

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 08-07-2021	Revisión B
	Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(70)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Danilsa Santiago Manosalva Shelsy Fernanda Solano Bayona		
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Tecnología en Gestión Comercial y Financiera		
DIRECTOR	Msc. Javier Numa Numa		
TÍTULO DE LA TESIS	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles en Ocaña Norte de Santander		
TITULO EN INGLES	Feasibility study for the creation of a trading company for edible plates and cutlery in Ocaña Norte de Santander		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>En la actualidad son evidentes los problemas ambientales por el uso de los plásticos ya que el tiempo en degradarse pueden tardar hasta mil años, trayendo graves consecuencias que se ven reflejados en los cambios climáticos y salud de los habitantes. Es así como se propone la presente empresa para comercializar platos y cubiertos comestibles, siendo un producto innovador acorde a la tendencia de negocios verdes, ofertando dos productos comestibles.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>At present, the environmental problems due to the use of plastics are evident, since the time to degrade can take up to a thousand years, bringing serious consequences that are reflected in climate change and the health of the inhabitants. This is how this company proposes to market edible ducks and cutlery, being an innovative product according to the green business trend, offering two edible products.</p>			
PALABRAS CLAVES	Ambiente, platos, comestible, clientes, comunidad		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Environment, dishes, food, customers, community		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 70	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de platos y
cubiertos comestibles en Ocaña Norte de Santander**

Danilsa Santiago Manosalva

Shelsy Fernanda Solano Bayona

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula

Santander Ocaña

Tecnología en Gestión Comercial y Financiera

Msc. Javier Numa Numa

31 Octubre de 2022

Agradecimientos

Las investigadoras Danilsa Santiago Manosalva y Shelsy Fernanda Solano Bayona expresan los agradecimientos al director Msc. Javier Numa Numa, por su colocación y compañía durante el desarrollo del trabajo de grado.

Índice

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de cubiertos y platos comestibles en Ocaña, Norte de Santander	12
1.1 Planteamiento del problema	12
1.2 Formulación del problema	13
1.3 Objetivos.....	14
1.3.1 Objetivo general	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4 Justificación.....	15
1.5 Delimitaciones.....	16
1.5.1 Conceptual	16
1.5.2 Operativa	16
1.5.3 Temporal	16
1.5.4 Geográfica	17
Capítulo 2. Marco referencial	18
2.1 Marco histórico	18
2.1.1 La Contaminación a nivel mundial	18
2.1.2 La Contaminación a nivel nacional	19
2.1.3 La Contaminación a nivel local	20
2.2 Marco conceptual.....	20
2.3 Marco teórico	22
2.4 Marco legal.....	23
Capítulo 3. Diseño metodológico.....	24

3.1 Tipo de investigación	24
3.2 Población	24
3.3 Muestra	24
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información	25
3.5 Procesamiento y análisis de la información	26
3.6 Cronograma	26
Capítulo 4. Presentación de resultados	28
4.1 Estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y demás variables del marketing mix como (Producto, Precio, Promoción y Plaza).....	28
4.2 Estudio técnico para detallar la ubicación del proyecto, el tamaño, y los recursos físicos, humanos y tecnológicos	44
4.3 Estudio administrativo para establecer las normas legales en el momento de la constitución del negocio, definir la estructura administrativa e indicadores de gestión que faciliten la administración	47
4.4 Estudio financiero que determine los ingresos, egresos y la evaluación económica a partir del valor presente neto VPN, la razón costo beneficio RCB y la tasa interna de retorno TIR ..	54
4.5 Impacto social y ambiental que generará la puesta marcha del proyecto	64
Capítulo 5. Conclusiones.....	66
Capítulo 6. Recomendaciones.....	67
Referencias.....	68
Apéndices.....	70

Lista de tablas

Tabla 1 Cronograma de actividades	26
Tabla 2 Conocimiento sobre la contaminación que producen los platos desechables.....	28
Tabla 3 Opinión sobre la importante de sacar del mercado el icopor y el plástico.....	29
Tabla 4 Utilización de platos desechables	30
Tabla 5 Frecuencia con que compra productos desechables	31
Tabla 6 Lugar donde compra los desechables.....	32
Tabla 7 Conocimiento de los platos comestibles hechos a base de maíz o de trigo	33
Tabla 8 Preferencias en los platos al organizar un evento	34
Tabla 9 Compraría estos productos si los encontrara en el mercado.....	35
Tabla 10 Valor que está dispuesto a pagar por los platos	36
Tabla 11 Valor que está dispuesto a pagar por los cubiertos	37
Tabla 12 Aceptación de la creación de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles en la ciudad.....	38
Tabla 13 Medios publicitarios en los que se debe dar a conocer la publicidad.....	39
Tabla 14 Lugar de ubicación de la comercializadora de platos comestibles	40
Tabla 15 Los productos serian recomendados a los amigos.....	41
Tabla 16 Determinación de la demanda.	42
Tabla 17 Materia prima platos	45

Tabla 18 Materia prima cubiertos por paquete de tres	45
Tabla 19 Maquinaria y equipo	46
Tabla 20 Utensilios necesarios para la producción	46
Tabla 21 Equipo de computo	47
Tabla 22 Muebles y enseres	47
Tabla 23 Manual de funciones	48
Tabla 24 Inversión.....	54
Tabla 25 Inversión diferida	54
Tabla 26 Ingresos por venta de platos.....	55
Tabla 27 Ingresos por venta de cubiertos	56
Tabla 28 Costo mano de obra directa.....	56
Tabla 29 Gastos de Personal proyectado	57
Tabla 30 Servicios públicos	59
Tabla 31 Depreciación	59
Tabla 32 Estado de resultados	61

Lista de figuras

Figura 1 Conocimiento sobre la contaminación que producen los platos desechables	28
Figura 2 Opinión sobre la importante de sacar del mercado el icopor y el plástico	29
Figura 3 Utilización de platos desechables	30
Figura 4 Frecuencia con que compra productos desechables.....	31
Figura 5 Lugar donde compra los desechables	32
Figura 6 Conocimiento de los platos comestibles hechos a base de maíz o de trigo	33
Figura 7 Preferencias en los platos al organizar un evento	34
Figura 8 Compraría estos productos si los encontrara en el mercado	35
Figura 9 Valor que está dispuesto a pagar por los platos.....	36
Figura 10 Valor que está dispuesto a pagar por los cubiertos	37
Figura 11 Aceptación de la creación de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles en la ciudad.....	38
Figura 12 Medios publicitarios en los que se debe dar a conocer la publicidad	39
Figura 13 Lugar de ubicación de la comercializadora de platos comestibles.....	40
Figura 14 Los productos serian recomendados a los amigos	41
Figura 15 Canal de distribución.....	43
Figura 16 Platos comestibles S.A.S.	43
Figura 17 Organigrama	48

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña.....	70
--	----

Resumen

El propósito de la empresa es de ofertar productos comestibles como platos y cubiertos que al utilizarlos se los puede comer, con el objetivo de reducir la contaminación ambiental al no desecharlos, sino siendo utilizados como alimento en los eventos sociales.

Es por esto que en el primer capítulo se muestra el problema evidenciado en la ciudad de Ocaña, la pregunta problematizadora, justificación de la necesidad de solucionar el problema, los objetivos específicos y delimitación del estudio. Por otra parte, en el segundo apartado se encuentra los antecedentes a nivel internacional, nacional y local, como también las teorías, conceptos, contexto y leyes relacionadas con el tema.

De otra parte, se encuentra el tipo de estudio, población muestra, instrumentos que se utilizó para la investigación y los resultados presentados de forma cuantitativa y cualitativamente, posteriormente en el cuarto capítulo están expuestos los resultados del desarrollo de cada uno de los objetivos conclusiones y recomendaciones de los mismos.

Introducción

En la actualidad son evidentes los problemas ambientales por el uso del plástico ya que el tiempo en degradarse pueden tardar hasta mil años, trayendo graves consecuencias que se ven reflejados en los cambios climáticos y salud de los habitantes.

Es así como se propone la presente empresa para comercializar patos y cubiertos comestibles, siendo un producto innovador acorde a la tendencia de negocios verdes, ofertando dos productos comestibles que son elaborados a base de harina de trigo 100% naturales.

De otra parte, en el presente trabajo se encuentra el capítulo primero donde se muestra el problema, objetivos, justificación y delimitaciones. Seguidamente se expone el apartado dos con el marco histórico a nivel de Ocaña, Colombia y en el ámbito mundial, teorías, leyes, conceptos y contextos relacionados con el contenido de la investigación.

Posteriormente se encuentra la metodología que contiene el tipo de indagación, población, muestra, instrumentos de recolección de averiguación y forma como se presentó, al igual que el desarrollo de cada uno de los objetivos específicos que llevaron a conclusiones y recomendaciones del estudio.

Por lo tanto, se estará enfocados en la distribución de dichos productos comestibles, empleando estrategias de marketing mix para captar y lograr fidelizar a los clientes; en conclusión, la microempresa tendrá una ventaja competitiva por ser única en el mercado ocañero.

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de cubiertos y platos comestibles en Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

La atención del medio ambiente se muestra en todas aquellas actitudes que las personas tienen con la naturaleza, es así como se evidencia que el cuidado del medio ambiente tiene poca importancia para la sociedad, ya que se observa que la población ha utilizado productos desechables a través del tiempo como lo es el poliestireno. Puesto que la elaboración de estos elementos es de uso común para las personas como los platos o cubiertos desechables y esto perjudica negativamente al medio ambiente (Dominguez, 2019).

Con la fabricación de estos productos desechables lo que se ocasiona es la degradación del medio ambiente, por lo tanto, se siguen realizando campañas para disminuir este impacto como medida de protección al medio ambiente, para reducir su uso al igual que con el plástico (Solórzano, 2020).

De igual manera, se puede mencionar que en los últimos años la contaminación ambiental ha crecido significativamente, esto se debe al crecimiento poblacional indiscriminado, a la tala de árboles, al gasto excesivo de agua y a la falta de educación y concientización de las personas al momento de dejar la basura en cualquier lugar. Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario cambiar los hábitos y costumbres de las personas, con relación al uso del Icopor y del plástico.

Colombia no es ajena de esta situación, según datos brindados por la organización mundial de la salud (OMS), se habla que este es el segundo país de Latinoamérica con más contaminación del aire, teniendo un promedio de 19.000 muertes anuales en todo el territorio, convirtiéndose en un factor que debe tener una gran importancia por las causas que se dan.

Así mismo según la asociación colombiana de industrias plásticas (Acoplásticos), en el país se elaboran cerca de 29.000 toneladas de poliestireno anualmente, estas al ser utilizadas van a los ríos, quebradas, a los campos y demás, afectando totalmente el ecosistema. Particularmente en Ocaña se puede evidenciar el uso del poliestireno en cafeterías, en la universidad, en restaurantes, en puestos de comida rápidas, en el mercado y otros lugares, prolongando aún más la contaminación y degradación del medio ambiente, frente a esta situación se presenta la presente investigación donde se busca que a partir de la utilización platos comestibles y biodegradables hechos a base de trigo, maíz o arroz, se logre solucionar el impacto ambiental del uso de icopor.

A partir de ello se identifica una oportunidad de negocio, la cual consiste en la creación de una empresa comercializadora de productos que contribuya con el medio ambiente, así mismo brindando innovación y crecimiento económico en la comunidad en general estando enfocado al sector de los restaurantes y comidas rápidas en la ciudad de Ocaña.

1.2 Formulación del problema

¿Qué tan factible es la creación de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles en la ciudad de Ocaña Norte de Santander?

1.3 Objetivos

1.3.1 *Objetivo general*

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2 *Objetivos específicos*

Desarrollar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y demás variables del marketing mix como (Producto, Precio, Promoción y Plaza).

Elaborar un estudio técnico para detallar la ubicación del proyecto, el tamaño, y los recursos físicos, humanos y tecnológicos.

Diseñar un estudio administrativo para establecer las normas legales en el momento de la constitución del negocio, definir la estructura administrativa e indicadores de gestión que faciliten la administración.

Realizar un estudio financiero que determine los ingresos, egresos y la evaluación económica a partir del valor presente neto VPN, la razón costo beneficio RCB y la tasa interna de retorno TIR.

Analizar el impacto social y ambiental que generará la puesta marcha del proyecto.

1.4 Justificación

Dentro de los productos desechables utilizados por la sociedad, hay algunos que proliferan en mayor cantidad, como lo son los recipientes de poliestireno que causan un gran impacto negativo en el medio ambiente, ya que lastimosamente lo que ocurre con ellos es que se van destruyendo los ríos, quebradas, etc (Twenergy, 2019).

Es por esta razón que se ve la necesidad de implementar este proyecto que plantea la creación de una empresa que comercialice platos y cubiertos comestibles elaborados a base de maíz, trigo o arroz, los cuales permiten cooperar de forma sustentable y amigable con el medio ambiente.

Este fenómeno de la contaminación ambiental afecta significativamente varios ecosistemas, los animales, las especies y a la sociedad. Al reemplazar los platos desechables por los platos comestibles que están hechos a base de maíz, trigo o arroz, de esta manera se está contribuyendo al cuidado del medio ambiente y aportando a la cultura verde, también se busca los cambios de hábitos de las personas para contribuir como una mejor sociedad.

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Ocaña no existe ninguna compañía que se dedique al mercadeo de platos y cubiertos comestibles, se pretende crear una la cual pueda contribuir a un buen vivir, al cuidado de la naturaleza, a promover la sostenibilidad ambiental en

la comunidad, brindar innovación, generar empleo y oportunidades de desarrollo económico a la sociedad.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Conceptual

A fin de la ejecución del presente estudio de factibilidad se realizó los siguientes temas que son vitales: estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio financiero, estudio económico, estudio ambiental y social, así mismo todo el entorno que compone el ambiente de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles.

1.5.2 Operativa

Para el desarrollo del presente informe se aplicó una investigación descriptiva la cual tuvo una población conformada por 111.643 habitantes de la ciudad de Ocaña, con una muestra de 383 habitantes, a los cuales se les empleó una encuesta que fue necesaria para el desarrollo de los 5 objetivos propuestos durante el desarrollo de dicha investigación. De igual manera se pueden presentar problemas en la recolección de información requerida, por lo que se indagara estrategias con el director de trabajo y así mismo lograr solucionar el impase.

1.5.3 Temporal

El estudio se efectuó en un periodo de ocho (8) semanas a partir de la aprobación del

anteproyecto.

1.5.4 Geográfica

El desarrollo del trabajo de grado fue llevado a cabo en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 *La Contaminación a nivel mundial*

En muchos estudios de la actualidad afirman que la gran cantidad de productos consumidos por los habitantes son los generadores de contaminación y muchos de los mismos no se logran degradar en el medio donde son usados, es por esto que se encuentran sustancias contaminantes en el aire el cual es respirados y consumido en las comidas que se ingieren a diario (Greenpeace, 2019).

Se debe decir además que la contaminación atmosférica es garante de un eminente número de muertes prematuras y enfermedades respiratorias en las ciudades del mundo. Ya que solo en unas décadas el plástico se ha convertido en un elemento de consumo masivo por su bajo costo y resistencia, por lo anterior de igual forma la contaminación ocasionado por este elemento también ha estado en aumento, afectando especialmente a la vida marina y la cadena alimenticia del planeta (Febles, 2021).

Teniendo en cuenta todo lo anterior se debe decir que la forma de producir elementos para el consumo humano en la actualidad ha impedido llevar un control del gasto de elementos que afectan el medio ambiente y la salud de los consumidores, es por esto que la producción de alimentos en el mundo y la biodiversidad terrestre por lo que se debe empezar a controlar la proliferación de elementos contaminantes con la producción de nuevas alternativas que cumplan

la misma función (Greenpeace, 2019).

2.1.2 La Contaminación a nivel nacional

En Colombia el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible a analizado la contaminación atmosférica afirmando que es uno de los problemas ambientales de mayor preocupación para los habitantes ya que se ha visto una gran afectación en la salud de las personas y el medio ambiente, además, de ser uno del factor generador de costos sociales (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, 2021).

De acuerdo con el Título 5 del Decreto 1076 de 2015, se ha establecido que la Contaminación y concentración de contaminantes, los cuales se emiten en el aire como resultado de actividades humanas, de causas naturales, o artificiales (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, 2021).

La contaminación ambiental de la que se ha venido hablando ha aumentado en la actualidad, por el uso excesivo de plástico en restaurantes, hospitales y demás entidades con la llegada de la pandemia, de igual forma se debe indicar que menos del 10% de los plásticos utilizados se reciclarán ni se les da el tratamiento adecuado con el objetivo que no sean generadores de contaminación (Naciones unidas, 2021).

Se proyecta que para el año 2025, aumentará el consumo de plástico, lo cual es muy preocupante y aún más cuando la prevalencia de los plásticos en el medio ambiente ha llegado a

tal punto que algunos académicos han comenzado a referirse a la esfera de interacción entre ecosistemas y plásticos como la plastisfera (Naciones unidas, 2021).

2.1.3 La Contaminación a nivel local

Según Juan Carlos Rodríguez, miembro del laboratorio de calidad del aire, en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, se dio a conocer que los monitores del aire han sido continuos en los últimos cinco años y como dato relevante se encontró una alta concentración de material particulado PM10 producto de la alta contaminación que se genera en la población (Diario la Opinión, 2018).

2.2 Marco conceptual

Se debe mencionar que un exposición de clientes consiente en analizar un segmento de la población con el objetivo de tener elementos claros para determinar los gustos, tendencias, necesidades y características del bien o servicio en el que ha trabajado la empresa (Sánchez, 2019).

De otra parte, el estudio técnico, es fundamental para determinar los requerimientos físicos, y humanos, necesarios para poner en marcha la organización y alcanzar las metas propuestas al inicio de las actividades empresariales (Arica, 2011).

El aspecto administrativo es fundamental en la organización ya que proporciona las

herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, estando en funcionamiento o sin haber iniciado las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa (López, 2018).

Se debe mencionar que el aspecto financiero muestra la viabilidad de un proyecto, teniendo como base el recurso económico, gastos y costos que conlleva la puesta en marcha de una idea de negocios, que muestre la viabilidad y rentabilidad económica (Pérez, 2019).

Como se ha venido hablando a lo largo de la investigación el aspecto social y ambiental es muy importante para la convivencia sana de la comunidad, es por esto que en el presente proyecto se muestra los posibles efectos reveladores del proyecto sobre el medio ambiente y las decisiones más adecuadas para prevenir y minimizar dichas afectaciones (Ortega, 2020).

Platos y cubiertos biodegradables. Los platos y cubiertos que son biodegradables se fabrican con materiales renovables para que no agoten los recursos naturales de la tierra. Por lo general, estos productos están hechos de caña de azúcar, bambú, maíz, etc (Gallo, 2019).

Contaminación. Es la producida por elementos físicos, químicos o biológicos, que dañan el medio ambiente como es el agua, suelo o aire cuando se presentan en concentraciones muy elevadas (Roper, 2020).

2.3 Marco teórico

La teoría del refugio de contaminación, menciona que la capital trae explosión del entorno ya que la industrialización lleva a dicha situación (Žebrytè, 2016).

El principio de desarrollo sustentable está orientando a mantener una proporción entre riqueza y medio ambiente a través de mantener al hombre en el centro del universo (Pérez R. , 2018).

Según Zebryte (2016), El problema se evidencia por la gran cantidad de industrias que no se ocupan del cuidado del medio ambiente y solo se dedican a la producción y generación de riquezas.

En cuanto a la teoría de precios se puede decir que Smith afirma que el costo de toda mercancía está mezclado por los salarios, el beneficio y la renta y, entonces, que los salarios, el beneficio y la renta (Hurtado, 2017).

La teoría de mercado afirmar que es un conector general que se auto-regula equivale a mantener que la dimensión de lo económico no precisa de la mediación de las demás esferas de la existencia social (Nadal, 2010).

Con la teoría de la mercadotecnia se muestran que el mercado debe enfrentar muchas dificultades y cada uno de estos retos implica cubrir necesidades de información mayores día a día (Kotler, 2019).

2.4 Marco legal

Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano (República de Colombia, 2019)

En el Decreto Ley 2811 de 1974, se establece el Código nacional de los recursos naturales renovables RNR y no renovables y de protección al medio ambiente (Ministerio del medio ambiente, 2019).

El Código de Comercio, menciona que la calidad de comerciante es cuando la persona profesionalmente se ocupa en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles, ejerciéndola por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona (República de Colombia, 2019)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

En el estudio se empleó la herramienta expresiva, ya que se indago detallar posesiones, de un fenómeno precedente a analizar. Describir las características demográficas, psicográficas, geográficas y hábitos de compra y de consumo (Caro, 2009). Por consiguiente, se buscó conocer los aspectos necesarios los cuales permita implantar la factibilidad o no de la creación de una empresa comercializadora de cubiertos y platos comestibles en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

3.2 Población

(Selltiz, 1980 citado por Hernández Sampieri, 2010). Por consiguiente, la población correspondiente fue los habitantes de Ocaña Norte de Santander, conformada por 111.643 habitantes, información brindada por el DANE según el último censo realizado.

3.3 Muestra

Para poder conocer el total de la muestra se empleó la fórmula de población finita y la fórmula de coeficiente muestral para lograr identificar el número de personas a las cuales se les aplicó el instrumento de recolección de datos.

$$n = \frac{Zc^2 * n * p * q}{(N - 1) * (E)^2 + (Zc^2) * p * q}$$

Donde:

n = muestra

N = población dada en el estudio = 111.643 habitantes

Z_c = indicador de confianza = 95% = 1,96

p = proporción de aceptación = 50% = 0,5

q = proporción de rechazo = 50% = 0,5

e = Error = 5% = 0,05

$$n = \frac{(1.96)^2(111.643) * (0.5) * (0.5)}{(111.643 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{107221.9372}{279.105 + 0.9604}$$

$$n = \frac{107221.9372}{280.0654}$$

n = 383 habitantes de Ocaña a encuestar

La muestra que se tomó de los habitantes de Ocaña Norte de Santander será de 383 para aplicar el instrumento de recolección de datos y poder determinar la factibilidad de la creación de la empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

La habilidad de cosecha de datos seleccionada para esta investigación es la encuesta, por medio del instrumento se hizo un cuestionario, por ser la más adecuada para poder obtener

información válida y confiable.

3.5 Procesamiento y análisis de la información

La encuesta se analizó cuantitativamente mediante tablas, figuras y cualitativamente expresando los resultados que se obtengan para determinar si la empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles es factible o no en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander.

3.6 Cronograma

Tabla 1

Cronograma de actividades

OBJETIVOS	SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Desarrollar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y demás variables del marketing mix como (Producto, Precio, Promoción y Plaza).								
Elaborar un estudio técnico para detallar la ubicación del proyecto, el tamaño, y los recursos físicos, humanos y tecnológicos								
Diseñar un estudio administrativo para establecer las normas legales en el momento de la constitución del negocio, definir la estructura administrativa e indicadores de gestión que faciliten la administración								
Realizar un estudio financiero que determine los ingresos, egresos, flujo de caja y la evaluación económica a partir del valor presente neto VPN, la razón costo								

beneficio RCB y la tasa interna de retorno
TIR

Analizar el impacto social y ambiental que
generará la puesta marcha del proyecto
Elaboración y presentación del informe
final.

Revisión del director

Nota. La tabla contiene los objetivos que se realizaron en el desarrollo del proyecto

Capítulo 4. Resultados

4.1 Desarrollar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y demás variables del marketing mix como (Producto, Precio, Promoción y Plaza)

Con el fin de establecer las necesidades que la población tiene sobre el producto a desarrollar en este estudio, se diseñó y se realizó una encuesta a 383 pobladores de la ciudad de Ocaña, siendo la población involucrada en la investigación y a continuación se presentan los resultados de la misma.

Tabla 2

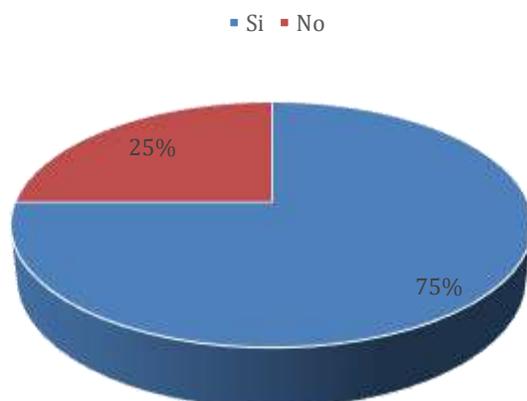
Conocimiento sobre la contaminación que producen los platos desechables

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	289	75%
No	94	25%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 1

Conocimiento sobre la contaminación que producen los platos desechables



Nota. El gráfico muestra el conocimiento sobre la contaminación que producen los platos desechables. (2022)

Teniendo en cuenta la información suministrada por los encuestados el 75% de los mismos tienen conocimiento y son conscientes de la contaminación que se produce por el uso de los platos desechables, ya que estos demoran mucho tiempo en degradarse, mientras que el 25% dicen que no tiene información al respecto por lo que no conocen mucho del tema.

Tabla 3

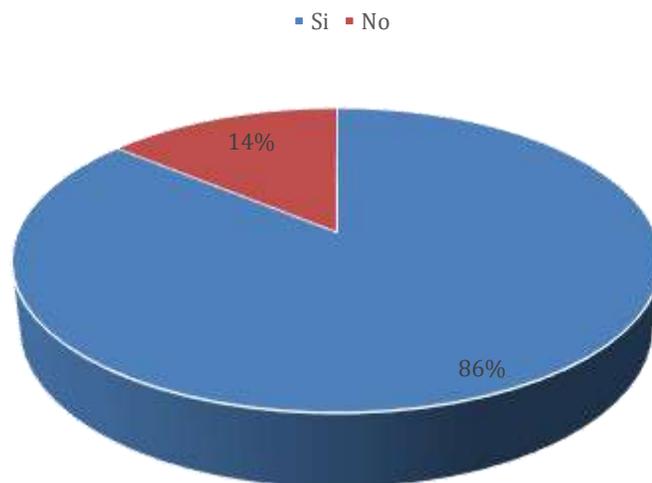
Opinión sobre la importante de sacar del mercado el icopor y el plástico

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	330	86%
No	53	14%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 2

Opinión sobre la importante de sacar del mercado el icopor y el plástico



Nota. El gráfico muestra la opinión sobre la importante de sacar del mercado el icopor y el plástico. (2022)

El 86% de las personas encuestadas dicen que es necesario sacar del mercado el icopor y plástico ya que estos elementos están causando un gran daño al medio ambiente, porque la comunidad no tiene la cultura de reciclar para evitar impactos negativos en el ambiente, mientras que el 14% afirman que no se deben desechar ya que es un producto de consumo masivo que ayuda a sustituir productos de uso común en muchos hogares del país.

Tabla 4

Utilización de platos desechables

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	365	95%
No	18	5%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 3

Utilización de platos desechables



Nota. El gráfico muestra la utilización de platos desechables. (2022)

El 95% de las personas encuestadas afirman que utilizan platos desechables, especialmente en ocasiones como fiestas y celebraciones, por la comodidad de no tener que lavarlos y se desechan a la basura, contrario a lo anterior el 5% dicen que no utilizan dichos utensilios ya que son muy frágiles y poco higiénicos.

Tabla 5

Frecuencia con que compra productos desechables

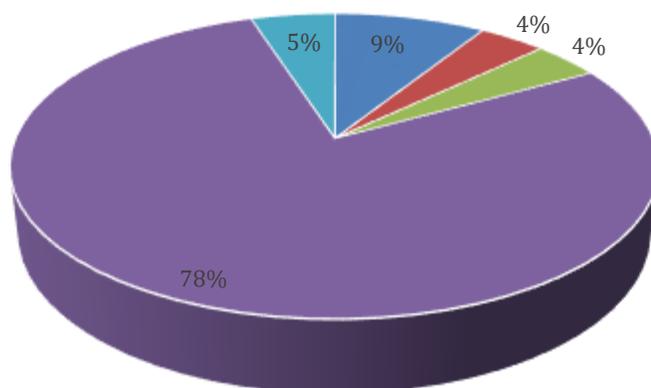
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	35	9%
Dos veces a la semana	16	4%
Quincenal	16	4%
Mensual	298	78%
Nunca	18	5%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 4

Frecuencia con que compra productos desechables

■ Semanal ■ Dos veces a la semana ■ Quincenal ■ Mensual ■ Nunca



Nota. El gráfico muestra la frecuencia con que compra productos desechables. (2022)

En cuanto a la frecuencia con que se compran los productos desechables el 78% afirma que esta actividad la realizan de forma mensual, ya que estos se utilizan en eventos y reuniones familiares, siendo el porcentaje más alto arrojado en la investigación, de igual forma, en menor proporción el 9% los adquieren semanalmente, el 4% cada quince días y el 5% nunca, siendo estas personas las que manifiestan que no se deben utilizar por la falta de higiene.

Tabla 6

Lugar donde compra los desechables

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	253	66%
Tiendas	112	29%
No compra	18	5%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 5

Lugar donde compra los desechables



Nota. El gráfico muestra el lugar donde compra los desechables. (2022)

En la investigación se evidencia que el lugar preferido para la compra de los desechables es el supermercado, siendo esto afirmado por el 66% de la población encuestada, de otra parte, el 29% consiguen en las tiendas del barrio donde habitan y el 5% como se ha venido mencionando no los adquieren.

Tabla 7

Conocimiento de los platos comestibles hechos a base de maíz o de trigo

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	7%
No	355	93%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 6

Conocimiento de los platos comestibles hechos a base de maíz o de trigo



Nota. El gráfico muestra el conocimiento de los platos comestibles hechos a base de maíz o de trigo. (2022)

El 93% de los habitantes encuestados afirman que no conocen los platos comestibles hechos a base de maíz o de trigo, ya en esta zona del país no se comercializan, ni se producen, mientras que un pequeño porcentaje es decir el 7% afirman que han tenido la oportunidad de adquirirlos en otras ciudades del país.

Tabla 8

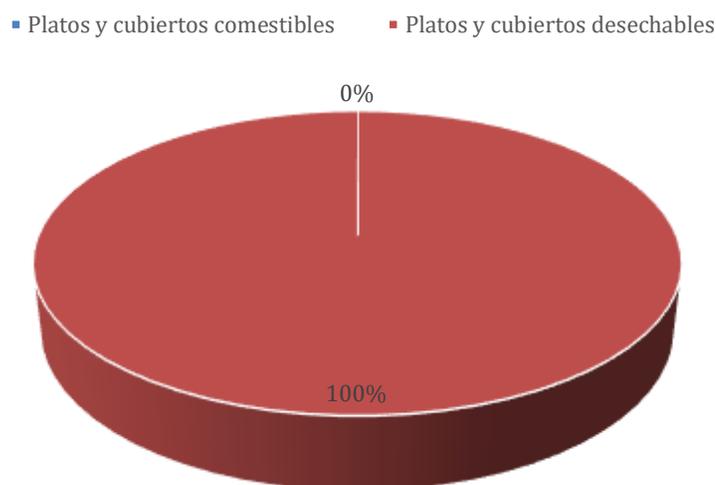
Preferencias en los platos al organizar un evento

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Platos y cubiertos comestibles	0	0%
Platos y cubiertos desechables	383	100%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 7

Preferencias en los platos al organizar un evento



Nota. El gráfico muestra la preferencia en los platos al organizar un evento. (2022)

La totalidad de los encuestados manifiestan que prefieren los platos y cubiertos desechables, ya que en la ciudad no tienen otras opciones para escoger y solo se consigue este tipo de elementos para servir los alimentos en los eventos familiares y sociales que deben organizar.

Tabla 9

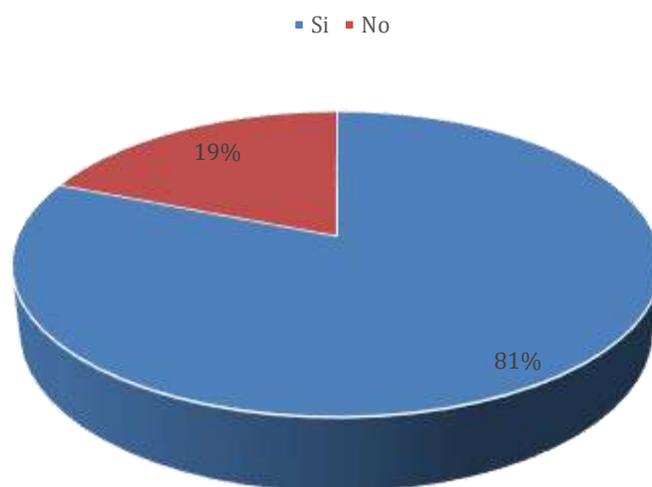
Compraría estos productos si los encontrara en el mercado

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	309	81%
No	74	19%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 8

Compraría estos productos si los encontrara en el mercado



Nota. El gráfico muestra que se compraría estos productos si los encontrara en el mercado.

(2022)

La población encuestada afirma en un 81% que al lograr encontrar los platos y cubiertos comestibles en el mercado si, los comprarían, ya que sería algo novedoso, que el cliente o invitado puede consumir, evitando con esto la contaminación que se hace a diario con los utensilios desechables, ya que en la ciudad aún no se tiene conciencia y cultura de la importancia de la separación en la fuente, por lo que todas las basuras van al mismo lugar aumentando la contaminación, mientras que el 19% dicen que no los comprarían porque al ser comestibles deben también ser colocados en un plato de otro material para que no se contamine en la mesa.

Tabla 10

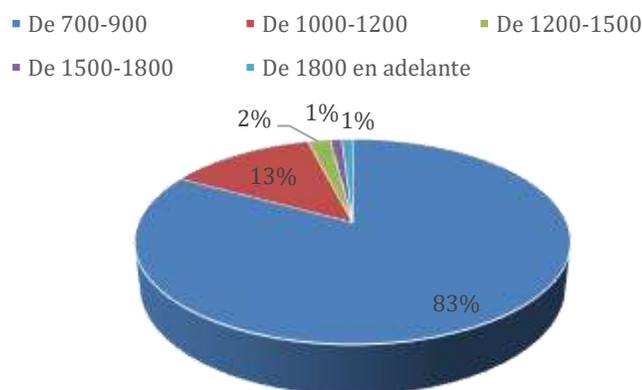
Valor que está dispuesto a pagar por los platos

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 700-900	321	83%
De 1000-1200	53	13%
De 1200-1500	5	2%
De 1500-1800	2	1%
De 1800 en adelante	2	1%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 9

Valor que está dispuesto a pagar por los platos



Nota. El gráfico muestra el valor que está dispuesto a pagar por los platos. (2022)

En cuanto al valor que los encuestados están dispuestos a pagar por los platos desechables el 83% dicen que los pueden adquirir de 700-900 pesos cada uno y el 13% de 1000-1200, siendo los porcentajes más altos de la investigación.

Tabla 11

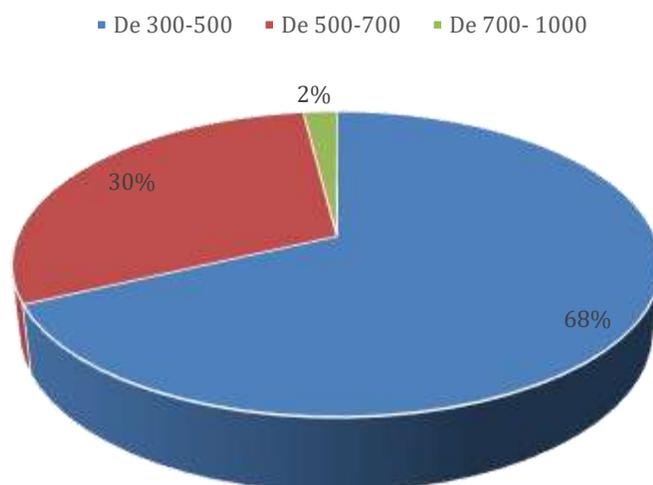
Valor que está dispuesto a pagar por los cubiertos

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 300-500	262	68%
De 500-700	116	30%
De 700- 1000	5	2%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 10

Valor que está dispuesto a pagar por los cubiertos



Nota. El gráfico muestra el valor que está dispuesto a pagar por los cubiertos. (2022)

Al igual que los platos, se evidencia que el valor que están dispuestos a pagar es muy bajo, es por esto que el 68%, dicen que solo pagarían entre \$300 y \$500 pesos y el 30% de \$500 a \$700 pesos.

Tabla 12

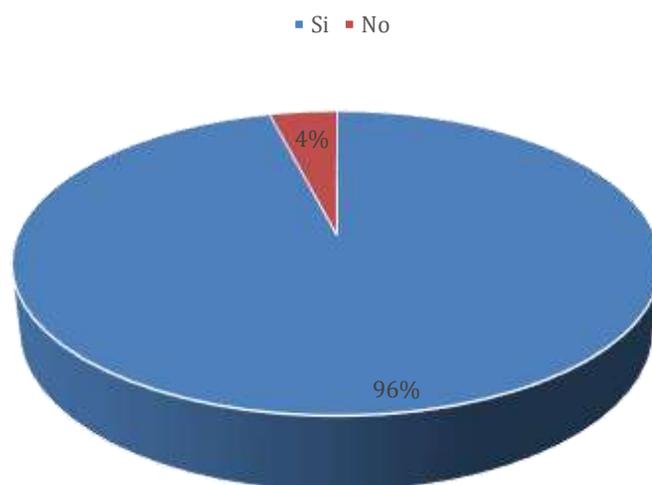
Aceptación de la creación de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles en la ciudad

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	369	96%
No	14	4%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 11

Aceptación de la creación de una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles en la ciudad



Nota. El gráfico muestra la aceptación de la empresa en la ciudad. (2022)

En cuanto a la aceptación de la empresa en la ciudad de Ocaña, se debe decir que el 96% están de acuerdo con la misma, ya que son conscientes que la población necesita fuentes de empleo para mitigar la afectación social que se ha venido presentado por la falta de oportunidades que se da en todo el territorio nacional y esta sería una muy buena opción para muchos habitantes de la ciudad, mientras que al 4% le es indiferente la propuesta.

Tabla 13

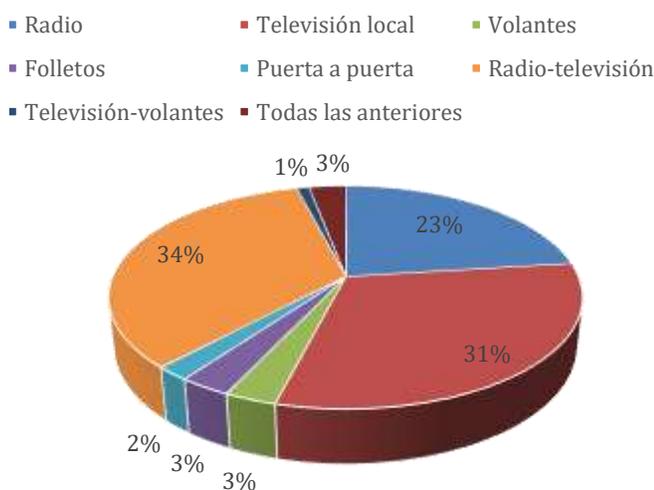
Medios publicitarios en los que se debe dar a conocer la publicidad

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	87	23%
Televisión local	119	31%
Volantes	10	3%
Folletos	13	3%
Puerta a puerta	9	2%
Radio-televisión	131	34%
Televisión-volantes	4	1%
Todas las anteriores	10	3%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 12

Medios publicitarios en los que se debe dar a conocer la publicidad



Nota. El gráfico muestra los medios publicitarios en los que se debe dar a conocer la publicidad. (2022)

El 34% de los encuestados manifiestan que en la región los medios de comunicación más utilizados son la televisión y la radio, por eso son los idóneos para realizar la publicidad de la empresa, mientras que el 31% dicen que solo con la televisión local es suficiente, ya que en la región se cuenta con Ingepec y Tv San Jorge que son medios masivos en la ciudad, de igual forma el 23% consideran que se debe utilizar la radio, siendo este un medio muy escuchado en la zona rural y puede llegar la información a un mayor número de potenciales clientes de la empresa.

Tabla 14

Lugar de ubicación de la comercializadora de platos comestibles

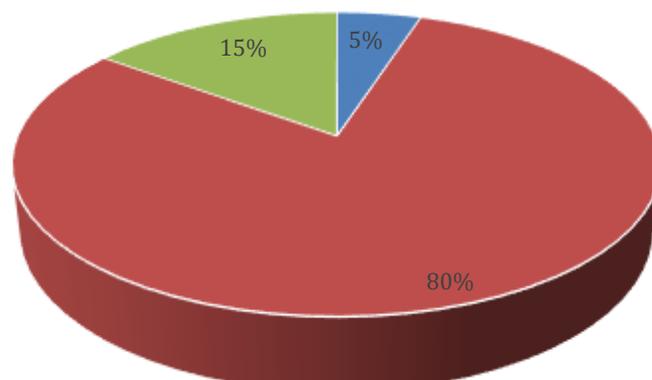
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el norte de la ciudad	19	5%
En el centro de la ciudad	308	80%
En el sur de la ciudad	56	15%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 13

Lugar de ubicación de la comercializadora de platos comestibles

■ En el norte de la ciudad ■ En el centro de la ciudad ■ En el sur de la ciudad



Nota. El gráfico muestra el lugar de ubicación de la comercializadora de platos comestibles. (2022)

Un porcentaje alto de personas encuestadas afirman que el lugar idóneo para que funcione la comercializadora sería el centro de la ciudad, ya que en esta zona se ubican la mayoría de los restaurantes y negocios que se dedican a la preparación y comercialización de alimentos y además por la facilidad de acceso para los clientes ubicados en otras zonas de la población, siendo esto afirmado por el 80%, mientras que el 15% dicen que es mejor la zona sur, por la saturación que se vive en el centro, evidenciando la necesidad de crear un zona exclusiva para empresas en la localidad.

Tabla 15

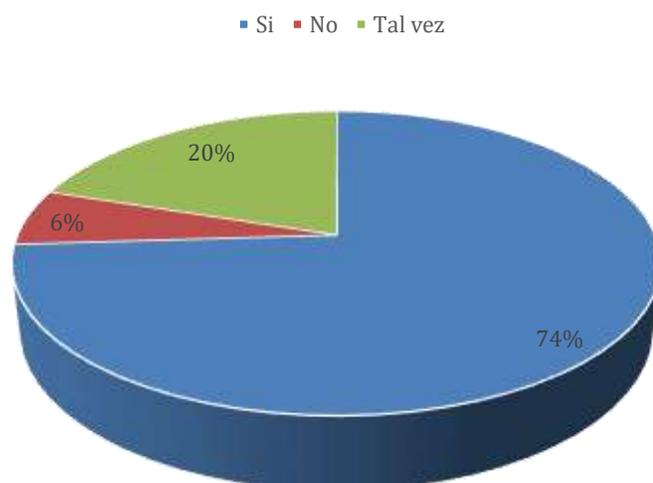
Los productos serian recomendados a los amigos

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	282	74%
No	25	6%
Tal vez	76	20%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos tomados de la encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña

Figura 14

Los productos serian recomendados a los amigos



Nota. El gráfico muestra que los productos serian recomendados a los amigos. (2022)

El 74% de los habitantes encuestados manifiestan que recomendarían los productos comercializados por la organización a los amigos, siempre y cuando sean de buena calidad y cumplan con las expectativas que se tiene del mismo, de otra parte, el 20% tienen dudas aun y dicen que tal vez y el 6% definitivamente no los recomendarían ya que consideran que los plásticos son lo mejor para el uso que se les da en los eventos y reuniones sociales.

Oferta. En cuanto a la oferta la empresa está en la capacidad de comercializar para la población de Ocaña y la región, ya que como se puede ver las personas interesadas en el producto son pocas por la falta de conocimiento y cultura al respecto.

Demanda. Según la encuesta aplicada la demanda estaría enmarcada en las 309 personas que afirmaron, comprar el producto comercializado por la empresa y esta cantidad se proyecta a 5 años, con el objetivo de determinar la viabilidad o no de la entidad.

Así mismo esta cantidad de personas aumentaría en 2% según el IPC en Colombia según la página (Datosmacro.com, 2022).

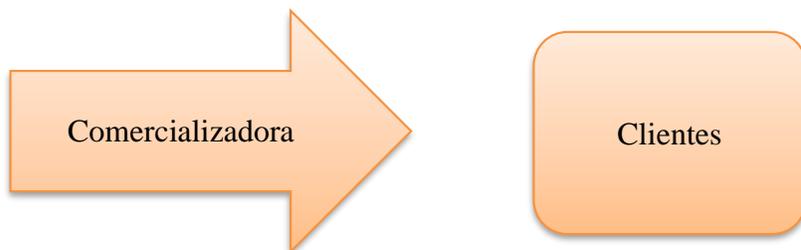
Tabla 16

Determinación de la demanda.

Demandantes	% de muestra	Personas que adquirirán el producto	1	2	3	4	5
383	81%	309	309	315	321	327	334

Nota. Información de la encuesta aplicada

Canales de distribución. En la comercializadora se empleara un canal directo de distribución empresa – cliente.

Figura 15**Canal de distribución**

Nota. La figura contiene el canal de distribución utilizado por la comercializadora

Logo. El logo es un símbolo que se forma por medio de imágenes y que permite identificar el producto que se quiere producir y vender en la empresa.

Figura 16**Platos comestibles S.A.S.**

DISTRI-ECO AMIGABLE DS
Platos y cubiertos comestibles

Nota. La figura muestra el logo que utilizará la empresa

Variables de marketing mix.

Producto. Platos y cubiertos comestibles hechos a base de maíz o de trigo, orientados al cuidado del medio ambiente, son biodegradables y brindan innovación a la comunidad

Precio. Es el valor que se le coloca a un producto para ser vendido al público que lo demanda.

Plaza. Es el lugar donde se tiene la posibilidad de vender el producto.

Promoción. Se denomina promoción a las estrategias utilizadas para dar a conocer el producto a servicio ofrecido a los clientes.

4.2 Elaborar un estudio técnico para detallar la ubicación del proyecto, el tamaño, y los recursos físicos, humanos y tecnológicos

Tamaño del proyecto. El tamaño de la empresa es proporcional a la demanda del producto, por lo anterior, se proyecta que se laborara todos los días hábiles de la semana en el horario de 8:00AM a 12:00PM, y de 2:00PM a 6:00PM y los sábados de 8:00AM a 12:00PM, utilizando 2 horas diarias para la limpieza y mantenimiento de la maquinaria y equipos.

Macro localización. La empresa se ubicará en el Municipio de Ocaña, Norte de Santander, Colombia.

Micro localización. La empresa estará situado en el centro de la ciudad, siendo este lugar seleccionado por los encuetados.

Servicios públicos. La ciudad cuenta con buenos servicios públicos como energía,

acueducto, alcantarillado, gas entre otros para un buen desarrollo del proyecto.

Materia prima. Teniendo en cuenta que en promedio a cada evento asisten 150 personas y 309 habitantes dicen que comprarían los productos elaborados por la empresa se determinó lo siguiente:

Producción mensual $150 \times 309 = 46.350$ platos

Tabla 17

Materia prima platos

Elemento	Cantidad	Valor parcial	Valor total
Salvado de trigo	40 Kg	\$ 2000	\$ 80.000
Antimoho	10 Kg	\$ 30.000	\$ 300.000
Harina integral	40 Kg	\$ 4.000	\$ 160.000
Glucosa de maíz	1 Caneca	\$500.000	\$ 500.000
Papel encerado	5 cajas de 23m x 30cm	\$100.000	\$ 500.000
Azúcar orgánica	10 Kg	\$ 3.000	\$ 30.000
Gelatina sin sabor	5 Kg	\$ 10.000	\$ 50.000
			\$1.620.000

Nota. Información de la materia prima necesaria para la elaboración de los platos

Tabla 18

Materia prima cubiertos por paquete de tres

Elemento	Cantidad	Valor parcial	Valor total
Salvado de trigo	40 Kg	\$ 2000	\$ 80.000
Antimoho	10 Kg	\$ 30.000	\$ 300.000
Harina integral	40 Kg	\$ 4.000	\$ 160.000
Glucosa de maíz	1 Caneca	\$500.000	\$ 500.000
Papel encerado	bolsas	\$ 100	\$ 4.635.000
Azúcar orgánica	10 Kg	\$ 3.000	\$ 30.000
Gelatina sin sabor	5 Kg	\$ 10.000	\$ 50.000
			\$ 5.755.000

Nota. Información de la materia prima necesaria para la elaboración de los cubiertos

Tabla 19***Maquinaria y equipo***

Elemento	Cantidad	Valor total
HGHY Pulp. Molding Pack Máquina de fabricación de placas de papel de pulpa; Guangdong China	1	\$4.600.000
Máquina automática de la máquina de moldeo de pulpa	1	\$9.000.000
Cnix gas horno rotatorio ykz-100	1	\$6.000.000
Cocina Industrial Acero inoxidable 4 quemadores de gas BN900-G808A	1	\$3.800.000
Extrusión de plástico industrial	2	\$700.000
Balanza Comercial Digital	1	\$200.000
Jarra de medición de acero inoxidable	2	\$500.000
Vitrina de Exposición	1	\$500.000
Vitrina de Exposición refrigerante	1	\$1.500.000
Espingueros	1	\$300.000
Ollas antiadherentes	2	\$300.000
Mesa de Trabajo	1	\$1.000.000
Contenedores para Basura	4	\$400.000
		\$28.800.000

Nota. Información de la maquinaria y equipo requeridos para el buen funcionamiento de la empresa.

Tabla 20***Utensilios necesarios para la producción***

Elemento	Cantidad	Valor total
Cuchara grande	3	\$150.000
Moldes antiadherentes para platos	10	\$200.000
Moldes antiadherentes para cubiertos	10	\$200.000
Cuchillos	5	\$50.000
Colador Chino	1	\$50.000
Espátula metálica	5	\$50.000
Bandeja metálica	3	\$450.000
Malla Serigrafía	2	\$200.000
		\$1.350.000

Nota. Información de los utensilios necesarios para la producción.

Tabla 21***Equipo de computo***

Elemento	Cantidad	Valor total
Impresora laser	1	\$1.000.000
Computador	1	\$2.000.000
Teléfonos	2	\$2.000.000
		\$5.000.000

Nota. Información del equipo de cómputo requeridos para el buen funcionamiento de la empresa.

Tabla 22***Muebles y enseres***

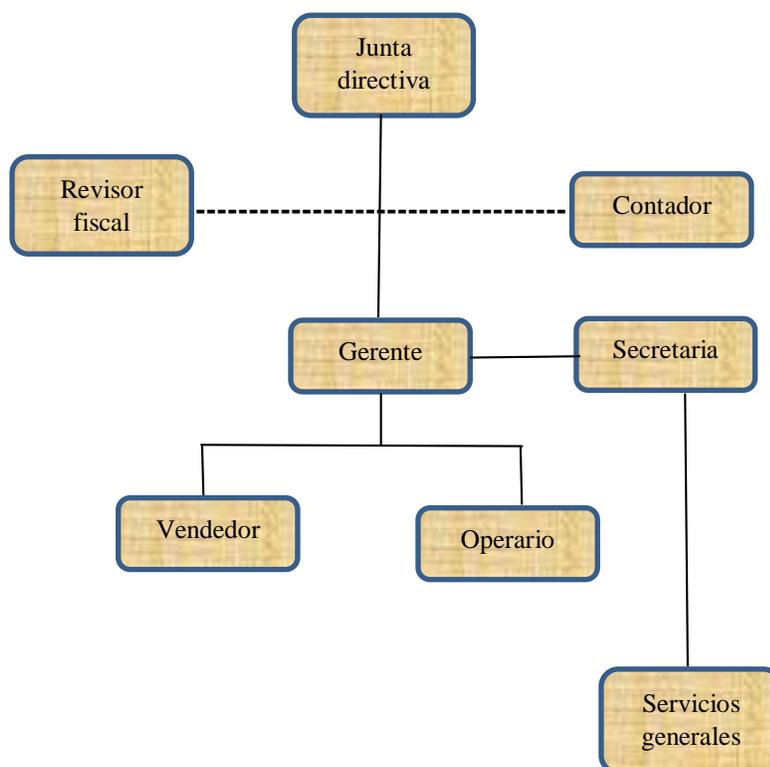
Elemento	Cantidad	Valor total
Mesa para computador	2	\$1.000.000
Escritorio	2	\$ 600.000
Sillas	4	\$ 400.000
Sala de espera	1	\$1.500.000
Extintor	2	\$ 200.000
Ventilador	2	\$ 400.000
		\$4.100.000

Nota. Información de los muebles y enseres requeridos para el buen funcionamiento de la empresa.

4.3 Diseñar un estudio administrativo para establecer las normas legales en el momento de la constitución del negocio, definir la estructura administrativa e indicadores de gestión que faciliten la administración

Organigrama. Este elemento es muy importante en la empresa para conocer las líneas de mando a seguir ordenes de forma adecuada.

Figura 17
Organigrama



Nota. La figura muestra el organigrama de la empresa

Manual de funciones. En este documento se muestra el cargo, perfil, experiencia y funciones que debe cumplir cada uno de los colaboradores.

Tabla 23
Manual de funciones

Identificación del cargo	
Nombre del cargo	Gerente
Dependencia	Gerencia general
Reporta a	
Requisitos mínimos	
	Requisitos de formación
Nivel. Profesional	

“Tabla 23” “Continuación”

Título. Administrador de empresas
Ubicación del cargo. Administrativo

Requisitos de experiencia

Experiencia. 1 año

Funciones esenciales

Representar legalmente la empresa

Vigilar el cumplimiento de las normas.

Ejecutar evaluaciones periódicas.

Ejecutar un control de calidad e inventario

Instituir habilidades que logren la captación de nuevas clientas

Identificación del cargo

Nombre del cargo Contador publico

Dependencia Contable

Reporta a Gerente general

Requisitos mínimos

Requisitos de formación

Nivel. Profesional

Título. Contador público

Ubicación del cargo. Contable

Requisitos de experiencia

Experiencia. 1 año

Funciones esenciales

Procesar los distintos comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos.

Renovar los soportes adecuados para cada caso.

Elaboración de cheques

Manejar los libros contables

Identificación del cargo

Nombre del cargo Revisor fiscal

Dependencia Contable

Reporta a Gerente general

Requisitos mínimos

“Tabla 23” “Continuación”

	Requisitos de formación
Nivel. Profesional	
Título. Contador público	
Ubicación del cargo. Contable	
	Requisitos de experiencia
Experiencia. 1 año	
	Funciones esenciales
Cerciorarse de que las operaciones.	
Dar provecho de cuenta al gerente	
Cooperar con las sociedades.	
Velar por que se lleven regularmente la contabilidad	
Examinar asiduamente los bienes de la empresa.	
Impartir las instrucciones.	
Firmar informes financieros	
Convocar a la asamblea.	
	Identificación del cargo
Nombre del cargo	Operario
Dependencia	Producción
Reporta a	Gerente general
Requisitos mínimos	
	Requisitos de formación
Nivel. Técnico	
Título. Técnico de producción	
Ubicación del cargo. Producción	
	Requisitos de experiencia
Experiencia. 1 año	
	Funciones esenciales
Vigilancia de la producción	
Verificar la calidad del producto	
Garantizar la calidad.	
Operar la planta.	

“Tabla 23” “Continuación”

Cumplir las normas de seguridad.

Identificación del cargo

Nombre del cargo Secretaria
Dependencia Administrativa
Reporta a Gerente general
Requisitos mínimos

Requisitos de formación

Nivel. Tecnológico o técnico
Título. Secretariado general
Ubicación del cargo. Área administrativa

Requisitos de experiencia

Experiencia. 6 meses de experiencia.

Funciones esenciales

Desempeñar funciones de oficina.

Llevar y mantener actualizados los registros

Orientar a los usuarios.

Atender el teléfono.

Transcribir oficios.

Disponer del soporte documental

Identificación del cargo

Nombre del cargo Vendedor
Dependencia Administrativa
Reporta a Gerente
Requisitos mínimos

Requisitos de formación

Nivel. Técnico o tecnólogo en ventas
Título. Técnico o tecnólogo en ventas
Ubicación del cargo. Administrativo

Requisitos de experiencia

Experiencia. 1 año

Funciones esenciales

“Tabla 23” “Continuación”
 Conocer el producto

Asesorar a los compradores del producto

Vender el producto a los clientes
 Lograr la fidelidad de los clientes

Crear estrategias para incursionar en nuevos mercados

Ofrecer servicio pos-venta

Cuidar la imagen de la empresa, con un excelente servicio al cliente

Elaborar y comunicar al gerente el reporte de ventas

Identificación del cargo

Nombre del cargo Servicios generales

Dependencia Administrativa

Reporta a Gerente general

Requisitos mínimos

Requisitos de formación

Nivel. Servicios generales

Título. Bachiller

Ubicación del cargo. Área administrativa

Requisitos de experiencia

Experiencia. 6 meses de experiencia.

Funciones esenciales

Conservar el aseo

Mantener los baños y lavamanos limpios

Garantizar el buen uso y cuidado de los útiles de aseo

Nota. Información sobre el manual de funciones necesario para el buen funcionamiento de la empresa.

Visión propuesta. La empresa Platos comestibles S.A.S, tiene como objetivo institucional lograr el crecimiento y posicionamiento en la región a través de la innovación con un producto novedoso, logrando la mejora continua de los mismos.

Misión propuesta. La empresa Platos comestibles S.A.S, quiere ofrecer productos de alta calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes en sus reuniones y eventos sociales.

Políticas propuestas. Cumplir con las normas de seguridad y salud en el trabajo
ejecutando las normas de bioseguridad
Jornadas recreativas
Protección al medio ambiente.
El personal que se contrate necesitara pasar por el proceso de selección.

Valores propuesta. Orientación al cliente, integridad, calidad en el producto, trabajo en equipo, bienestar de la sociedad y conciencia medioambiental.

Requisitos para la creación de la empresa. Para la creación de la Sociedad por Acciones Simplificada se deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

Registro de documento de constitución y carta de aceptación del representante legal, registro de libros de comercio y registro de situación de control o grupo empresarial en la cámara de Comercio.

Solicitud del Registro Único Tributario, solicitud del Número de Identificación Tributaria, obtención de la firma digital y asociación al NIT en el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Por último, la apertura de una cuenta bancaria en cualquier entidad financiera.

4.4 Realizar el estudio financiero que determine los ingresos, egresos y la evaluación económica a partir del valor presente neto VPN, la razón costo beneficio RCB y la tasa interna de retorno TIR

Inversión. Para el presente proyecto son los activos fijos tangibles que hacen parte de la organización y que son imprescindibles para la puesta en marcha del proyecto

Tabla 24

Inversión

Concepto	Valor total
Materia prima producción de platos	\$ 714.000
Materia prima producción cubiertos	\$ 1.341.000
Maquinaria y equipo	\$28.800.000
Utensilios	\$1.350.000
Equipo de computo	\$5.000.000
Muebles y enseres	\$4.100.000
Inversión diferida	\$5.600.000
	\$46.905.000

Nota. Información sobre el valor de la inversión.

Inversión diferida. Son aquellas exigencias imprescindibles para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 25

Inversión diferida

Concepto	Valor total
Costo estudio de factibilidad	\$ 2.600.000
Publicidad	\$ 1.000.000
Adecuación de la planta física	\$ 1.500.000
Registro en la cámara de comercio	\$ 500.000
Total	\$ 5.600.000

Nota. Información sobre la inversión requerida para el registro de la empresa

Ingresos. Para el valor de venta se le agregará el aumento del 2% anual, según el IPC de junio del año 2022. Los precios de venta de los productos, para el primer año, serán los siguientes:

Venta platos \$900

Venta cubiertos \$500

En la producción se tendrá en cuenta los 309 compradores por 150 personas que aproximadamente asisten a las reuniones sociales, además se debe tener en cuenta que las personas manifiestan comprar cada mes.

Tabla 26

Ingresos por venta de platos

AÑOS	1	2	3	4	5
Compradores	309	315	321	328	334
Platos	\$900	\$918	\$936	\$955	\$974
Producción	46.350	556.200	567.324	578.670	590.243
mensual					
TOTAL	\$500.580.000	\$520.506.000	\$540.820.800	\$563.832.000	\$585.568.800

Nota. Información de los ingresos según las ventas proyectadas

Tabla 27**Ingresos por venta de cubiertos**

AÑOS	1	2	3	4	5
Compradores	309	315	321	328	334
Cubiertos	\$500	\$510	\$520	\$530	\$541
Producción	46.350	556.200	567.324	590.243	602.048
mensual					
TOTAL	\$278.100.000	\$289.170.000	\$300.456.000	\$312.912.000	\$325.249.200

Nota. Información de los ingresos según las ventas proyectadas

Mano de obra directa. Para la elaboración del producto se hace necesario la contratación de recursos humanos, en donde se especifica administrativos y operativos.

Tabla 28**Costo mano de obra directa**

CONCEPTO (MENSUAL)	Gerente	Secretaria	Operario x 3	Vendedor x 2	Servicios Generales	Revisor Fiscal	Contador
Honorarios						\$300.000	\$400.000
Bonificación X ventas				\$200.000			
Salario	\$1.400.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000		
Auxilio de transporte	\$117.172	\$117.172	\$117.172	\$117.172	\$117.172		
Salud (8,5%)	\$119.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000		
Pensión (12%)	\$168.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000		
Vacaciones (4.17%)	\$58.380	\$41.700	\$41.700	\$41.700	\$41.700		
Cesantías (8,33%)	\$116.620	\$83.300	\$83.300	\$83.300	\$83.300		
Interese sobre cesantías (1% de ccesantías)	\$1.166	\$833	\$833	\$833	\$833		
Primas (8,33%)	\$116.620	\$83.300	\$83.300	\$83.300	\$83.300		

“Tabla 28” “Continuación”

Arl (0.86%)	\$12.040	\$8.600	\$8.600	\$8.600	\$8.600		
Dotacion 5%	\$70.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000		
TOTAL	\$ 2.178.998	\$ 1.589.905	\$ 1.589.905	\$ 1.789.905	\$ 1.589.905	\$300.000	\$ 400.000

Nota. La tabla contiene los gastos de personal

Nota. El revisor fiscal y el contador público se les pagará por honorarios.

Tabla 29
Gastos de Personal proyectado

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Gerente	\$ 26.147.976	\$26.670.936	\$ 27.204.354	\$ 27.748.441	\$ 28.303.410
Secretaria	\$ 19.078.860	\$19.460.437	\$ 19.849.645	\$ 20.246.638	\$ 20.651.571
Operario	\$ 57.236.580	\$58.381.311	\$ 59.548.937	\$ 60.739.916	\$ 61.954.714
Vendedor	\$ 42.957.720	\$43.816.874	\$ 44.693.211	\$ 45.587.076	\$ 46.498.817
Servicios generales	\$ 19.078.860	\$19.460.437	\$ 19.849.645	\$ 19.849.645	\$ 20.651.571
Revisor fiscal	\$ 3.600.000	\$ 3.672.000	\$ 3.745.440	\$ 3.820.348	\$ 3.896.755
Asesor contable	\$ 4.800.000	\$ 4.896.000	\$ 4.993.920	\$ 5.093.798	\$ 5.195.674
TOTAL	\$ 172.899.996	\$ 176.357.995	\$ 179.885.152	\$ 183.085.862	\$ 187.152.512

Nota. La tabla contiene los gastos de personal proyectados

Servicios públicos requeridos para el funcionamiento.

Tabla 30

Servicios públicos

Concepto	Valor mensual
Energía eléctrica	\$ 2.000.000
Agua	\$ 1.000.000
Servicio de internet	\$ 500.000
Arriendo	\$ 5.000.000
Papelería	\$ 1.000.000
Productos aseo	\$ 1.000.000
Publicidad	\$ 3.000.000
Mantenimiento maquinaria y equipos	\$ 5.000.000
Total	\$ 18.500.000

Nota. Información sobre los gastos de servicios públicos mensuales necesarios en la producción.

Depreciación de activos. Para depreciación se debe tomar en cuenta la siguiente ecuación

$$\text{valor a depreciar: } \frac{\text{valor del activo}}{\text{vida util}} : \text{depreciacion anual}$$

Tabla 31

Depreciación

Concepto	Valor del activo	Años depreciable	Depreciación año
Maquinaria y equipo	\$30.150.000	10	\$3.015.000
Muebles y enceres	\$ 4.100.000	10	\$ 410.000
Equipos de computo	\$ 5.000.000	5	\$ 500.000
Total			\$3.925.000

Nota. Información sobre el gasto por la depreciación en la empresa.

Balance inicial

EMPRESA PLATOS COMESTIBLES S.A.S
Balance inicial

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

DISPONIBLE

Caja

ACTIVO FIJO

\$39.250.000

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

Maquinaria y equipo \$30.150.000

Equipo de oficina \$ 4.100.000

Equipo de comunicación y computación \$ 5.000.000

ACTIVO DIFERIDO

\$16.000.000

CARGOS DIFERIDOS

Útiles y papelería \$1.000.000

Útiles de aseo \$1.000.000

Publicidad \$3.000.000

Imprevistos \$1.000.000

Diferidos \$5.600.000

Servicios públicos \$4.400.000**TOTAL ACTIVO****\$55.250.000****PASIVO**

OBLIGACIONES FINANCIERAS

Bancos Nacionales \$ 0**TOTAL PASIVO****\$0****PATRIMONIO**

CAPITAL SOCIAL

Aportes Sociales \$55.250.000

TOTAL PATRIMONIO**\$55.250.000****TOTAL PASIVO + PATRIMONIO****\$55.250.000**

Estado de resultados o de ganancias y pérdidas.

Tabla 32

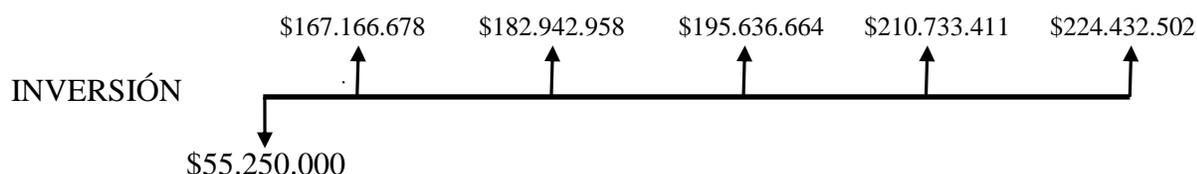
Estado de resultados

	AÑO		AÑO		AÑO		AÑO		AÑO	
	1		2		3		4		5	
Ventas netas	\$	778.680.000	\$	809.676.000	\$	841.276.000	\$	876.744.000	\$	910.818.000
- Costos variables	\$	222.000.000	\$	226.400.000	\$	230.968.800	\$	235.588.176	\$	240.299.939
-Costos fijos	\$	88.500.000	\$	90.270.000	\$	92.075.400	\$	93.916.908	\$	95.795.246
= Utilidad bruta	\$	468.180.000	\$	493.006.000	\$	518.231.800	\$	547.238.916	\$	574.722.815
- Gastos de operación	\$	172.899.996	\$	176.357.995	\$	179.885.152	\$	183.085.862	\$	187.152.512
-Depreciación	\$	3.925.000	\$	3.925.000	\$	3.925.000	\$	3.925.000	\$	3.925.000
-Diferidos	\$	5.600.000	\$	0	\$	0	\$	0	\$	0
= Utilidad antes de impuesto	\$	285.755.004	\$	312.723.005	\$	334.421.648	\$	360.228.054	\$	383.645.303
- Impuesto 35%	\$	100.014.251	\$	109.453.052	\$	117.047.577	\$	126.079.819	\$	134.275.856
= Utilidad después de impuesto	\$	185.740.753	\$	203.269.953	\$	217.374.071	\$	234.148.235	\$	249.369.447
- Reserva legal 10%	\$	18.574.075	\$	20.326.995	\$	21.737.407	\$	23.414.824	\$	24.936.945
= Utilidad neta	\$	167.166.678	\$	182.942.958	\$	195.636.664	\$	210.733.411	\$	224.432.502

Nota. Información del estado de resultados en los cinco primeros años de la empresa.

Evaluación económica

Valor presente neto. Para encontrar el valor presente neto, se identificó la tasa mínima aceptable de rendimiento. En promedio, la rentabilidad de un CDT en Colombia está entre el 6% y el 1% anual según dato suministrado por el Banco Colombia.



$$\text{VPN} = \frac{\$167.166.678}{(1+0,06)^1} + \frac{\$182.942.958}{(1+0,06)^2} + \frac{\$195.636.664}{(1+0,06)^3} + \frac{\$210.733.411}{(1+0,06)^4} + \frac{\$224.432.502}{(1+0,06)^5}$$

$$\text{VPN} = \$157.704.413 + \$163.341.926 + \$170.118.838 + \$167.248.738 + \$168.746.242$$

$$\text{VPN} = \$827.160.157$$

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera ganancia desde el primer año, por lo que se puede decir que el resultado es positivo para los inversionistas.

Tasa Interna de retorno (TIR).

TIR al 1%

$$\text{TIR} = \frac{\$167.166.678}{(1+0,01)^1} + \frac{\$182.942.958}{(1+0,01)^2} + \frac{\$195.636.664}{(1+0,01)^3} + \frac{\$210.733.411}{(1+0,01)^4} + \frac{\$224.432.502}{(1+0,01)^5}$$

$$\text{TIR} = \$165.511.562 + \$179.355.841 + \$189.938.508 + \$202.628.279 + \$213.745.240$$

$$\text{TIR} = \$951.179.430$$

TIR al 6%

$$\text{TIR} = \frac{\$167.166.678}{(1+0,06)^1} + \frac{\$182.942.958}{(1+0,06)^2} + \frac{\$195.636.664}{(1+0,06)^3} + \frac{\$210.733.411}{(1+0,06)^4} + \frac{\$224.432.502}{(1+0,06)^5}$$

$$\text{TIR} = \$157.704.413 + \$163.341.926 + \$170.118.838 + \$167.248.738 + \$168.746.242$$

$$\text{TIR} = \$827.160.157$$

INTERPOLACIÓN.

5%	{	1%	\$951.179.430	}	\$895.929.430	}	\$124.019.273
			\$55.250.000				
	}	6%	\$827.160.157				

$$X = \frac{\$895.929.430}{\$124.019.273} = 7\%$$

$$\text{TIR} = 7\%$$

El indicador de la Tasa Interna de Retorno muestra que el porcentaje de recuperación de la inversión es del 7%, con lo que se para la organización es viable llevar a cabo la inversión, ya que se supera la inversión hecha al inicio y el retorno de la misma es positiva.

Valor Actual Neto.

$$\text{VPN} - \text{INVERSIÓN} = \$827.160.157 - \$55.250.000$$

$$\text{VAN} = \$771.910.157$$

Se determino un resultado positivo lo que demuestra que el proyecto es viable para la creación de la empresa.

Razón costo beneficio.

$$\text{RAZÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{FLUJOS POSITIVOS}}{\text{FLUJOS NEGATIVOS}} = \frac{\$827.160.157}{\$ 55.250.000} = 14$$

La razón costo beneficio indica cuanto se va a poder recobrar por cada peso invertido, en esta ocasión el indicador dio 14 lo que quiere decir que estará en punto de equilibrio a los 5 años de realizada la inversión, es decir, por cada peso invertido se recuperará 14.

4.5 Identificar el entorno social y ambiental que generará la puesta marcha del proyecto

En la creación de la empresa no se producen impactos negativos en el medio ambiente o social, ya que con la creación de la empresa que tendrá como actividades la producción de patos y cubiertos comestibles que busca mejorar el medio ambiente, ya que los residuos sólidos, derivados de los platos desechables han venido contaminando el medio ambiente a través de los años.

De otra parte, en cuanto a los vertimientos de agua utilizada para el proceso de la producción y la limpieza de las maquinarias, no tendrá una alta concentración de sustancias tóxicas lo que asegura que no causan alteraciones de ninguna clase al medio ambiente.

En cuanto al impacto social se puede mencionar que con la organización se generará fuentes de empleo, como también se impulsarán los proyectos productivos e innovadores en la región, ayudando a mejorar los ingresos económicos y mejorando la calidad de vida de sus familias y comunidad en general.

De otra parte, con esta nueva forma de progreso regional se aportará al municipio impuestos para el desarrollo de proyectos de emprendimiento, creando nuevas fuentes de empleo y disminuyendo el índice de desempleo tan alto que tiene el municipio de Ocaña y la región, ya que no existen empresas dedicadas a la transformación de la materia prima en productos y esta es un opción nueva y novedosa.

Capítulo 5. Conclusiones

Al realizar el estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y demás variables del marketing mix, se pudo determinar que los clientes potenciales de los platos y cubiertos desechables son 309 personas los cuales afirman que les gustaría comprar el producto siendo muy novedoso e innovador.

En el estudio técnico se determinó la maquinaria, utensilios, muebles, recursos físicos, humanos y tecnológicos, necesarios para desarrollar la actividad económica propuesta, además de la ubicación y tamaño del proyecto.

De otra parte, en el estudio administrativo se estableció que la persona jurídica adecuada para la puesta en marcha de la organización es la Sociedad Anónima por Acciones Simplificadas, mostrando las normas legales que se deben cumplir al momento de la constitución y definiendo la estructura administrativa e indicadores de gestión que faciliten la administración.

Con el estudio financiero se determinaron los ingresos, egresos y la evaluación económica a partir del valor presente neto VPN, la razón costo beneficio RCB y la tasa interna de retorno TIR, dando un resultado positivo o viable para la puesta en marcha del proyecto.

Por último, se pudo determinar que la empresa no tendrá impactos ambientales y sociales negativos, sino que al contrario traerá progreso a los habitantes ya que tendrán la oportunidad de adquirir un productos novedoso e innovador que en el momento no se tiene.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se debe seguir realizando estudios de mercados para conocer los nuevos gustos y necesidades de los clientes, además de las adhesiones que se podría hacer en un futuro, mejorando la calidad e insuficiencias de los clientes actuales y futuros.

Se debe tener en cuenta el estudio técnico propuesto, con sus elementos como es la ubicación del proyecto, el tamaño, y los recursos físicos, humanos y tecnológicos, ya que esto es necesario para el adecuado funcionamiento de la empresa.

Es recomendable asumir el estudio administrativo propuesto para establecer las normas legales en el momento de la constitución del negocio y la estructura administrativa diseñada como es la misión, visión, organigrama y demás siendo indispensables para el adecuado funcionamiento interno y externo de la entidad.

Se propone la creación de la organización, ya que según el estudio financiero que determinó los ingresos, egresos y la evaluación económica a partir del valor presente neto VPN, la razón costo beneficio RCB y la tasa interna de retorno TIR, dio como resultado que la empresa es viable y traería crecimiento económico y social a la región de Ocaña

Aunque la creación de la empresa no traerá impacto social y ambiental negativo a la ciudad de Ocaña donde se desarrollará, se recomienda diseñar e implementar planes de manejo ambiental al igual que programas de educación ambiental para la comunidad con el objetivo de cumplir con la Responsabilidad Social Empresarial, a la que toda entidad está obligado.

Referencias

- Acosta, J. (2018). *Teorías de la administración*. <https://neetwork.com/teorias-de-la-administracion/>.
- Arica, D. (10 de Noviembre de 2011). *Estudio técnico*. <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>.
- BBVA. (2021). *Teoría de la oferta y la demanda*. <https://www.bbva.com/es/teoria-la-oferta-la-demanda/>.
- Burbano, A. (2015). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Fondo de Empleados en el Puesto de Salud de Lorenzo del Municipio de Pasto*. Pasto: San Juan de Pasto.
- Castro, P. (2019). *Teoría económica*. https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/libros/contab/teoria_body.shtml.
- Diario la Opinión. (3 de Marzo de 2018). *Zona norte de Ocaña la más contaminada*. <https://www.laopinion.com.co/ocana/zona-norte-de-ocana-la-mas-contaminada>.
- Dominguez, R. (2019). *recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad*. Chile: Cepal.
- Febles, L. (8 de Enero de 2021). *Nuestro legado es basura*. <https://www.eldia.es/opinion/2021/01/08/legado-basura-27167331.html>.
- Gallo, D. (4 de Septiembre de 2019). *Cuatro productos para su mesa que son amigables con el medioambiente*. <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/productos-para-la-mesa-amigables-con-el-medio-ambiente-401868>.
- Greenpeace. (30 de Mayo de 2019). <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/contaminacion/>. Contaminación.
- Heinrichs, S. (5 de Junio de 2018). *O nos divorciamos del plástico, o nos olvidamos del planeta*. <https://news.un.org/es/story/2018/06/1435111>.
- Hernández, s. (2019). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Hurtado, J. (2017). *La teoría del valor de Adam Smith*. Bogotá: Cuad. Econ. vol.22 no.38 .
- Kotler, P. (2019). <https://www.gestiopolis.com/teoria-basica-de-mercadotecnia/>. Mercadotecnia.
- López, M. (3 de Diciembre de 2018). *Estudio administrativo, un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.
- Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. (2021). *Decreto 1076 de 2015* . Bogotá: Gaceta de la República.
- Ministerio del medio ambiente. (2019). *Decreto Ley 2811 de 1974*. Bogotá: Gaceta de la república.

- Molla A, Berenguer G. (2006). *Comportamiento del consumidor*. (1era. Ed.) Barcelona España: Edit.UOC.
- Naciones unidas. (30 de Marzo de 2021). *Cambio climático y medioambiente*. <https://news.un.org/es/story/2021/03/1490302>.
- Nadal, A. (2010). *El concepto de mercado*. Mexico: Universidad autonoma de Mexico.
- Organización Mundial de la Salud. (2 de Mayo de 2019). *Nueve de cada diez personas de todo el mundo respiran aire contaminado*. <https://www.who.int/es/news/item/02-05-2018-9-out-of-10-people-worldwide-breathe-polluted-air-but-more-countries-are-taking-action>.
- Ortega, E. (2020). <https://envira.es/es/estudio-impacto-ambiental/>. ¿Qué es lo que se evalúa en un estudio de impacto ambiental?
- Pérez, L. (2019). *Estudio financiero*. <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.
- Pérez, R. (2018). *Educación ambiental y sociedad*. Mexico: Iztapalapa, México, D.F.
- República de Colombia. (2019). *Constotición Política de Colombia*. Bogotá: Documento nacional.
- República de Colombia. (2019). *Decreto 410 del 1971*. Bogotá: Gaceta de la república.
- Roperó, S. (8 de Septiembre de 2020). *Qué son los agentes contaminantes*. <https://www.ecologiaverde.com/que-son-los-agentes-contaminantes-2711.html>.
- Sánchez, J. (8 de Enero de 2019). *Estudio de mercado*. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>.
- Solórzano, S. (27 de Febero de 2020). <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/desde-reciclarlo-hasta-prohibirlo-conozca-las-iniciativas-para-reducir-el-uso-de-icopor-2970160>. La república.
- Twenergy. (2019 de Abril de 2019). *productos desechables un gran foco de contaminación*. <https://twenergy.com/ecologia-y-reciclaje/contaminacion/productos-desechables-un-gran-foco-de-contaminacion-1418/>.
- Žebrytė, I. (2016). *La teoria del refugio de la contaminación*. Santiago de Chile: DOI: 10.17151/jurid.2016.13.1.3.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta aplicada a los habitantes de Ocaña.



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN GESTIÓN
COMERCIAL Y FINANCIERA

Objetivo: La siguiente encuesta se realiza con el fin de conocer y lograr determinar el grado de factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de productos comestibles en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1. ¿Sabía usted que los platos desechables son contaminantes?

Sí _____

No _____

2. ¿Considera que es importante sacar del mercado el icopor y el plástico?

Sí _____

No _____

¿Por qué? _____

3. ¿Utiliza usted platos desechables?

Sí _____

No _____

¿Por qué? _____

4. ¿Con que frecuencia compra usted productos desechables?

Semanal _____

Dos veces a la semana _____

Quincenal _____

Mensual _____

Nunca _____

5. ¿En donde compra este tipo de desechables?

Supermercados _____, tiendas _____, otro lugar cual? _____

6. ¿Conoces lo platos comestibles hechos a base de maíz o de trigo?

Sí _____

No _____

7. Usted al organizar un evento, ¿Qué preferiría usar?

Platos y cubiertos comestibles (Se pueden consumir)_____

Platos y cubiertos desechables_____

8. Si estos productos se encontraran en el mercado, ¿lo comprarías?

Si_____

No_____

9. Valor que estaría dispuesto a pagar por platos comestibles unitariamente

De 700-900_____

De 1000-1200_____

De 1200-1500_____

De 1500-1800_____

De 1800 en adelante_____

10. Valor que estaría dispuesto a pagar por cubiertos comestibles unitariamente

De 300-500_____

De 500-700_____

De 700- 1000_____

11. ¿Le gustaría que, en la ciudad de Ocaña, se creara una empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles?

Si_____

No_____

12. ¿En qué medios publicitarios considera más efectivos para dar a conocer la existencia de la empresa comercializadora de platos y cubiertos comestibles? (Puede seleccionar varias opciones)

___ Radio

___ Televisión local

___ Volantes

___ Folletos

___ Puerta a puerta

13. ¿En qué lugar de la ciudad le gustaría que estuviera ubicada la empresa comercializadora de productos comestibles?

___ En el norte de la ciudad

___ En el centro de la ciudad

___ En el sur de la ciudad

14. ¿Recomendarías el producto a tus amigos?

Si_____

No_____

Tal vez_____