de \$26.629.440.

5.2 Inversiones diferidas

En la siguiente tabla se muestran las inversiones diferidas o preoperativas, que corresponden a los montos de capital que la empresa debe efectuar durante el periodo previo a su constitución, dentro de las cuales se pueden destacar los estudios técnicos, de mercado, gastos de organización, montaje, trámites, licencias e imprevistos.

Tabla 41 Inversión en activos intangibles

Detalle de Inversión	Costo total
Estudio de prefactibilidad	900.000
Estudio de factibilidad	1.200.000
Trámites y licencias	4.200.000
Montaje y puesta en marcha	1.100.000
Gastos de organización	800.000
Imprevistos	760.000
Total Inversión en Activos Intangibles	8.960.000

Fuente: Elaboración propia

5.3 Distribución de costos

Partiendo de la premisa que para la puesta en marcha de una empresa se deben incurrir en costos y gastos asociados con la actividad que se pretende realizar en el mercado, en las siguientes tablas se discriminan los costos en los que se incurre en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado.

Tabla 42 Costo de mano de obra

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Costo total
Mano de Obra Directa				
Director Operativo	2.500.000	30.000.000	15.255.600	45.255.600
Operarios (8)	11.200.000	134.400.000	68.345.088	202.745.088
Subtotal MOD				248.000.688
Mano de Obra Indirecta				
S. Generales	908.526	10.902.312	5.544.044	16.446.356
Subtotal MOI				16.446.356
Total				264.447.044

Fuente: Elaboración propia

Dentro del costo de mano de obra se encuentran los honorarios que deben ser pagados al personal que participa en las actividades operativas de la empresa, ya sea de forma directa o indirecta. la primera forma está relacionada con el empleo de los conocimientos artísticos de los operarios que se encargarán de la transformación del cartón en un producto decorativo, mientras que la segunda a quienes respaldan el proceso mencionado, dentro de los que se encuentran el

auxiliar de servicios generales que apoyará las actividades de adecuación y limpieza del área de trabajo. Para el cálculo de las prestaciones sociales se utilizó un sobrecosto en términos porcentuales del 50,85%, que corresponden a salud, pensión, parafiscales, cesantías, prima, vacaciones y ARL de primer nivel.

Tabla 43 Costo de materiales primer año de operación

Material	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Materiales directos				
Cartón reciclado (100cm x 70cm)	Kilogramo	59.206	350	20.722.100
Papel periódico	hojas	67.026	216	14.477.616
Pintura acrílica	Pomo	559	258.500	144.385.175
Servilletas decorativas	Unidad	223.420	400	89.368.000
Pegante cola blanca	Kg	11.171	11.775	131.540.759
Subtotal MD				400.493.650
Total				400.493.650

Fuente: Elaboración propia

El costo por materiales corresponde a las materias primas e insumos indispensables para la fabricación de los accesorios decorativos, alcanzando un costo de \$400.493.650.

Tabla 44 Costo de servicios primer año de operación

Servicios	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Internet	Gb	12	89.000	1.068.000
Energía	Kw/Hora	12	230.000	2.760.000
Acueducto y alcantarillado	M3	12	150.000	1.800.000
Teléfono	Impulso	12	87.000	1.044.000
Gas natural	Kw/Hora	12	120.000	1.440.000
Total				8.112.000

Fuente: Elaboración propia

Los servicios que se muestran en la tabla anterior, deberán ser suministrados por terceros para que la empresa cuente con las condiciones y características necesarias para la producción del bien que se espera comercializar, la atención al cliente, desarrolle las actividades administrativas y comerciales, y demás necesidades de las personas que utilizan sus instalaciones.

Tabla 45 Gasto por depreciación

Activos	Vida Útil	Costo	2022	2023	2024	2025	2026	Valor Residual
Construcciones y edificaciones	45	180.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	160.000.000
Troqueladora industrial de cartón	10	31.573.500	3.157.350	3.157.350	3.157.350	3.157.350	3.157.350	15.786.750
Termo ventilador industrial	10	1.617.840	161.784	161.784	161.784	161.784	161.784	808.920
Tijeras de precisión	10	1.274.712	127.471	127.471	127.471	127.471	127.471	637.356
Pistola de silicona	10	562.200	56.220	56.220	56.220	56.220	56.220	281.100
Cuchillas	10	598.800	59.880	59.880	59.880	59.880	59.880	299.400
Set de reglas	10	532.248	53.225	53.225	53.225	53.225	53.225	266.124
Pinzas	10	348.000	34.800	34.800	34.800	34.800	34.800	174.000
Potes para cola	10	144.000	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	72.000
Vectores	10	600.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	300.000
Paletas de mezcla	10	1.830.600	183.060	183.060	183.060	183.060	183.060	915.300
Set de brochas	10	636.000	63.600	63.600	63.600	63.600	63.600	318.000
Bisturíes	10	186.000	18.600	18.600	18.600	18.600	18.600	93.000
Escuadras	10	441.600	44.160	44.160	44.160	44.160	44.160	220.800
Set de pinceles	10	875.940	87.594	87.594	87.594	87.594	87.594	437.970
Computador Lenovo Amd Ryzen 5 8gb 1tb	5	16.799.400	3.359.880	3.359.880	3.359.880	3.359.880	3.359.880	-
Impresora Inyección	5	619.900	123.980	123.980	123.980	123.980	123.980	-

Multifuncional Ecotank Epson Teléfono De Escritorio De Oficina	5	531.462	106.292	106.292	106.292	106.292	106.292	-
Combo Silla Oficina 0091wd Y Escritorio Osky	10	3.375.000	337.500	337.500	337.500	337.500	337.500	1.687.500
Mesa para sal de juntas	10	1.600.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	800.000
Silla Escritorio Brazos Neumática	10	1.439.200	143.920	143.920	143.920	143.920	143.920	719.600
Combo de mesas y sillas para cafetería	10	625.000	62.500	62.500	62.500	62.500	62.500	312.500
Mesa Industrial, Madera Rústica	10	1.480.000	148.000	148.000	148.000	148.000	148.000	740.000
Silla brazos rimaz	10	280.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	140.000
Estante Metálico Industrial 4 Niveles	5	3.777.000	755.400	755.400	755.400	755.400	755.400	-
Exhibidor de productos	5	779.700	155.940	155.940	155.940	155.940	155.940	-
Archivador De Tres Gavetas Con Tapa Aire Acondicionado Convencional Mabe	5	1.272.000	254.400	254.400	254.400	254.400	254.400	-
Ventilador De Techo	5	7.699.300	1.539.860	1.539.860	1.539.860	1.539.860	1.539.860	-
Silla Negra Interlocutora, Recepción De Espera	5	1.730.000	346.000	346.000	346.000	346.000	346.000	-
Sofá Palet Estibas + Cojines En Lona	10	762.000	76.200	76.200	76.200	76.200	76.200	381.000
Licuadora Silenciosa Black+decker	10	499.800	49.980	49.980	49.980	49.980	49.980	249.900
Sanduchera Waflera Eléctrica Parrillera Oster	5	194.940	38.988	38.988	38.988	38.988	38.988	-
Nevera mabe mini	5	199.700	39.940	39.940	39.940	39.940	39.940	-
Cafetera Kalley Espresso	5	685.900	137.180	137.180	137.180	137.180	137.180	-
Total			16.032.084	16.032.084	16.032.084	16.032.084	16.032.084	185.641.220

Fuente: Elaboración propia

A medida que pasa el tiempo los activos fijos de la empresa sufren una pérdida de valor que debe ser asumida desde el punto de vista contable y financiero, es por ello que en la anterior tabla se muestra la depreciación de los activos durante un periodo de estudio de cinco años, y el valor residual de los mismos al cabo de cinco años.

Tabla 46 Remuneración al personal administrativo

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Remuneración Total Anual
Director general	3.200.000	38.400.000	19.526.400	57.926.400
Asistente Adm.	1.200.000	14.400.000	7.322.400	21.722.400
Director financiero	2.300.000	27.600.000	14.034.600	41.634.600
Director comercial	2.300.000	27.600.000	14.034.600	41.634.600
Vendedor	1.200.000	14.400.000	7.322.400	21.722.400
Total				184.640.400

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro anterior se muestran los honorarios que devengarán cada uno de los profesionales que se encargarán de las tareas administrativas y comerciales de la empresa. El porcentaje de sobrecostos por prestaciones sociales equivale a 50,85%, que corresponde a pensión (12%), salud (8,5%), parafiscales (9%), prima (8,33%), cesantías (8,33%) ARL nivel I (0,55%), y vacaciones (4,17%).

Tabla 47 Otros gastos administrativos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Elementos de aseo y Cafetería	1.000.000	12.000.000
Industria y comercio	1.500.000	18.000.000
Útiles y Papelería	700.000	8.400.000
Total		38.400.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48 Gastos de venta

Detalle	Costo anual	Observación
Marketing digital	10.800.000	
Total	10.800.000	

Fuente: Elaboración propia

Los gastos que se exponen en el recuadro anterior corresponden a la publicidad que se llevará a cabo en redes sociales y la estrategia de repartición de volantes contenidas en el capítulo del estudio de mercado.

Tabla 49 Amortización de gastos diferidos

Activos	Plazo de Amortización	Costo	Valor Anual a Amortizar				
			2022	2023	2024	2025	2026
Gastos Preoperativos	5	8.960.000	1.792.000	1.792.000	1.792.000	1.792.000	1.792.000
Valor a Amortizar							

Fuente: Elaboración propia

Los gastos diferidos o preoperativos estudiados en la tabla 41, fueron amortizados a cinco años, teniendo en cuenta las disposiciones de la ley colombiana, obteniendo un valor anual de \$1.792.000.

Tabla 50 Distribución de costos

Detalle	Costos	Costos Fijos	Costos Totales
			Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	248.000.688		248.000.688
Materiales	400.493.650		400.493.650
Mano de O. Indirecta	16.446.356	16.446.356	
Servicios	8.112.000		8.112.000
Depreciación	16.032.084	16.032.084	
SUBTOTAL	689.084.778	32.478.440	656.606.338
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	184.640.400	184.640.400	
Otros Gast. Adm.	38.400.000	38.400.000	
Amortización.	1.792.000	1.792.000	
SUBTOTAL	224.832.400	224.832.400	

Gastos de ventas			
Publicidad	10.800.000	10.800.000	
SUBTOTAL	10.800.000	10.800.000	
Total	924.717.178	268.110.840	656.606.338

Fuente: Elaboración propia

5.4 Punto de equilibrio

Desde la posición de (Horngren, Datar, & Rajan, 2012), el punto de equilibrio es una técnica financiera a través de la cual se estudia el comportamiento y la relación entre los ingresos que se obtienen por la venta de un bien o servicio al mercado, y los costos totales en los que se incurre para la producción y colocación del mismo, con el propósito de identificar el número de unidades que se deben vender para que los costos fijos y variables sean cubiertos, y la empresa no incurra en pérdidas, e implementar acciones que conlleven a dicha disposición.

Tabla 51 Margen de contribución

Detalle	Ecofloreros	Portarretratos
Unidades a producir	10.054	12.288
Costos variables unitarios		
Materiales directos por unidad producida	16.582	15.566
Mano de obra por unidad producida	12.333	10.091
Costos indirectos de fabricación por unidad producida	818	669
Total costo variable unitario	29.733	26.326
Costos fijos totales	268.110.840	
Precio de venta por unidad	57484	47034
Margen de contribución unitario	27.751	20.708

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52 Punto de equilibrio

Unidades a producir Ecofloreros	10.054	45%
Unidades a producir Portarretratos	12.288	55%
Total a producir	22.342	
Margen de Contribución ponderado	23.877	
PE Ecofloreros	5.053	
PE Portarretratos	6.176	

Fuente: Elaboración propia

Considerando los resultados obtenidos, la empresa deberá vender 5.053 ecofloreros y 6.176 portarretratos para que sus ingresos totales alcancen a cubrir los costos totales y no incurra en pérdidas.

5.5 Capital de trabajo

Con relación al capital de trabajo, vale la pena destacar las consideraciones de (Sánchez, 2016), quien expone que este término se usa para hacer referencia a la disponibilidad de activos de rápida conversión en efectivo que tiene la empresa para cubrir su ciclo operativo, con el propósito de que cuente con la capacidad para mantener su operación y evitar las pérdidas en las que podría incurrir por interrupciones o mermas de operación; a continuación, se calcula el capital de trabajo necesario para que la empresa pueda desarrollar sus operaciones durante su primer año:

Tabla 53 Cálculo del capital de trabajo

Costo de producción - depreciación	673.052.694
Gastos de administración - amortización	223.040.400
Gastos de venta	10.800.000
Costo de operación anual	906.893.094
Costo de operación diaria	2.519.147
Ciclo operativo	24
Inversión en Capital de trabajo	60.459.540

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54 Inversión en capital de trabajo

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Capital de trabajo	60.459.540	2.019.349	2.086.795	2.156.494	2.228.521
Valor residual Capital de trabajo		62.478.888	64.565.683	66.722.177	68.950.698

Fuente: Elaboración propia

5.6 Flujo neto de inversión

Tabla 55 Programa de inversión fija del proyecto

Concepto	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Activos fijos tangibles					
Obras físicas	180.000.000				
Maquinaria y equipo	41.221.440				
Equipo de comp. y com.	17.950.762				
Muebles y enseres	26.629.440				
Subtotal	265.801.642				
Activos Diferidos					
Gastos Preoperativos	8.960.000				
Subtotal	8.960.000				
Total Inversión Fija	274.761.642				

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el programa de inversión fija requerida tanto en activos tangibles como intangibles, los primeros ascienden a un valor de \$265.801.642, los segundos a \$8.960.000, para un valor total de \$274.761.642. Vale la pena acotar, que la inversión fija se encuentra establecida en el primer año de operación, porque no se ha contemplado si la empresa requerirá de alguna inversión fija adicional durante los cinco años estudiados, es decir, la inversión estimada se asocia exclusivamente a los activos que deben adquirirse para iniciar las actividades.

Tabla 56 Programa de inversión

Concepto	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión fija	274.761.642				
Capital de trabajo	60.459.540	2.019.349	2.086.795	2.156.494	2.228.521

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se adiciona la inversión en capital de trabajo que debe añadirse año tras año para la correcta operación de la empresa.

Tabla 57 Valor residual de activos

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Activos de producción				185.641.220	
Vr. Residual Capital de Trabajo				68.950.698	
Total Vr. Residual				254.591.918	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede notar, en el recuadro anterior se encuentran los valores residuales que tendrán los activos y el capital de trabajo, al pasar un periodo de cinco años.

Tabla 58 Flujo neto de inversiones

Concepto	Año 0	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión fija	(274.761.642)					
Capital de trabajo	(60.459.540)	(2.019.349)	(2.086.795)	(2.156.494)	(2.228.521)	
Valor residual						254.591.918
Inversiones	(335.221.182)	(2.019.349)	(2.086.795)	(2.156.494)	(2.228.521)	254.591.918

Fuente: Elaboración propia

El flujo neto de inversiones toma los valores residuales como una adición al total de activos del proyecto al final del quinto año del horizonte de planeación.

5.7 Proyecciones financieras

Las proyecciones que se muestran a continuación, pretenden prever el desenvolvimiento que va a tener la empresa durante los próximos cinco años, se realizaron tomando como referencia el crecimiento de la inflación (3,34%).

Tabla 59 Presupuesto de ingresos

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por ventas	1.155.896.473	1.194.503.415	1.234.399.829	1.275.628.783	1.318.234.785
Total Ingreso	1.155.896.473	1.194.503.415	1.234.399.829	1.275.628.783	1.318.234.785

Fuente: Elaboración propia

Para hallar los ingresos totales se multiplicaron las cantidades a vender de cada uno de los productos ofrecidos por los precios de venta respectivos; se manejó un escenario pesimista, en el que la empresa no lleve a cabo ninguna acción para aumentar sus ventas a lo largo del horizonte.

Tabla 60 Presupuesto de costos de producción

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos directos					
Mano de obra directa	248.000.688	256.283.911	264.843.794	273.689.576	282.830.808
Materiales	400.493.650	413.870.138	427.693.401	441.978.360	456.740.438
Depreciación	16.032.084	16.032.084	16.032.084	16.032.084	16.032.084
Subtotal costo directo	664.526.423	686.186.133	708.569.279	731.700.021	755.603.330
Gastos generales de fab.					
Mano de obra Indirecta	16.446.356	16.995.664	17.563.319	18.149.934	18.756.142
Servicios	8.112.000	8.382.941	8.662.931	8.952.273	9.251.279
Subtotal	24.558.356	25.378.605	26.226.250	27.102.207	28.007.421
Total	689.084.778	711.564.738	734.795.529	758.802.228	783.610.751

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61 Presupuesto de gastos de administración

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos y prestaciones	184.640.400	190.807.389	197.180.356	203.766.180	210.571.970
Otros gastos de administración	38.400.000	39.682.560	41.007.958	42.377.623	43.793.036
Amortización	1.792.000	1.792.000	1.792.000	1.792.000	1.792.000
Total	221.248.400	228.697.949	236.396.314	244.351.803	252.573.006

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62 Presupuesto de gastos de venta

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Marketing digital	10.800.000	11.160.720	11.533.488	11.918.707	12.316.791
Total	10.800.000	11.160.720	11.533.488	11.918.707	12.316.791

Fuente: Elaboración propia

Tabla 63 Presupuesto de costos operacionales

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción	689.084.778	711.564.738	734.795.529	758.802.228	783.610.751
Gastos de administración	221.248.400	228.697.949	236.396.314	244.351.803	252.573.006
Gastos de ventas	10.800.000	11.160.720	11.533.488	11.918.707	12.316.791
Total Cost. Oper.	921.133.178	951.423.408	982.725.331	1.015.072.738	1.048.500.548

Fuente: Elaboración propia

Tabla 64 Presupuesto de gastos financieros

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Abono a capital	20.898.230	23.510.509	26.449.322	29.755.488	33.474.924
Intereses	16.761.059	14.148.780	11.209.967	7.903.801	4.184.365
Total	37.659.289	37.659.289	37.659.289	37.659.289	37.659.289

Fuente: Elaboración propia

Los gastos financieros están dados por la estructura de financiamiento utilizada por la empresa, quién obtuvo un préstamo del 40% de la inversión inicial, a una tasa de interés del 12,5% a un periodo de cinco años, y para cumplir esta obligación deberá pagar los intereses y el abono a capital que se muestra en la tabla anterior.

5.8 Flujo neto de operación

El flujo neto de la operación estima los valores que generará la empresa mediante su operación en el mercado loriquero, para su cálculo se descontaron los egresos de los ingresos

operacionales, luego se disminuyeron los gastos financieros y se obtuvo la Utilidad Antes de Impuesto (UAI), posteriormente se restó el impuesto de renta para el año gravable 2021 (32%); para finalmente reconocer la pérdida de valor asociada a la depreciación y amortización de los activos.

Tabla 65 Flujo neto de operaciones

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos operacionales	1.155.896.473	1.194.503.415	1.234.399.829	1.275.628.783	1.318.234.785
Egresos operacionales	921.133.178	951.423.408	982.725.331	1.015.072.738	1.048.500.548
Utilidad operacional	234.763.295	243.080.007	251.674.498	260.556.046	269.734.236
Gastos financieros	37.659.289	37.659.289	37.659.289	37.659.289	37.659.289
Utilidad antes de impuestos	197.104.005	205.420.718	214.015.209	222.896.756	232.074.947
Impuestos (32%)	63.073.282	65.734.630	68.484.867	71.326.962	74.263.983
UTILIDAD NETA	134.030.724	139.686.088	145.530.342	151.569.794	157.810.964
Depreciación	16.032.084	16.032.084	16.032.084	16.032.084	16.032.084
Amortización	1.792.000	1.792.000	1.792.000	1.792.000	1.792.000
Beneficio Neto	116.206.639	121.862.004	127.706.258	133.745.710	139.986.880

Fuente: Elaboración propia

5.9 Flujo neto del plan de negocios

El flujo neto del proyecto, que se muestra a continuación, se obtuvo hallando la diferencia entre la inversión y la operación que se generará durante el periodo evaluado; el resultado obtenido se utilizará para evaluar la empresa en términos financieros.

Tabla 66 Flujo neto del proyecto

Detalle	Años					
	Año 0	2022	2023	2024	2025	2026
Flujo neto de inversión	(335.221.182)	(2.019.349)	(2.086.795)	(2.156.494)	(2.228.521)	254.591.918
Flujo Neto de Operación.	116.206.639	121.862.004	127.706.258	133.745.710	139.986.880	
Total Neto del Proyecto	(335.221.182)	114.187.291	119.775.209	125.549.764	131.517.189	394.578.797

Fuente: Elaboración propia

5.10 Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C

Para determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado se utilizaron los siguientes parámetros de evaluación:

5.10.1 Valor Presente Neto (VPN)

En primer lugar se encuentra el Valor Presente Neto, método comúnmente utilizado para determinar la deseabilidad de las inversiones, que consiste, desde el punto de vista de (Salinas, 2015), en reconocer la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar la equivalencia obtenida con el desembolso o inversión inicial, para así mostrar los beneficios netos que genera después de cubrir la inversión; el autor añade que el criterio de aceptación o rechazo de la inversión se establece en función del monto que se obtenga, aceptando aquellas inversiones cuyo VPN sea mayor a cero.

Tabla 67 Valor presente neto

	(335.221.182)
	114.187.291
	119.775.209
	125.549.764
	131.517.189
	394.578.797
VPN	114.804.313

Fuente: Elaboración propia

Considerando los resultados obtenidos se puede afirmar que el proyecto es atractivo desde el punto de vista financiero, al alcanzar un monto de \$114.804.313, valor que, por ser superior a cero, comprueba que los beneficios que genera el proyecto alcanzan a cubrir la inversión inicial y generan un beneficio adicional.

5.10.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Considerando a (Salinas, 2015), la Tasa Interna de Retorno conocida como TIR, es otro método de evaluación de proyectos de inversión que se constituye como la tasa de interés a la cual se deben descontar los flujos de efectivos generados por el proyecto, para que estos se igualen con la inversión, y cuyo criterio de aceptación es que la tasa TIR obtenida sea superior a la tasa de corte, también denominada tasa de descuento, que es la tasa de rentabilidad mínima esperada por el inversionista.

Tabla 68 Tasa interna de retorno

	(335.221.182)
	114.187.291
	119.775.209
	125.549.764
	131.517.189
	394.578.797
TIR	34,13%

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del Valor Presente Neto se utilizó una tasa de descuento del 20%, que es la que el autor denomina tasa de corte; teniendo en cuenta que se obtuvo una TIR de 34,13%, es posible afirmar que el proyecto es deseable, porque permite cubrir la inversión inicial y genera una rentabilidad superior a la expectativa de los inversionistas.

5.10.3 Relación Beneficio/Costo (RB/C)

Finalmente se utilizó la Relación Beneficio/Costo, método que (Castro, Rosales, & Rahal, 2008), definen como una herramienta analítica que permite comparar los costos y beneficios de un proyecto, evaluando la rentabilidad financiera que este genera, es decir, tiene como propósito examinar las ganancias que recibirán los inversionistas, teniendo en cuenta el monto que deben invertir.

Tabla 69 Relación beneficio/costo

114.187.291	
119.775.209	
125.549.764	
131.517.189	
394.578.797	
885.608.251	335.221.182
R B/C	2,64

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de este indicador se sumaron los valores positivos y negativos por separado y se hallaron a través de una división los beneficios que se pueden obtener por el monto que se invierte. De acuerdo con lo establecido, el valor obtenido 2,64, representa que por cada peso que se invierta para el montaje y puesta en marcha de la empresa se obtendrá una ganancia de 1,64 pesos.

6 Fuentes de financiación

Para la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado en el municipio de Santa Cruz de Lorica, se requiere de una inversión inicial de \$335.221.182 los cuales serán obtenidos en un 60% de financiación interna, con aportes de los socios en igualdad de condiciones, para valores equivalentes a \$201.132.709, para cada uno de ellos. El porcentaje restante (40%) será obtenido a través de un crédito de libre inversión con las características que se muestran en el siguiente recuadro:

Tabla 70 Características del crédito

Tipo de crédito	Crédito de libre inversión
Valor solicitado	134.088.473
Periodo de tiempo	5 años
Tasa de interés efectiva anual	12,50%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 71 Amortización de la deuda

Año	Cuota	Interés	Abono a capital	Saldo
-				134.088.473
1	37.659.289	16.761.059	20.898.230	113.190.243
2	37.659.289	14.148.780	23.510.509	89.679.734
3	37.659.289	11.209.967	26.449.322	63.230.411
4	37.659.289	7.903.801	29.755.488	33.474.924
5	37.659.289	4.184.365	33.474.924	0

Fuente: Elaboración propia

7 Conclusiones

El estudio de factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado en el municipio de Santa Cruz de Lorica, Córdoba, permitió determinar los siguientes hallazgos:

✓ Desde el punto de vista de mercado la empresa se considera factible, porque existe una demanda insatisfecha de 52.174 accesorios decorativos y un porcentaje de aceptación del 78%, la mayoría de los participantes considera pertinente la reutilización de una materia prima bastante común y que causa enormes afectaciones al medio ambiente, lo que además de contribuir directamente al entorno, promueve una cultura ambientalista que se podrá ver reflejada en las conductas de cuidado ambiental de la población loriquera y la adquisición de productos que se basen en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

✓ En relación con el componente técnico, se identificaron los recursos y materiales necesarios para la operación de la empresa y se determinó que el tamaño óptimo es equivalente a 10.054 ecofloreros y 12.288 portarretratos anuales, con lo que se alcanzaría a cubrir el 42,8% de la demanda insatisfecha. Para el cálculo de la capacidad instalada se dio prioridad al tiempo laboral del área de producción y la cantidad de operarios, pues se trata de productos que requieren de mano de obra intensiva.

✓ Uno de los aspectos organizacionales de mayor importancia para la operación de la empresa es el recurso humano, por ser este el que determina la calidad de los productos, el diseño y durabilidad, así como la correcta atención al cliente y la satisfacción de sus necesidades, por lo tanto, durante el desarrollo del módulo organizacional se diseñó una estructura organizacional y funcional que garantiza la calidad de vida y el bienestar laboral. Así mismo, se seleccionó como figura jurídica la sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), teniendo en

cuenta que la empresa a través de su operación contribuirá a uno de los problemas de mayor repercusión a la sociedad, con la adopción de este tipo de sociedad se espera también desarrollar acciones que propendan al bienestar de los empleados y clientes, y aportar a la equidad social del país.

✓ El módulo de impacto evaluó las implicaciones que la puesta en marcha de la empresa podría generar sobre el municipio de Lorica, y se obtuvieron efectos positivos como la generación de nuevas fuentes de empleo directo e indirecto, los primeros hacen referencia a los puestos de trabajo que la empresa ofrecerá al mercado laboral, mientras que los segundos se encuentran relacionados con la actividad del reciclaje, que es practicada generalmente por personas que se encuentran en condiciones de vulnerabilidad. Así mismo, la puesta en marcha de la empresa puede contribuir socialmente a la mejora de la calidad de vida de la sociedad loriquera, al disminuir la producción de residuos sólidos y reducir los riesgos relacionados con las enfermedades provocadas por la contaminación del aire, suelo y agua.

✓ Finalmente se determinaron los recursos económicos y financieros necesarios para la constitución y puesta en marcha de la empresa, cuyo valor asciende a \$335.221.182, los cuales serán obtenidos el 60% de financiación interna y el 40% de un crédito de libre inversión obtenido con Bancolombia a una tasa de interés del 12,5% efectivo anual. Posteriormente, se obtuvo el flujo neto del proyecto y se realizó la evaluación financiera, donde se pudo constatar que la empresa es factible por arrojar un VPN de \$114.804.313, una TIR equivalente a 34,13% y una RB/C de 2,64, lo que significa que la operación de la empresa genera un beneficio que permite recuperar la inversión y obtener una utilidad adicional.

8 Recomendaciones

- ✓ La capacidad instalada de la empresa está sujeta principalmente al número de operarios, al tratarse de productos que requieren de mano de obra intensiva, de manera que para aumentar la cuota de mercado se recomienda a la empresa aumentar la nómina del personal operativo, o invertir en maquinaria y equipo que automatice la elaboración manual de los accesorios decorativos.
- ✓ Considerando que el cartón es un producto bastante común y utilizado generalmente en la mayoría de los hogares, la empresa podrá ofrecer a sus clientes descuentos y/o premios si hacen un reciclaje eficiente y lo ponen a disposición de ella para su posterior transformación.
- ✓ Se recomienda a la empresa que a partir del primer año de operación comience a diseñar nuevos productos, y a través de la aplicación de un producto mínimo viable pueda conocer la respuesta de los consumidores y si el producto alcanza sus expectativas.
- ✓ Se sugiere a la empresa que sea meticulosa durante el proceso de selección del recurso humano, enfocándose en conformar un equipo de trabajo íntegro, altamente calificado y con conciencia ambientalista, teniendo en cuenta que la naturaleza de la empresa exige conductas de preservación y protección del medio ambiente y los empleados serán la imagen de la empresa ante la sociedad.
- ✓ La inversión en activos fijos de la empresa podrá tener una disminución considerable, si se realiza un contrato de arrendamiento en un establecimiento que cuente con los espacios y condiciones necesarias para la instalación del equipo y el mobiliario que requiere la empresa.
- ✓ Se recomienda a los investigadores, estudiantes y demás miembros de la comunidad académica enfocarse en proyectos que apunten a empleos verdes, el crecimiento y la inversión sostenible, la transición verde, el riesgo ambiental y demás variables relacionadas con el entorno.

9 Bibliografía

- Alcalá, R. V., Torres, G. A., Santiago, M. L., & Pineda, M. Z. (2012). Valoración económica del reciclaje de desechos urbanos. *Revista Chapingo Serie Ciencias Forestales y del Ambiente*, 435-447.
- 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, I. A. (2017). *Influencia de los contaminantes atmosféricos sobre la salud*. 1160-1170: Rev Méd Electrón.
- Ambiente. (10 de Octubre de 2020). *Contraloría advierte deterioro progresivo de los rellenos sanitarios de Colombia*. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/pais/articulo/rellenos-sanitarios-en-colombia-estan-en-deterioro-prograsivo-segun-contraloria/303100/>
- Arce, C. F. (2018). *La fabricación de cajas de cartón con material reciclado a través del marketing ecológico a nivel empresarial*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Arias, L. F., Tiboche, L. P., & Gómez, E. R. (2017). *Diagnóstico de la calidad de vida de las familias recicladoras de la ciudad de Villavicencio, que trabajan de manera informal para la empresa Recuperar S.A.S*. Villavicencio: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Ávila, S. L., Nieto, M. S., Jiménez, D. C., & Osorio, J. C. (2011). *Análisis del impacto generado en un Sistema de Gestión Integral de Residuos Sólidos por el aumento de los residuos asociados al crecimiento de la población a través de Dinámica de Sistemas*. Bogotá, Colombia: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Banco Mundial. (20 de Septiembre de 2018). *Los desechos: un análisis actualizado del futuro de la gestión de los desechos sólidos*. Obtenido de Banco Mundial:

<https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2018/09/20/what-a-waste-an-updated-look-into-the-future-of-solid-waste-management>

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>

Bancolombia. (27 de Febrero de 2020). *Sociedades BIC: el camino para ser una empresa sostenible*. Obtenido de Bancolombia:

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/sostenibilidad/sociedades-bic-empresas-sostenibles>

Cabrera, D. (2013). *La encuesta como herramienta de investigación*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Castells, X. (2012). *Reciclaje de residuos industriales. Residuos sólidos urbanos y fangos de depuradora*. Madrid: Díaz de Santos.

Castillo, R. M. (2010). La importancia de la educación ambiental ante la problemática actual . *Revista Electrónica*, 97-111.

Castro, R., Rosales, R., & Rahal, A. (2008). *Metodologías de preparación y evaluación de proyectos de inversión pública*. Bogotá, D.C: Universidad de los Andes.

CEPAL. (2019). *Estadísticas ambientales*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe : <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-cepal-llama-generar->

políticas-participativas-basadas-evidencia-informacion-

abierta#:~:text=jpg,grupos%20en%20situaci%C3%B3n%20de%20vulnerabilidad.

CESCE. (2019). *Papel y artes gráficas*. España: Compañía de seguros por cuenta propia y del Estado.

Champi, V., & Villalba, M. (2014). *Evaluación de la contaminación por disposición final de residuos sólidos en los centros poblados de Pisac, Coya, Lamay y Calca- Región Cusco*. Cusco, Perú: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

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.

Contreras, J. C. (2015). *Manejo Integral de Residuos Sólidos Urbanos Domiciliarios en Colombia: Mitos y realidades*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.

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>

Curcio, A. R. (2015). El reciclaje como alternativa de manejo de los residuos sólidos en el sector minas de Baruta, Estado Miranda, Venezuela. *Revista de Investigación*, 39(86), 157-170.

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. (12 de Noviembre de 2019). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. Bogotá, Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Díaz, J. (21 de Febrero de 2020). *Lorica, un municipio mágico donde se juntan la cultura y la historia*. Obtenido de Caracol Noticias: <https://noticias.caracoltv.com/caribe/lorica-un-municipio-magico-donde-se-juntan-la-cultura-y-la-historia>

Elias, X., & Jurado, L. (2012). *Reciclaje de residuos industriales*. Madrid: Dias de Santos.

Espinoza, S. F. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Gómez, J. A., Keever, M. Á., & Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Rev Alerg Méx*, 63 (2), 201-206.

Gonzales, G. F., Zevallos, A., Castañeda, C. G., Nuñez, D., Gastañaga, C., Cabezas, C., . . .

Steenland, K. (2014). Contaminación ambiental, variabilidad climática y cambio climático: una revisión del impacto en la salud de la población peruana. *Rev Perú Med Exp Salud Pública*, 31 (4), 547-556.

González, J. D. (2008). Reducir, Reutilizar, Reciclar. *Elementos: Ciencia y Cultura*, 15 (69), 45-48.

Hernández Sampieri, R., & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education.

Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial*. (14va. d.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.

Huerta, J. A. (2015). Propuesta para establecer un sistema de vigilancia de contaminantes ambientales en Colombia. *Biomédica*, 35 (2), 8-19.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing, Sexta edición*. México: Prentice Hall.
- Lett, L. A. (2014). Las amenazas globales, el reciclaje de residuos y el concepto de economía circular. *Revista Argentina de Microbiología*, 46 (1), 1-2.
- López, P. L. (2004). Población, Muestra y muestreo. *Punto Cero*, 69-74.
- 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.
- MINCIT. (2019). *Decreto número 2046 de 12 de noviembre de 2019*. Bogotá, D.C.: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Ministerio de Ambiente. (17 de Mayo de 2019). *Colombia viene creciendo en reciclaje*. Obtenido de Ministerio de Ambiente: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/que-porcentaje-de-residuos-y-materiales-recicla-colombia-363052>
- Montero, M. (2010). Fortalecimiento de la Ciudadanía y Transformación Social: Área de Encuentro entre la Psicología Política y la Psicología Comunitaria. *Universidad Central de Venezuela*, 51-63.
- Monterrosa, H. (10 de Enero de 2019). *Colombia podría aprovechar 40% de las toneladas de residuos que genera anualmente*. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/colombia-podria-aprovechar-cerca-de-40-de-los-116-millones-de-toneladas-de-residuos-que-genera-al-ano-2813141>
- Montoya, N. O. (2010). *Administración fundamentos*. Medellín: Ediciones de la U.

- Núñez, C. F. (2018). Beneficios económicos, sociales y ambientales en el aprovechamiento de los residuos sólidos urbanos. *Revista de Investigación Agropecuaria y Desarrollo Sostenible*, 30-35.
- OIT. (2018). *Los individuos, el trabajo y la sociedad*. Ginebra: Comisión Mundial sobre el futuro del Trabajo.
- Olivares, M. C., & Rivera, A. P. (2016). Tendencia del crecimiento en la cultura del reciclaje. *Revista de Ciencias Ambientales y Recursos Naturales*, 26(2), 63-72.
- 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>
- OMS. (14 de Junio de 2019). *Datos y cifras Agua*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/drinking-water#:~:text=El%20agua%20contaminada%20puede%20transmitir,zonas%20con%20escasez%20de%20agua>.
- OMS. (26 de Noviembre de 2019). *La contaminación causa siete millones de muertes en el mundo*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: [https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/la-contaminacion-causa-siete-millones-de-muertes-en-el-mundo-437446#:~:text=La%20contaminaci%C3%B3n%20atmosf%C3%A9rica%20causa%20unos,de%20la%20Salud%20\(OMS\)](https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/la-contaminacion-causa-siete-millones-de-muertes-en-el-mundo-437446#:~:text=La%20contaminaci%C3%B3n%20atmosf%C3%A9rica%20causa%20unos,de%20la%20Salud%20(OMS)).
- ONU. (2018). *Perspectiva de la Gestión de Residuos en América Latina y el Caribe*. New York: Organización de las Naciones Unidas.

- ONU. (07 de Octubre de 2019). *Cambio climático y medioambiente*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas : <https://news.un.org/es/story/2019/10/1463472>
- ONU. (2020). *Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Chile: Facultad de ciencias Económicas y Administrativas .
- Ortiz, T. d. (2020). *Poblamiento de Santa Cruz de Lorica (Córdoba) una mirada desde la Geografía (1970-2019)*. Montería, Córdoba.: Universidad de Córdoba.
- Páez, S. B. (2017). *La demanda y la oferta*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Paucar, J. B., Sánchez, V. R., Bermúdez, R. L., & Yépez, M. P. (2018). El reciclaje: industria del futuro en Ecuador. *Universidad, ciencia y tecnología*, 22(87), 29-36.
- Pelton, L., Strutton, D., & Lumpkin, J. (2005). *Canales de marketing y distribución comercial. Un enfoque de administración de relaciones*. México: Mc Graw - Hill.
- Placencia, E. (2013). *Plan de marketing para mejorar las ventas*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Quintana, A. B. (2012). *Análisis del mercado*. La Formación.
- Ramírez, M. M., Espinoza, A. B., & Salinas, S. I. (2019). *Las redes sociales como estrategia de marketing digital en las pymes desde la perspectiva de los pequeños empresarios*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Ramon, B., & Moreno, J. (2018). *Estudio de materiales precursores del reciclaje y sus atributos mecánicos con aplicación al diseño y fabricación de ladrillo ecológico*. Norte de Santander, Colombia: Universidad de Pamplona.

- Ramón, G. S., Luna, .. R., & Castillo, T. P. (2017). El reciclaje: un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. *Universidad y Sociedad*, 9 (1), 36-40.
- Reyes, P. (2014). *Sequeda Reyes, P. Finanzas corporativa y valoración de empresas al alcance de todos*. Bogotá. D.C: Ediciones de la U.
- Rivera, C. (2019). Los Empaques Biodegradables, una respuesta a la consciencia ambiental de los consumidores. *Revista Realidad Empresarial*.
- Rosero, P. N. (2020). *Evaluación técnica y económica del uso del papel y cartón reciclable de hogares del distrito metropolitano de Quito como método de insonorización de ruido ambiental a través de pruebas experimentales*. Quito, Ecuador: Universidad Internacional SEK.
- Sáez, A., & Urdaneta, J. (2014). Manejo de residuos sólidos en América Latina y el Caribe. *Omnia*, 20 (3), 121-135.
- Salgado, C. M., & Aguilar, J. M. (2014). *Educación Financiera: Caracterización socioeconómica y diagnóstico en educación financiera en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales de la universidad de Bio-Bio, sede Chillán*. Chillán, Chile: Universidad del Bio-Bio.
- Salinas, R. J. (2015). Criterios para la toma de decisión en inversiones . *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas* , 101-117.
- Sánchez, L. (2016). La gestión efectiva del capital de trabajo en las empresas. *Universidad y Sociedad*, 8 (4), 54-57.
- Soengas, X., Vivar, H., & Abuín, N. (2015). Nuevas estrategias de publicidad y marketing para una sociedad hiperconectada. *Telos Revista de pensamiento sobre comunicación, tecnología y sociedad*, 4-138.

Ullca, J. (2006). Los rellenos sanitarios. *Revista de Ciencias de la Vida*, (4), 2-17.

10 Anexos

Anexo 1 Cuestionario de investigación de mercados**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

Este cuestionario tiene como propósito reconocer la factibilidad de mercado de una empresa dedicada a la producción y comercialización de accesorios decorativos a base de cartón reciclado, en el municipio de Lorica Córdoba.

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

1. ¿Compra usted accesorios decorativos para su hogar?

- a) Si ☐
- b) No ☐

Si la respuesta anterior es negativa, continúe en la pregunta 4.

2. ¿Qué características hacen que prefiera el producto?

- a) Precio ☐
- b) Calidad ☐
- c) Presentación ☐
- d) Otro ¿cuál? _____

3. ¿En qué lugares suele comprar este producto?

- a) Supermercado ☐
- b) Tiendas decorativas ☐
- c) Distribuidor ☐
- d) Productor ☐
- e) Otro ¿cuál? _____

4. ¿Reconoce la importancia del cuidado del medio ambiente para su bienestar y el de la sociedad en general?

- a) Si ☐
- b) No ☐

5. ¿Reconoce usted los impactos negativos del cartón para el medio ambiente?

- a) Si ☐
- b) No ☐

6. ¿Sabía usted qué hay materiales que se pueden recuperar y reutilizar para la fabricación de nuevos productos?

a) Si ☐

b) No ☐

7. ¿Compraría usted accesorios decorativos a base de cartón reciclado para contribuir a la protección del medio ambiente?

a) Si ☐

b) No ☐

Si la respuesta anterior es negativa, finalice el cuestionario.

8. ¿Cuál de estos accesorios decorativos le gustaría comprar?

a) Portarretratos ☐

b) Portalápices ☐

c) Floreros ☐

d) Persianas ☐

e) Individuales ☐

f) Tapetes ☐

g) Otro ¿cuál? _____

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

a) Semanalmente ☐

b) Cada dos semana ☐

c) Mensualmente ☐

d) Bimensual ☐

e) Semestral ☐

f) Anual ☐

10. 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

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos fabricados con material reciclado?

- a) Entre \$10.000 y \$20.000 ☐
- b) Entre 20.001 y 30.000 ☐
- c) Entre 30.001 y 40.000 ☐
- d) Más de 40.000 ☐

12. ¿A través de que 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 **DECORABLES BIC**, 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 **DECORABLES BIC**, 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. 7º).

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

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

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

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

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

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. 1°—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. 2°—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. 5°).

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. 3°, 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.
- g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
- h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.
- i) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

CAPÍTULO X

Orden jerárquico

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

PAR. —De los cargos mencionados, tienen facultades para imponer sanciones

disciplinarias a los trabajadores de la empresa: 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 inculpado directamente y si este es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva (CST, art. 115).

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

CAPÍTULO XIV

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

ART. 51. —Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de: 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 **DECORABLES BIC**, 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 tuvieron 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: 26 de mayo del 2021

Ciudad: Santa Cruz de Lorica

Departamento: Córdoba

Representante legal: William Andrés Urango Hernández