

| | | | | |
|---|---|---------------------|-------------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| | FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 10-04-2012 | A |
| | Dependencia | Aprobado | | Pág. |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADÉMICO | | i(122) | |

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

| | |
|--------------------|---|
| AUTORES | ÁLVARO ARCHILA ACOSTA AURELIO JOSÉ SÁNCHEZ QUINTERO |
| FACULTAD | FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS |
| PLAN DE ESTUDIOS | PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS |
| DIRECTOR | JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ NAVARRO |
| TÍTULO DE LA TESIS | PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE ENVASES ECOAMIGABLES PARA LOS RESTAURANTES DE COMIDAS RÁPIDAS EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER. |

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIOS, A TRAVÉS DE UNA METODOLOGÍA CUANTITATIVA PERMITIÓ EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLATEADOS Y LA REALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADOS, EL ESTUDIO FINANCIERO, ECONÓMICO, ADMINISTRATIVO Y LEGAL, QUE DEMOSTRÓ LA VIABILIDAD DE LA MISMA Y SU POSITIVO IMPACTO PARA EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOCIEDAD OCAÑERA.

CARACTERÍSTICAS

| | | | |
|----------|---------|----------------|---------|
| PÁGINAS: | 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 - Fax: Ext. 104
info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE ENVASES ECOAMIGABLES
PARA LOS RESTAURANTES DE COMIDAS RÁPIDAS EN EL MUNICIPIO DE
OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.**

AUTORES

ÁLVARO ARCHILA ACOSTA

AURELIO JOSÉ SÁNCHEZ QUINTERO

**Trabajo de grado presentando como requisito para obtener el título de Administradores
de Empresas**

DIRECTOR

JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ NAVARRO

Ingeniero Industrial

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Índice

| | |
|--|-----------|
| Capítulo 1. Plan de Negocios para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de envases eco amigables para los restaurantes de comidas rápidas en el Municipio de Ocaña, Norte de Santander..... | 1 |
| 1.1 Planteamiento del Problema..... | 1 |
| 1.2 Formulación Del Problema | 3 |
| 1.3 Objetivos | 3 |
| 1.3.1 Objetivo General..... | 3 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos | 3 |
| 1.4 Justificación..... | 4 |
| 1.5 Delimitaciones..... | 5 |
| 1.5.1 Operativa | 5 |
| 1.5.2 Conceptual..... | 5 |
| 1.5.3 Geográfica | 5 |
| 1.5.4 Temporal:..... | 6 |
| | |
| Capítulo 2. Marco Referencial | 7 |
| 2.1 Marco Histórico..... | 7 |
| 2.1.1 Antecedentes a nivel internacional | 7 |
| 2.1.2 Antecedentes a nivel nacional | 8 |
| 2.1.3 Antecedentes locales..... | 9 |
| 2.2 Marco Conceptual | 10 |
| 2.2.1 Medio ambiente | 10 |
| 2.2.2 Plan de negocios | 10 |
| 2.2.3 Reciclaje | 10 |
| 2.2.4 Productos biodegradables..... | 11 |
| 2.2.5 Plan operativo..... | 11 |
| 2.2.6 Estudio de mercados..... | 11 |
| 2.2.7 Contaminación del medio ambiente..... | 12 |
| 2.3 Marco Teórico..... | 12 |
| 2.4 Marco Legal | 17 |
| 2.4.1 Constitución Política de Colombia | 17 |
| 2.4.2 Código del comercio..... | 17 |
| | |
| Capítulo 3. Diseño Metodológico..... | 20 |
| 3.1 Tipo de Investigación | 20 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2 Población..... | 20 |
| 3.3 Muestra..... | 21 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información..... | 21 |
| 3.5 Procesamiento y análisis de información..... | 21 |
| Capítulo 4. Resultados..... | 22 |
| 4.1 Resultados de la aplicación de la encuesta..... | 22 |
| 4.2 Diseñar un plan de mercados que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa basada en la distribución y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander | 36 |
| 4.2.1 Análisis del sector. | 37 |
| 4.2.2 Análisis de la demanda..... | 37 |
| 4.2.3 Proyección de la demanda | 37 |
| 4.2.4 Estimación de la demanda | 42 |
| 4.2.5 Análisis de la Oferta. | 43 |
| 4.2.6 Estimación de la oferta actual..... | 43 |
| 4.2.7 Análisis de la Competencia | 44 |
| 4.2.7.1 Competencia directa..... | 44 |
| 4.2.8 Relación entre demanda y oferta | 44 |
| 4.2.9 Estrategias de precio..... | 44 |
| 4.2.10 Mecanismo distribución de publicidad..... | 48 |
| 4.2.11 Canales de Distribución..... | 50 |
| 4.2.12 Logo y slogan | 50 |
| 4.3 Cuantificar la inversión económica necesaria para la creación de una empresa basada en la distribución y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander | 52 |
| 4.3.1 Inversión inicial..... | 52 |
| 4.3.1.1 Presupuesto de gasto de personal..... | 52 |
| 4.3.1.2 Requerimiento equipo de oficina..... | 54 |
| 4.3.1.3 Costos fijos y costos variables. | 61 |
| 4.3.1.4 Financiación inicial..... | 62 |
| 4.3.1.5. Gastos mensuales | 63 |
| 4.3.1.6 Egresos..... | 64 |
| 4.3.1.7 Ingresos..... | 65 |
| 4.3.1.8 Depreciaciones..... | 67 |
| 4.3.1.9 Capital de trabajo | 67 |
| 4.3.2 Estudio financiero..... | 68 |
| 4.3.2.1 Balance inicial..... | 68 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.2.2 Valor presente neto (VPN). | 70 |
| 4.3.2.3 Valor actual neto.. | 71 |
| 4.3.2.4 Razón costo beneficio (RCB). | 71 |
| 4.3.2.5 Tasa interna de retorno. | 72 |
| 4.4 Elaborar un plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido. | 73 |
| 4.4.1 Tamaño del proyecto. | 74 |
| 4.4.2 Localización de la empresa. | 74 |
| 4.4.3 Dimensión del mercado | 75 |
| 4.4.4 Estrategia Organizacional | 75 |
| 4.4.5 Requerimiento físicos | 75 |
| 4.4.6 Distribución en planta. | 76 |
| 4.5 Elaborar un estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa. | 77 |
| 4.5.1 Requisitos legales | 77 |
| 4.5.2 Misión | 78 |
| 4.5.3 Visión: | 78 |
| 4.5.4 Valores: | 79 |
| 4.5.5 Propuesta de Organigrama para Ecoamigate Ocaña Ltda. | 79 |
| 4.5.7 Manual de Funciones | 79 |
| 4.5.8 Reglamento de trabajo | 85 |
| 4.5.9 Catálogo de productos | 90 |
| 4.6 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa basada en la producción y comercialización de vasos biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander. | 101 |
| 4.6.1 Estudio social. | 101 |
| 4.6.2 Estudio ambiental | 101 |
| Conclusiones | 103 |
| Recomendaciones | 104 |
| Referencias | 105 |
| Apéndices | 107 |

Lista de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Sexo | 22 |
| Tabla 2. Edad | 24 |
| Tabla 3 . Nivel de importancia del cuidado del medio ambiente..... | 25 |
| Tabla 4. Que le gusta o le llama la atención de un empaque | 26 |
| Tabla 5. Importancia de los materiales utilizados en los empaques | 27 |
| Tabla 6 . Segundo uso a los empaques | 28 |
| Tabla 7. Los productos diseñados para no contaminar son más caros..... | 29 |
| Tabla 8. Disposición de adquirir envases eco amigables con el medio ambiente | 30 |
| Tabla 9. Los envases ecoamigables dispuestos adquirir | 31 |
| Tabla 10. Disposición para pagar por los envases ecoamigables | 32 |
| Tabla 11. Nivel de importancia de la educación de las empresas a sus clientes..... | 33 |
| Tabla 12 Compra de envases ecoamigables con la creación de una empresa distribuidora en Ocaña | 34 |
| Tabla 13. Lugar previsto para la ubicación de la empresa distribuidora de envases ecoamigables..... | 35 |
| Tabla 14. Necesidades por paquete de productos para los establecimientos comerciales de venta de comida rápidas | 38 |
| Tabla 15. Proyección de unidades demandas | 39 |
| Tabla 16. Proyección de la demanda semanal | 40 |
| Tabla 17. Proyección de la demanda mensual | 41 |
| Tabla 18. Proyección de la demanda anual..... | 42 |
| Tabla 19. Precios según cotización más precios con un margen de ganancia del 20% | 45 |
| Tabla 20. Precios por paquetes | 48 |
| Tabla 21. Gastos de personal para la empresa Ecoamigate Ocaña | 53 |
| Tabla 22. Requerimiento de equipo de oficina para Ecoamigate Ocaña | 54 |
| Tabla 23. Insumos para la actividad económica de la empresa | 55 |
| Tabla 24. Determinación del costo de los insumos por paquete..... | 57 |
| Tabla 25. Total costos de insumos de acuerdo on la demanda proyectada..... | 59 |
| Tabla 26. Diferidos | 60 |
| Tabla 27. Inversión inicial para la empresa | 61 |
| Tabla 28. Costos fijos y variables | 62 |

| | |
|---|----|
| Tabla 29. Financiación inicial..... | 63 |
| Tabla 30. Gastos mensuales..... | 63 |
| Tabla 31. Gastos totales anuales para la prestación del servicio | 63 |
| Tabla 32. Gastos diferidos | 64 |
| Tabla 33. Proyección de egresos de la empresa..... | 64 |
| Tabla 34. Ingresos mensuales por la comercialización de envases ecoamigables..... | 65 |
| Tabla 35. Ingresos anuales por la comercialización de envases ecoamigables | 66 |
| Tabla 36. Proyección de ingresos a 5 años | 67 |
| Tabla 37. Depreciación Muebles, equipos y Enseres | 67 |
| Tabla 38. Balance Inicial | 68 |
| Tabla 39. Estado de Resultados | 69 |
| Tabla 40. Flujo de Caja..... | 69 |
| Tabla 41. Proyección de ventas por día, semana y mes..... | 74 |
| Tabla 42. Requerimientos físicos..... | 75 |

Lista de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Sexo | 23 |
| Figura 2. Edad..... | 24 |
| Figura 3. Nivel de importancia del cuidado del medio ambiente | 25 |
| Figura 4. Que llama la atención de un empaque | 27 |
| Figura 5. Importancia de los materiales utilizados en los empaques | 28 |
| Figura 6. Segundo uso a los empaques | 29 |
| Figura 7. Los productos diseñados para no contaminar son más caros | 30 |
| Figura 8 .Disposición de adquirir envases ecoamigables con el medio ambiente | 31 |
| Figura 9. Los envases ecoamigables dispuestos adquirir..... | 32 |
| Figura 10. Disposición para pagar por los envases ecoamigables | 33 |
| Figura 11 . Nivel de importancia de la educación de las empresas a sus clientes | 34 |
| Figura 12 . Compra de envases ecoamigables con la creación de una empresa distribuidora en Ocaña | 35 |
| Figura 13. Lugar previsto para la ubicación de la empresa distribuidora de envases ecoamigables..... | 36 |
| Figura 14. Estimación de la oferta actual..... | 43 |

Lista de Apéndices

| | |
|---------------------------|-----|
| Apéndice A. Encuesta..... | 108 |
|---------------------------|-----|

Lista de ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1. Medios de Comunicación | 48 |
| Ilustración 2. Correo electrónico..... | 49 |
| Ilustración 3. Página en Facebook | 49 |
| Ilustración 4. Canales de distribución..... | 50 |
| Ilustración 5. Logo y slogan..... | 51 |
| Ilustración 6. Necesidades de Recurso Humano..... | 76 |
| Ilustración 7. Organigrama de la empresa. | 79 |

Capítulo 1. Plan de Negocios para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de envases eco amigables para los restaurantes de comidas rápidas en el Municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.1 Planteamiento del Problema

El medio ambiente constituye la base para la supervivencia del ser humano. En la actualidad este además se ha convertido en un derecho amparado por el contexto internacional y en el nacional, poniendo en la agenda pública iniciativas por parte de los Estados para disminuir la grave problemática de contaminación como consecuencia del consumismo y maltrato del hombre a los ecosistemas en todo el planeta.

En Colombia la problemática no es diferente pues nuestro país produce 12 millones de toneladas de basura de la cual tan solo se recicla el 17%. En las últimas décadas el aumento en la utilización del plástico genera situaciones de alta contaminación que afectan directamente el medio ambiente (Estevez, 2009), impactos que se presentan principalmente por la lenta degradación de los plásticos, la creciente generación de residuos de este material y, otro motivo importantes es debido a que su principal materia prima es un recurso no renovable como es el petróleo, y algunos químicos utilizados para su producción son tóxicos, como son el caso de los aditivos para darle propiedades específicas a los productos plásticos, que en su gran mayoría afectan la cadena trófica en todos los ecosistemas (acuático, aéreo y terrestre) situación que desmejora la calidad de vida de los seres vivos y por ende la del ser humano. (Ramirez & Alvarez, 2016)

Esta situación derivada del uso de plásticos también se puede percibir en el ámbito del consumo de comida por parte del ser humano, puesto que hoy en día el ritmo de vida acelerado ha contribuido a la falta de tiempo de los consumidores y a la gran oferta de

comidas rápidas en todos los sectores y estratos económicos del país, acelerando el alto consumo de plásticos y materiales que impactan negativamente al medio ambiente.

En departamentos como Norte de Santander se producen cerca de 90 mil toneladas de basura y el municipio de Ocaña una cifra cercana a 17.429 toneladas que se destinan al relleno sanitario ubicado en la vereda La Madera y hacia 4 recicladoras que operan en el municipio, sin embargo lo poco que se lleva hacia estos depósitos de basura en su mayoría se utiliza para la comercialización más no para prácticas de reciclaje o realización de productos eco amigables con el medio ambiente, siendo este además considerando la capital de la Provincia por su ubicación estratégica, la cual tiene como principal renglón de su economía el sector comercial con cerca de 2.499 establecimientos registrados ante la Cámara de Comercio aunque, de acuerdo al censo realizado por dicha institución, se encontraron un total de 3.358 establecimientos, lo que muestra el alto grado de informalidad presente en la zona (859 establecimientos). A través de dicho censo, en su momento se logró identificar 376 actividades económicas y 6 sectores económicos, siendo el comercio, con un 64,2% (2.152 establecimientos), la actividad principal; seguido de la prestación de servicios con un equivalente al 22,8% (764 establecimientos); como tercer renglón, están los que se dedican al comercio y prestación de servicios, lo cual representa el 8% (267) de los establecimientos registrados; es de resaltar que el sector industrial representa tan solo el 1,8% de los locales registrados. (Camara de Comercio de Ocaña , 2017)

De esta forma, se genera hoy en día en municipios como Ocaña, un alto impacto en el consumo de materiales plásticos y tóxicos para el medio ambiente contribuyendo a la grave problemática a nivel mundial que denuncian los ambientalistas y que preocupa incluso a organizaciones mundiales, más aún cuando en sectores como la gastronomía se descuida la necesidad de contribuir a cuidar el planeta y solo se prioriza la prestación del servicio.

A partir de estos argumentos expuestos, la presente investigación busca a través del diseño de un plan de negocios determinar la factibilidad para la creación de una empresa que permita comercializar envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, como una idea de negocios que brinde oportunidades laborales pero que de forma consecuente aporte al mejoramiento del medio ambiente, sea exequible para el cliente y permite una rentabilidad a los emprendedores que decidan tomarlo como una opción de emprendimiento.

1.2 Formulación Del Problema

¿Es factible la creación de una empresa dedicada en la producción y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos

Diseñar un plan de mercados que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa basada en la producción y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Cuantificar la inversión económica necesaria para la creación de una empresa basada en la producción y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Elaborar un plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido.

Elaborar un estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa.

Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa basada en la producción y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.4 Justificación

La oferta de productos de consumo elaborados a base de materiales que impactan negativamente el medio ambiente se ha posicionado en los diferentes mercados desencadenando una serie de impactos negativos en los ecosistemas y por ende en la salud del ser humano. Actualmente Colombia es uno de países en los cuales este consumismo abarca el mercado y los productos a base de petróleo generan una degradación del medio ambiente. De esta manera es necesario de acciones de mejoramiento encaminadas a reducir el impacto y a generar buenas prácticas que permitan la reducción de la contaminación y de las consecuencias que esta trae consigo para el planeta.

En municipios como Ocaña donde el comercio se constituye como la principal actividad económica y los servicios como la segunda, también se genera un gran impacto de consumo en el área gastronómica de productos con materiales plásticos y tóxicos con el

medio ambiente que en nada aportan a la búsqueda de acciones que mejoren la problemática mundial.

El presente proyecto se basa en la búsqueda de alternativas que permitan que el ser humano realice las mismas actividades pero bajo prácticas saludables con productos biodegradables y amigables con el medio ambiente. De esta manera se propone a través del plan de negocios crear una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de vasos eco amigables que permitan su desecho y descomposición de forma más rápida para que se reduzca el impacto en el medio ambiente, se contribuya a disminuir el impacto negativo a los ecosistemas y se cree alternativas de empleo con prácticas saludables con el medio ambiente en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Operativa: Se pueden generar inconvenientes en dicho proceso, debido al suministro de información errónea o negación de la misma por parte los consumidores de vasos desechables en los restaurantes de comidas rápidas y con las entidades encargadas de evaluar y mejorar el impacto al medio ambiente en el municipio de Ocaña.. Estos inconvenientes se manejan con el respectivo director de la presente propuesta.

1.5.2 Conceptual: En la presente investigación se manejaron los siguientes conceptos: medio ambiente, plan de negocios, reciclaje, productos biodegradables, plan operativo, plan financiero, estudio de mercados, demanda, oferta, impacto social, impacto ambiental y contaminación del medio ambiente.

1.5.3 Geográfica: El proyecto se desarrolló la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.5.4 Temporal: El tiempo estipulado para la realización del proyecto fue de 10 semanas contado a partir de la aprobación del proyecto de grado.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

El marketing verde o la búsqueda de estrategias en el mercado de los productos y los servicios con el acompañamiento de medidas para proteger el medio ambiente, aparece de acuerdo con algunos investigadores hacia el año 1970 cuando en Estados Unidos se da la necesidad de establecer estrategias de marketing pero con una perspectiva ecológicas.

Hacia el año 1990, nace un movimiento que llevo a cabo estudios en varios países como Estados Unidos y en otros países anglosajones y en la Europa continental, para establecer también estrategias de marketing ecológico. De acuerdo con lo expuesto por Sixto & Salgueiro, (2008) en 1993 se lleva a cabo la Conferencia Anual de la Asociación Americana de Márketing (AMA), se estableció, por primera vez, una sesión especial dedicada al márketing ecológico. En este período, asimismo, se consolidó una nueva concepción de la empresa, según la cual esta no solo tiene que ser una unidad de producción centrada en la obtención de beneficios económicos, sino que también debe actuar conforme a una responsabilidad social basada, entre otros elementos, en la preservación del medio ambiente y en la racionalidad en el consumo de energía.

De acuerdo con este nuevo planteamiento, la gestión de las empresas se orienta hacia las exigencias del desarrollo sostenible y la satisfacción de las demandas de los diferentes grupos de interés (stakeholders), de tal manera que el concepto tradicional de la empresa u organización se transforma en otro donde se incorpora al ámbito empresarial el concepto de desarrollo sostenible, el cual comprende la sostenibilidad económica, ambiental y social. En este sentido, las empresas deben considerar el desarrollo de tecnologías más limpias, tener en

cuenta las normas internacionales ISO 14000 (para un sistema de gestión ambiental), diseñar productos cuyo impacto sobre el medio ambiente sea reducido (ecoamigables). También aparece el consumidor verde, que cuestiona: ¿cómo ha sido elaborado el producto?, ¿de dónde vienen las materias primas?, ¿qué tan limpio es el proceso productivo?, ¿qué sucede con el producto al final de su ciclo de vida? Estas constituyen demandas ecológicas que las empresas deben atender e ir adaptándose a ellas. (Pastorino, 2013)

De esta forma se puede afirmar con los argumentos ya expuestos que el movimiento hacia la búsqueda de estrategias en el mercado de los productos y servicios amigables con el medio ambiente es una modalidad que solo aparece hasta el siglo pasado pero que ha ido situándose de forma continua hasta ahora en la búsqueda de soluciones para la elaboración de productos y la prestación de servicios que satisfagan al cliente pero que además no impacten negativamente al medio ambiente, convirtiéndose en una tendencia mundial pero que además ya se encuentra implícita en los deberes de las organizaciones públicas y privadas teniendo en cuenta la grave situación del calentamiento global, la contaminación, la deforestación y demás situaciones que conllevan a un medio ambiente puesto en peligro por el acelerado y desmedido consumo del ser humano.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

Como se ha mencionado antes la entrada de las estrategias de marketing verde se han posicionado en el mercado de los productos y los servicios desde hace más o menos cinco décadas debido a la gran preocupación del ser humano ante la grave problemática del medio ambiente, situación de la cual Colombia no ha estado exenta.

En Colombia el tema aún es nuevo, y son varias las empresas, especialmente las PYMES, que han decidido apostarle al mercadeo verde, logrando así diseñar productos

ecológicos. Esta iniciativa es apoyada por el gobierno dando incentivos y apoyando a las empresas que adopten esta tendencia que va dirigida al cuidado del medio ambiente. (Salazar, Parada, & Sarral, 2012)

Con este referente se puede decir que aunque el tema del mercadeo verde es relativamente nuevo; en Colombia hay muchas empresas que le están apostando a esto, con el fin de contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente y aumentar las utilidades gracias a una mayor productividad de las empresas, logrando de alguna manera la aceptación en mercados internacionales del mismo sector. (Limonche & Peñaranda, 2013)

2.1.3 Antecedentes locales

En el caso del municipio de Ocaña se han realizado diversos estudios enfocados a la creación de centro de reciclaje donde actualmente prestan este servicio cuatro empresas ubicadas 3 en la avenida circunvalar y una en el barrio santa clara. Entre los trabajos investigativos de destacar encontramos el denominado “Formulación E Implementación De Alternativas Para Utilizar Las Bolsas De Uso Intravenoso Como Material De Reciclaje En La E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares De Ocaña, Norte De Santander” en la cual se logró recopilar y recolectar estos residuos sólidos susceptibles a ser aprovechados como materia prima de otros productos, fortaleciendo la gestión ambiental y fomentando la participación de todos los empleados en tareas conjuntas con el ambiente para una mejora continua de la empresa. (Polo, 2017)

De esta forma, es preciso entonces que se fortalezca en el municipio la aplicación de estrategias que en el mercado de los servicios y los productos permita una contribución amigable a las tendencias del marketing verde o ecológico, puesto que es una problemática de todos los seres humanos y una obligación con las demás generaciones contribuir a mejorar lo

que el mismo hombre ha generado con el desmedido consumo y con la creación de productos poco contribuyentes al mejoramiento de los ecosistemas y de las fuentes hídricas.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Medio ambiente. Según la Real Academia Española, el término ambiente se refiere a las circunstancias que rodean a las personas o a las cosas, y este significado coincide con una de las acepciones de la palabra medio, lo que nos llevaría a afirmar que la expresión medio ambiente es redundante. Sin embargo, se utiliza indistintamente el término ambiente o medio ambiente para referirse al mismo concepto.

Para la Comunidad Económica Europea (CCE), el medio ambiente es el entorno que rodea al hombre y genera una calidad de vida, incluyendo no sólo los recursos naturales, sino además, el aspecto cultural. La Directiva 85/337 de la CEE, dictada el 27 de junio de 1985, menciona que para medir el impacto ambiental de cualquier proyecto se deberán evaluar los factores siguientes: el hombre, la fauna y la flora; el suelo, el aire, el clima, y el paisaje; la interacción entre los factores anteriores; los bienes materiales y el patrimonio cultural.

2.2.2 Plan de negocios. El plan de negocios es un documento que ayuda al empresario a analizar el mercado y planificar la estrategia de un negocio. Es utilizado tanto por los ejecutivos de una gran empresa como por un pequeño emprendedor. En distintas etapas de la vida de una empresa es necesario establecer a través de un documento los aspectos esenciales de proyectos que pueden estar relacionados con el lanzamiento de nuevos productos, mejorar los productos existentes, cambiar o ampliar locales para aumentar la capacidad de producción, respaldar un pedido de crédito o interesar a un socio potencial. (Martinez, 2003)

2.2.3 Reciclaje. Castells (2012) describe el reciclaje como la operación compleja que permite la recuperación, transformación y elaboración de un material a partir de residuos, ya

sea total o parcial en la composición definitiva. Por lo tanto, el reciclaje y los residuos, responden a diversas actividades que pueden llevarse a cabo sobre los diferentes flujos de residuos para aprovecharse, desde el mismo uso hasta otra aplicación.

2.2.4 Productos biodegradables. Biodegradable es el producto o sustancia que puede descomponerse en sus elementos químicos que los conforman, debido a la acción de agentes biológicos, como plantas, animales, microorganismos y hongos, bajo condiciones ambientales naturales. No todas las sustancias son biodegradables bajo condiciones ambientales naturales, a dichas sustancias se les llama sustancias recalcitrantes. (Definición de Productos Biodegradables)

2.2.5 Plan operativo. El plan de operaciones, también llamado plan operativo o plan de producción, aglutina todos los aspectos relacionados con la producción de los productos y servicios que ofrece la empresa. Se incluye dentro del plan del plan de negocio, ya que nos muestra una descripción de cuál va a ser el proceso de creación de los productos o el modelo de prestación de servicio en nuestra empresa. (emprende pyme)

El plan de operaciones contiene el diseño de la estructura y la implementación de todos los procesos que nos permitirán producir el producto y servicio, y llevarlo a nuestro cliente. Por ello, debe explicar todos los puntos técnicos y organizativos que nos permitirán llevar nuestra producción de la forma más eficaz y eficiente. (emprende pyme)

2.2.6 Estudio de mercados. Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. (Muñoz, 2011)

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses. (Muñoz, 2011)

La American Marketing Association (AMA) la define como: «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios». (Muñoz, 2011)

2.2.7 Contaminación del medio ambiente. La contaminación es un concepto de connotación negativa, y es la introducción de una sustancia nociva o contaminante o alguna forma energética, que cambia el medio en el que se introduce, desequilibrándolo. Estos contaminantes tienden a dispersarse, incluso transfiriéndose fuera de su medio, invadiendo otros, y elevar su grado de contaminación, al mezclarse con otros contaminantes.

La contaminación ambiental es la presencia de sustancias nocivas para los seres vivos que irrumpen en la composición de los elementos naturales, como el agua, el suelo y el aire. Tenemos varias clases de contaminación: atmosférica, hídrica, del suelo, sonora, visual, entre otras.

2.3 Marco Teórico

Según Nassir y Reynaldo Sapag Chain “Un proyecto es, ni más ni menos, la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana”. (Hurtado, 2011)

De acuerdo a la definición pueden haber proyectos de distinto tamaño, monto de inversión y tecnología, con enfoques distintos pero destinados a resolver las distintas necesidades del ser humano como ser salud, empleo, educación, cultura, alimentación, comunicación, etc. (Hurtado, 2011)

Idea

La idea nace como respuesta a la solución de un problema (construcción de un sistema de riego, mejoramiento de un camino, tecnificación de un proceso productivo, etc.) o como iniciativa para aprovechar una oportunidad (creación de una empresa o negocio, disponibilidad de recursos, posibilidad de acceder a financiamiento de donación, etc.) (Hurtado, 2011)

Preinversión

Fase en la cual se desarrollan los diferentes estudios de preparación y evaluación de un proyecto, que permitirán contar con información cuantitativa y cualitativa para tomar la decisión de aceptar, rechazar o postergar la idea. (Hurtado, 2011)

Es en la preinversión donde se determinan las factibilidades financiera y socioeconómica de un proyecto, es también donde se analizan los aspectos legales, técnicos, del mercado, comerciales y ambientales. La preinversión permitirá concretizar o no la idea del proyecto. Es muy importante considerar, que de la calidad de los datos en la fase de preinversión, dependerá el éxito o fracaso de los proyectos en las fases de ejecución y operación. La profundidad y calidad de la información exigida en la preinversión da origen a las etapas de perfil, prefactibilidad, factibilidad y diseño final. (Hurtado, 2011)

Inversión

Esta fase es generalmente la que toma más tiempo, tiene mayor costo y se realiza una vez que se ha decidido ejecutar el proyecto, como consecuencia de la viabilidad y factibilidad positiva en los estudios de la preinversión. Es en esta fase donde se ejecutan las actividades, de construcción de la infraestructura física (camino, fábrica, negocio, oficina, hospital, etc.) y equipamiento definidos y diseñados en la fase anterior. Las actividades previstas se transforman en acción mediante la ejecución de obras y equipamiento por administración

propia o terceros, mediante diversos procesos de contratación que permitirán ejecutar el proyecto de acuerdo a lo planificado en su alcance, calidad, tiempo y recursos. (Hurtado, 2011)

Operación

Esta fase que puede ser dividida en las etapas de inicio y puesta en marcha, comienza una vez que se ha concluido la ejecución del proyecto y cuando arranca la producción de bienes y prestación de servicios (restaurant sirviendo comida, vehículos circulando en los caminos, alumnos asistiendo a la escuela, etc.). (Hurtado, 2011)

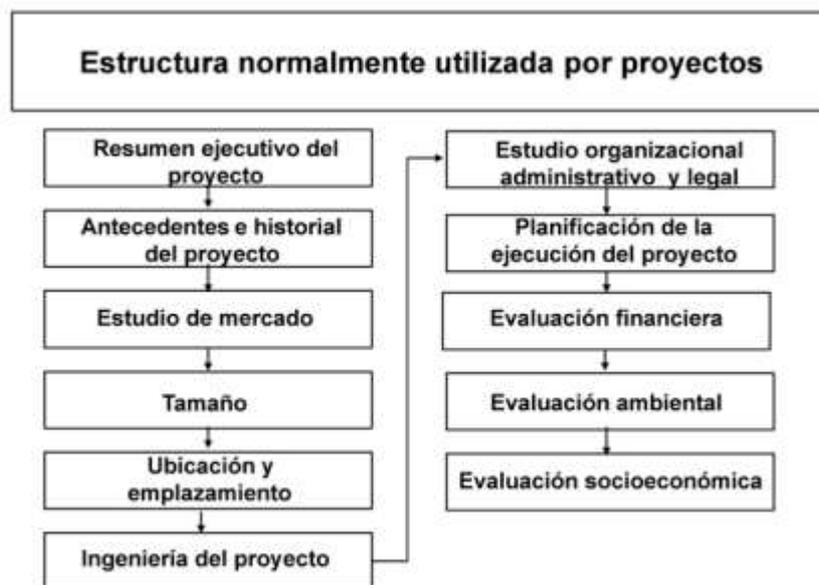


Figura 1. Estructura de los planes de negocio
Fuente: Hurtado, 2011

Resumen ejecutivo del proyecto.- Explica clara y brevemente los aspectos más importantes del documento. La redacción de este resumen debe ser amigable y generar interés en el proyecto. La extensión no debe pasar las dos páginas, pues generalmente las personas que toman la decisión sobre la ejecución del proyecto, leen el resumen ejecutivo para tomar una decisión rápida. Es recomendable que su redacción se la realice al finalizar la elaboración del proyecto. (Hurtado, 2011)

Antecedentes e historial del proyecto. Algunos de los elementos que deben incluirse son: antecedentes e historial del proyecto, de los promotores y del estudio. Formulación de objetivos y costos de estudios e investigaciones preparatorias. (Hurtado, 2011)

Estudio de mercado. Consta básicamente de la determinación y la cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de comercialización. El estudio de mercado permite calcular los ingresos a ser generados por el proyecto. (Hurtado, 2011)

Tamaño.- Mide la capacidad productiva en condiciones normales durante un período. La determinación del tamaño es el resultado de la interrelación de varias variables entre las que podemos citar: demanda, disponibilidad de insumos, localización y tecnología. (Hurtado, 2011)

Localización. Se analizan varios factores para la macrolocalización o ubicación y para la microlocalización o emplazamiento del proyecto. Entre ellos se considera la cercanía al mercado y la cercanía a la materia prima, con la finalidad de minimizar los costos de transporte y almacenamiento. (Hurtado, 2011)

Ingeniería del proyecto. Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite seleccionar el proceso productivo más conveniente, instalación de obras físicas y maquinarias elegidas, almacenamiento de los productos, entre otros. (Hurtado, 2011)

Estudio organizacional administrativo y legal.- Es posible definir para cada proyecto la estructura organizacional que más se adapte a los requerimientos en la etapa de operación. Es importante definir los procedimientos administrativos a implementarse junto con el proyecto. Los procedimientos y sistemas administrativos de cada proyecto, permitirán establecer las necesidades de espacios físicos (oficinas, comedores, parqueos, etc.) que forman parte de la inversión en infraestructura física. Los aspectos legales concernientes al

proyecto no pueden ser descuidados de ninguna manera como ser el derecho propietario del predio o área en la que se emplazará el proyecto, disposiciones legales impositivas, normatividad vigente relativa al proyecto. (Hurtado, 2011)

Planificación de la ejecución del proyecto.- En esta parte se definen las actividades y determinan el orden y la secuencia con que tienen que llevarse a cabo las mismas. Se establece el cronograma de actividades y presupuesto en base a las actividades programadas y recursos necesarios para su ejecución. (Hurtado, 2011)

Evaluación Financiera.- La evaluación financiera analiza el proyecto en base al retorno financiero, proporcionando información que permitirá al inversionista tomar la decisión de participar en el proyecto o en otras alternativas de inversión. Compara los costos con los beneficios de la ejecución del proyecto a precios vigentes en el mercado. Los criterios de rentabilidad basados en el flujo de caja proyectado más utilizados son el valor actualizado neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). También son calculados la relación beneficio/costo, período de recuperación y realizado un análisis de sensibilidad. (Hurtado, 2011)

Evaluación ambiental.- La evaluación ambiental identifica maneras de mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar, atenuar, o compensar los impactos adversos. Se tiene que dar cumplimiento a la ley 1333 del Medio Ambiente, promulgada el 27 de abril de 1992. (Hurtado, 2011)

Evaluación socioeconómica.- El reglamento básico de preinversión la define como “la comparación de los beneficios y costos atribuibles a la ejecución del proyecto desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto con el objetivo de emitir un juicio sobre la conveniencia de su ejecución y el aporte al bienestar neto de la sociedad. Con este fin, se

debe determinar el flujo de caja del proyecto corregido por las Razones Precio Cuenta de Eficiencia de la Divisa y Mano de Obra”. (Hurtado, 2011)

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

2.4.2 Código del comercio. Según el artículo 25 del código de comercio define al empresario es aquella persona que, de forma individual o colectiva, fija los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asume la responsabilidad tanto comercial como legal frente a terceros, el empresario es la persona física, o jurídica, que con capacidad legal y de un modo profesional combina capital y trabajo con el objetivo de producir bienes y/o servicios para ofertarlos en el mercado a fin de obtener beneficios.

Con respecto a los establecimientos de comercio, el código de comercio expresa:

Artículo 1. Aplicabilidad de la ley comercial. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.

Artículo 10. Comerciantes - concepto - calidad. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

Artículo 13. Presunción de estar ejerciendo el comercio. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

Cuando se halle inscrita en el registro mercantil.

Cuando tenga establecimiento de comercio abierto.

Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes. Es obligación de todo comerciante:

Matricularse en el registro mercantil, Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad, Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales, Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades, Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles y Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Artículo 55. Obligatoriedad de conservar los comprobantes de los asientos contables. El comerciante conservará archivados y ordenados los comprobantes de los

asientos de sus libros de contabilidad, de manera que en cualquier momento se facilite verificar su exactitud.

Ley 232 de 1995. Disposiciones para establecimientos comerciales. Mediante la Ley 232 de 1995, el Congreso Nacional se establecieron disposiciones sobre el funcionamiento de los establecimientos comerciales.

Art. 516. Salvo estipulación en contrario, se entiende que forman parte de un establecimiento de comercio:

La enseña o nombre comercial y las marcas de productos y servicios, Los derechos del empresario sobre las invenciones o creaciones industriales o artísticas que se utilicen en las actividades del establecimiento, Las mercancías en almacén o en proceso de elaboración, los créditos y los demás valores similares.

Los contratos de arrendamiento y, en caso de enajenación, el derecho al arrendamiento de los locales en que funciona si son de propiedad del empresario, y las indemnizaciones que, conforme a la ley, tenga el arrendatario.

El derecho a impedir la desviación de la clientela y a la protección de la fama comercial.

Los derechos y obligaciones mercantiles derivados de las actividades propias del establecimiento, siempre que no provengan de contratos celebrados exclusivamente en consideración al titular de dicho establecimiento.

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

Para la ejecución de la presente investigación se empleó el método cuantitativo y el tipo de investigación descriptivo, la cual permite identificar situaciones, técnicas y costumbres de las actividades realizadas por las personas y procesos empleados en cualquier actividad que se desarrolle.

La presente investigación se enfocó desde el punto de vista cuantitativo, ya que esta engloba un conjunto de procesos secuenciales para la recolección de datos mensurables, factibles de tener un tratamiento estadístico la investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor. (Sampieri, 2006).

Con cada pregunta realizada a los encuestados permitió obtener información y conocer las necesidades y expectativas del mercado y así de esta manera analizar cada respuesta para posteriormente determinar la factibilidad para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

3.2 Población

La población escogida para la aplicación del instrumento fueron los propietarios o administradores de los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña. De acuerdo con la información recolectada en la Cámara de Comercio de Ocaña actualmente en el

municipio existen 371 establecimientos que ofrecen los servicios gastronómicos establecidos en toda el área territorial del municipio.

3.3 Muestra

Teniendo en cuenta que los autores desean obtener una información veraz y confiable aplicaron el instrumento sobre los 371 establecimientos de comercio gastronómico que prestan este servicio en el municipio de Ocaña y que se encuentran registrados en la Cámara de Comercio.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

La presente investigación estructurada bajo el enfoque cuantitativo se acogió a la implementación de un instrumento de recolección de la información basada en esta metodología. A partir de este planteamiento se escogió la encuesta que se anexa en el apéndice A y descrita por autores como:

Para Trespacios, Vázquez & Bello, (2005), las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

3.5 Procesamiento y análisis de información

Para llevar a cabo el análisis de la información una vez aplicados los instrumentos de investigación se realizó la interpretación de los resultados obtenidos a través de la observación y el análisis de los datos. De esta manera los datos se recolectaron cuantitativamente a través de la encuesta para determinar la aceptabilidad de la empresa distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Resultados de la aplicación de la encuesta

La aplicación del instrumento de investigación denominado encuesta permitió determinar algunas características de la población delimitada como los propietarios de los establecimientos que venden en el municipio de Ocaña comidas rápidas y posteriormente identificar las especificaciones para la puesta en marcha de los objetivos planteados.

De esta forma, como se anunció en el párrafo anterior se dio la aplicación del instrumento, determinando como características demográficas de los encuestados dos aspectos, que fueron el sexo y la edad.

A partir de estos criterios, se puede determinar con base en los resultados que expone la tabla 1 y la gráfica 1, que la población sobre la cual se trabajó el desarrollo del estudio de mercados para el diseño del plan de negocios, se encuentran en proporciones muy cercanas.

Tabla 1. *Sexo*

| Sexo | Frecuencia | porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Femenino | 217 | 58% |
| Masculino | 154 | 42% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

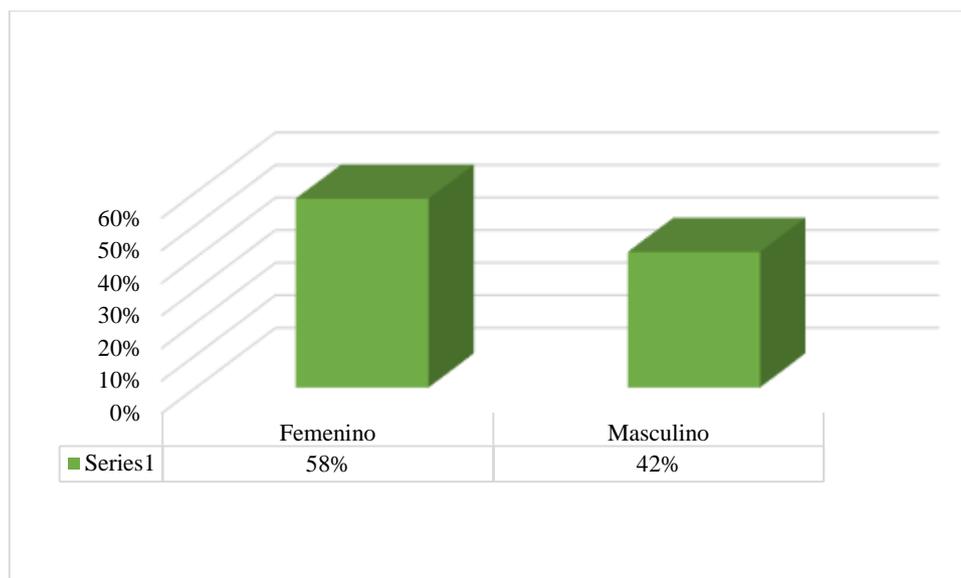


Figura 1. Sexo

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

Además de corroborar, que la teoría sobre las facultades de un sexo u otro para el manejo de los restaurantes que ofrecen comidas rápidas en el municipio de Ocaña, esta mandada a recoger, y la administración de los mismos, no depende del sexo sino de las capacidades y el emprendimiento de cada persona, argumentos que están sustentados en la tabla 1 y figura 1, puesto que los administradores o propietarios se encuentran en un porcentaje del 58% en el sexo femenino y en un 42% en el sexo masculino, siendo un margen mínimo de diferencia.

Dentro de la población, también se determinó otra característica importante, que además de pertenecer a los criterios demográficos, fundamenta nuestro trabajo investigativo, puesto que la consciencia sobre el cuidado del medio ambiente se hace más consciente a veces por circunstancias de la edad.

La tabla 2 y la gráfica 2 permiten evidenciar que en su mayoría los propietarios se encuentran entre los 20 y 35 años en un porcentaje del 43%, seguidamente de los 35 a 45

años en una proporción al 34%, y finalmente la población entre 45 a 55 años se encuentra el 23% de los encuestados.

Tabla 2. Edad

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Entre 20 y 35 años | 160 | 43% |
| Entre 35 y 45 años | 127 | 34% |
| Entre 45 y 55 años | 84 | 23% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

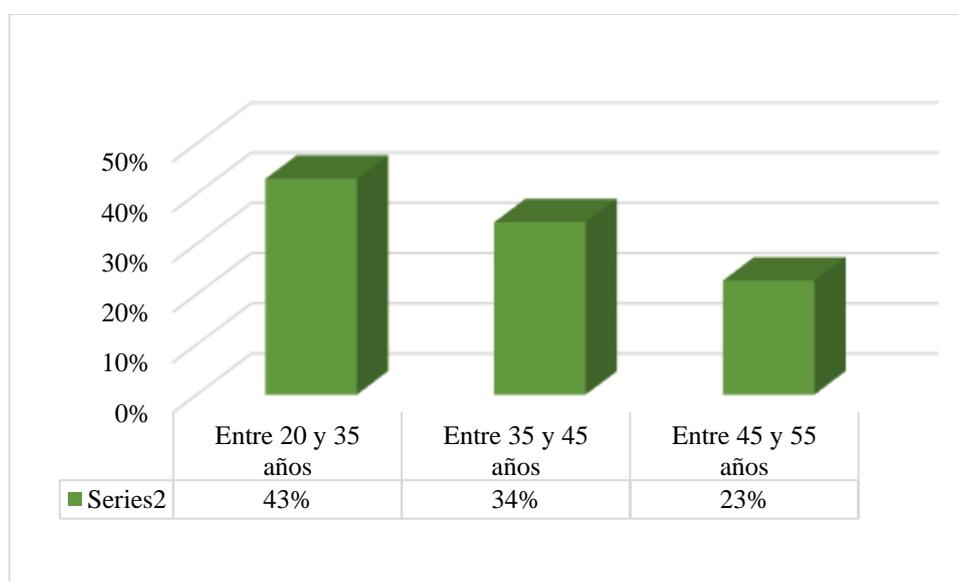


Figura 2. Edad

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

De esta forma, aunque la edad no es determinante, si se puede concluir respecto a estas características, que gente muy joven en el municipio de Ocaña, le apuesta a las ideas de negocios de las comidas rápidas que representan una gran demanda en muchos sectores de la sociedad. Pero a su vez también se puede inferir que efectivamente la edad no es impedimento tampoco a la hora de iniciar una actividad comercial como esta, puesto que la

población se distribuye equitativamente en todas los rangos de edad, sobresaliendo las edades de 20 a 35 años, y el sexo femenino.

Entrando en materia de la idea de negocios que propone el presente proyecto de investigación, damos paso a enmarcar los interrogantes propios del emprendimiento de una distribuidora de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Inicialmente, el primer interrogante se estableció sobre las necesidades específicas y se les pregunto a los propietarios de los establecimientos la importancia del cuidado del medio ambiente.

Tabla 3. Nivel de importancia del cuidado del medio ambiente

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Sí | 369 | 99% |
| No | 0 | 0% |
| Tal vez | 2 | 1% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

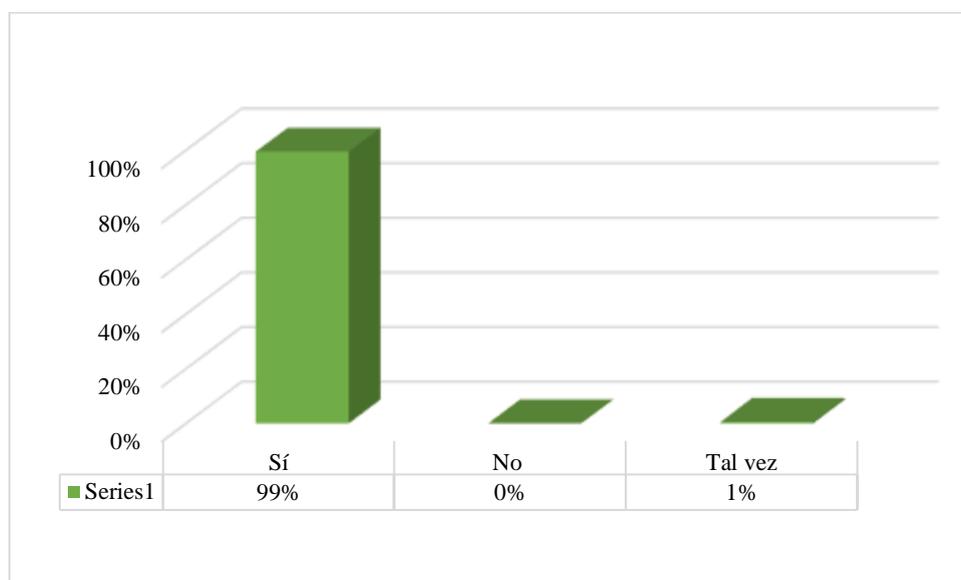


Figura 3. Nivel de importancia del cuidado del medio ambiente

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

De acuerdo con los resultados arrojados en la tabla 3 y figura 3 se puede evidenciar que el 99% ratifican que si es importante el cuidado del medio ambiente, toda vez que esta es una prioridad hoy por hoy de todos los ciudadanos en el planeta tierra, pero de la cual cada vez somos menos conscientes cuando consumimos productos o servicios que satisfacen nuestras necesidades.

El siguiente aspecto a preguntar ya se enfocó sobre la identificación de las necesidades de los propietarios de los establecimientos de comercio de comidas rápidas, y este se enmarcó sobre los gustos a la hora de escoger empaques (vasos, platos, compartimientos y demás) de comidas rápidas.

A continuación la tabla 4 y figura 4 evidencian los siguientes resultados:

Tabla 4. *Que le gusta o le llama la atención de un empaque*

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Diseño | 130 | 35% |
| El mismo producto | 147 | 39% |
| Materiales | 94 | 25% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

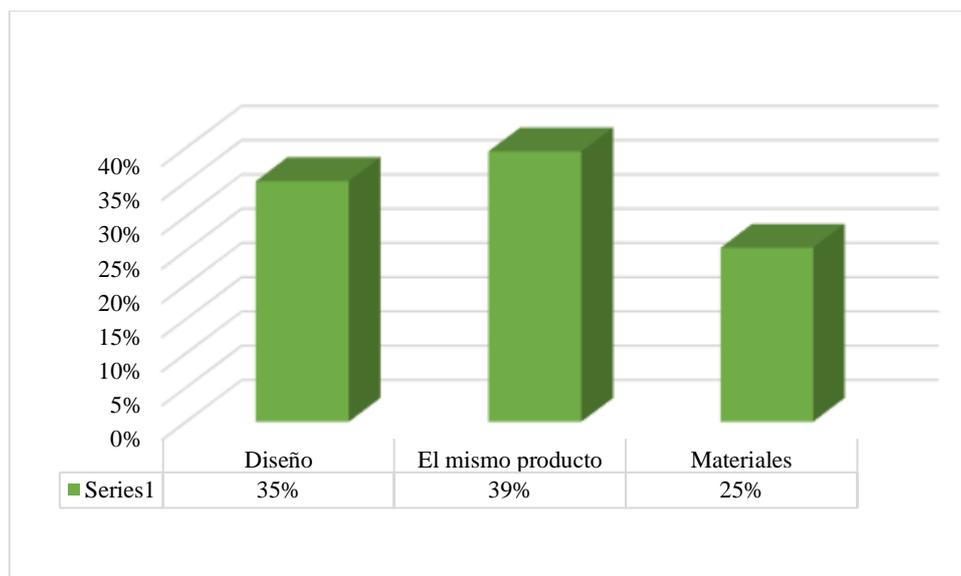


Figura 4. Que llama la atención de un empaque

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

De acuerdo con el 35% se fijan en el diseño del empaque, el 39% con el mismo producto y el 25% con los materiales, lo que permite definir que las principales necesidades para diseñar un producto novedoso serán el diseño, las características propias del producto y finalmente los materiales.

La siguiente pregunta, busco determinar la importancia que se le da a los materiales utilizados en la elaboración del material de los empaques. La tabla 5 y figura 5 permitieron concluir que:

Tabla 5. Importancia de los materiales utilizados en los empaques

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Me es importante | 165 | 45% |
| No me afecta | 206 | 55% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

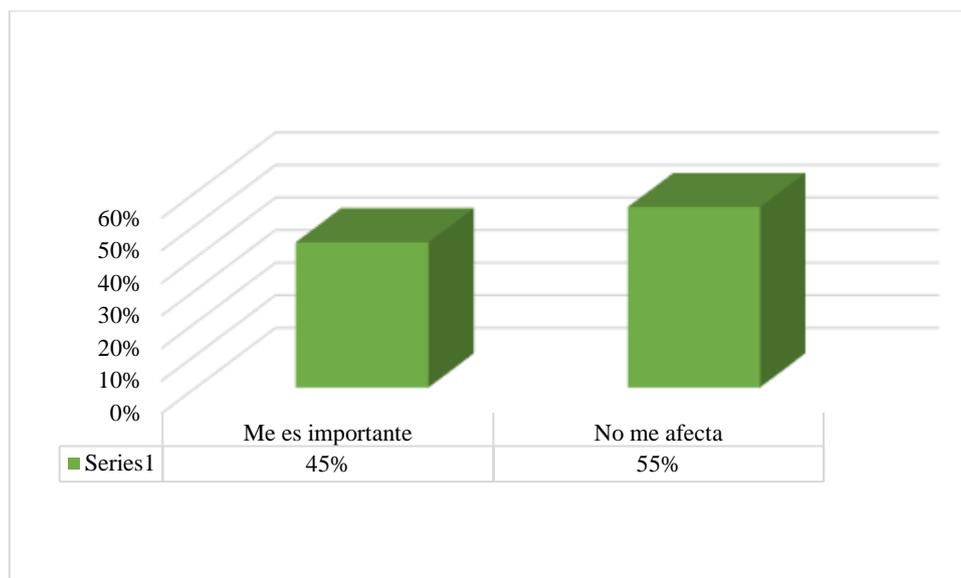


Figura 5. Importancia de los materiales utilizados en los empaques

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

Para el 45% de la población es importante el material que se utiliza a la hora de elaborar los productos en el caso específico los empaques y para el 55% no le afecta cual sea el material utilizado en dicho proceso.

En el mismo orden de ideas, se les pregunto a los propietarios de los establecimientos de comercio de comidas rápidas sobre si o no se les daba un segundo uso a los empaques de las comidas rápidas y las bebidas que distribuyen en sus locales comerciales. La tabla 6 y figura 6 permiten que se concluya que:

Tabla 6 . Segundo uso a los empaques

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| No | 253 | 68% |
| Sí | 118 | 32% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

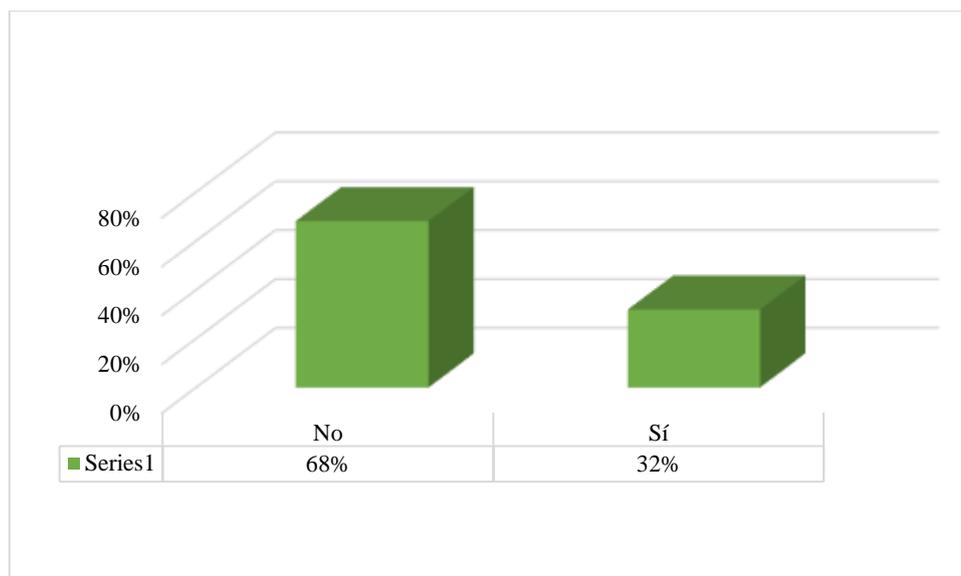


Figura 6. Segundo uso a los empaques

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

Para el 68% de los comerciantes estos empaques no son reutilizados y el 32% argumenta si hacerlo. Lo que permite concluir, que para aquellos que no existe la reutilización de determina una necesidad de productos para empacar comidas rápidas que contribuyan al medio ambiente sano, por cuanto los materiales plásticos están causando un impacto negativo en el medio ambiente.

La siguiente pregunta se enfocó sobre la concepción que tienen los propietarios de los establecimientos comerciales de comidas rápidas frente sí o no consideran que los productos diseñados para no contaminar el medio ambiente son más costosos. La tabla 7 y figura 7 evidencian lo siguiente:

Tabla 7. *Los productos diseñados para no contaminar son más caros*

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| No | 179 | 48% |
| Sí | 81 | 22% |
| Tal vez | 111 | 30% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

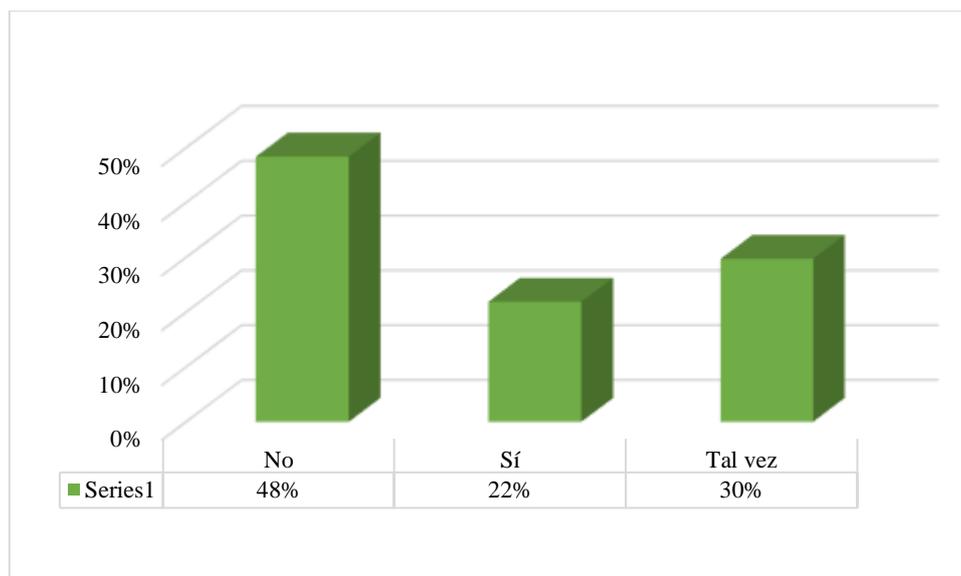


Figura 7. Los productos diseñados para no contaminar son más caros

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

Para el 22% de la población este sí es un impedimento a la hora de adquirir el producto, puesto que considera que si es costoso el producto elaborado para no contaminar el medio ambiente, por su parte el 48% tiene una percepción diferente y afirma que no es costoso el consumo de estos productos y finalmente 30% afirma que tal vez sea costoso, pero de esta respuesta no se puede inferir afirmaciones positivas o negativas porque permite concluir una inseguridad o poco conocimiento sobre la pregunta realizada.

La siguiente pregunta se enfocó sobre la disposición para adquirir envases eco amigable con el medio ambiente para el desarrollo de su actividad comercial.

Tabla 8. Disposición de adquirir envases eco amigables con el medio ambiente

| Respuestas | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Sí | 319 | 86% |
| No | 52 | 14% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

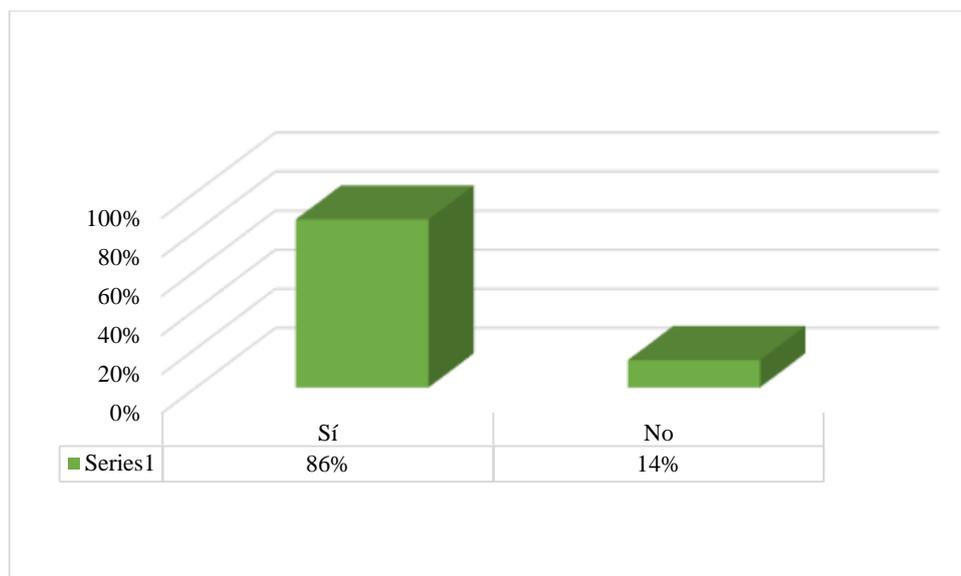


Figura 8. Disposición de adquirir envases ecoamigables con el medio ambiente

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

Así la tabla 8 y figura 8 permiten concluir que el 86% de la población si estarían dispuestos a contribuir al medio ambiente mediante el uso de envases ecoamigables para su negocio de comidas rápidas y que a su vez sea elaborado en materiales que permitan un menor impacto en el medio ambiente.

La siguiente pregunta se enfocó hacia la pregunta de qué clase de envases ecoamigables está dispuesto a adquirir. Frente a ello, los comerciantes respondieron en la tabla 9 y figura 9, lo siguiente:

Tabla 9. Los envases ecoamigables dispuestos adquirir

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|-------------|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 134 | 36% |
| Vasos-platos | 46 | 12% |
| Vasos-platos-tenedores | 40 | 11% |
| Platos | 28 | 8% |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 40 | 11% |
| Vasos-platos-cucharas | 83 | 22% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

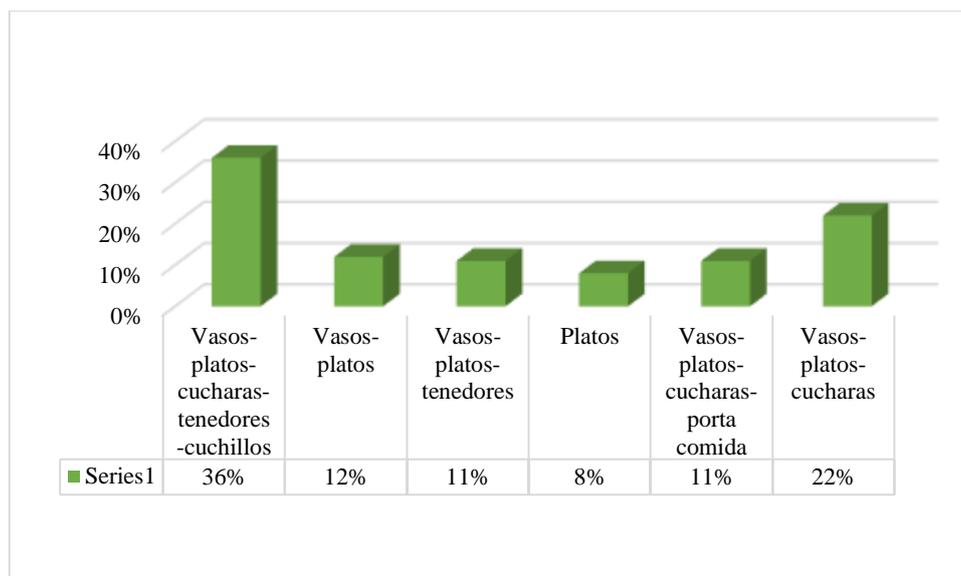


Figura 9. Los envases ecoamigables dispuestos adquirir

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

De lo anterior podemos concluir que las preferencias más altas se encuentran en la opción de Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos, luego la opción Vasos-platos-cucharas, se posiciono como la segunda mejor opción y finalmente las demás con porcentajes muy parecidos.

El siguiente interrogante, se determinó frente a la disposición económica y los comerciantes respondieron de acuerdo a los resultados de la tabla 10 y figura 10 que:

Tabla 10. Disposición para pagar por los envases ecoamigables

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Sí | 319 | 86% |
| No | 52 | 14% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

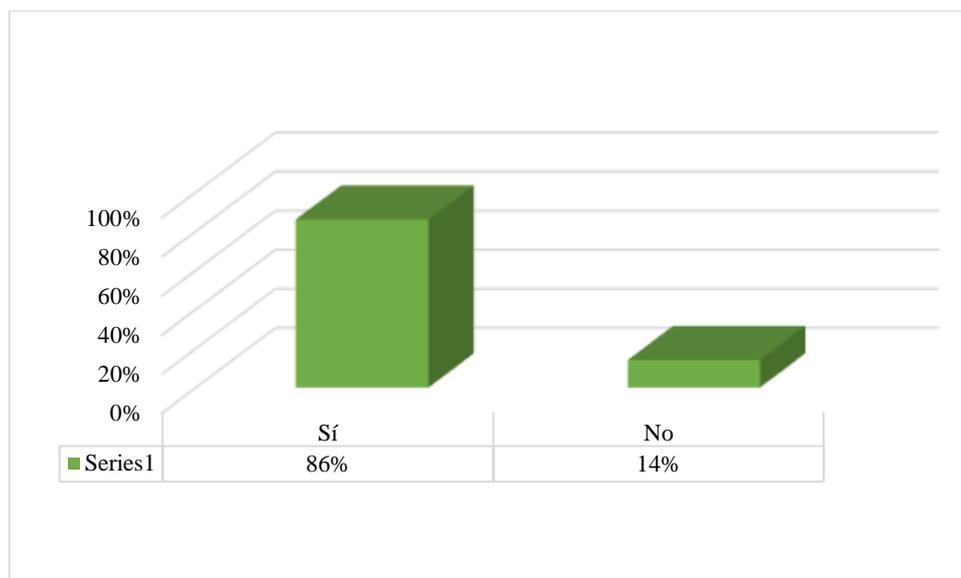


Figura 10. Disposición para pagar por los envases ecoamigables

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

El 86% respondieron que si están dispuesto a pagar por adquirir los envases ecoamigables con el medio ambiente y el 14% afirman que no.

La siguiente pregunta se basó en preguntar sobre el nivel de importancia para educar sobre la sustentabilidad a los clientes y consumidores.

Frente a ello respondieron los comerciantes en la tabla 11 y figura 11 respondieron lo siguiente:

Tabla 11. Nivel de importancia de la educación de las empresas a sus clientes

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Muy importante | 182 | 49% |
| Importante | 189 | 51% |
| Poco importante | 0 | 0% |
| Nada importante | 0 | 0% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

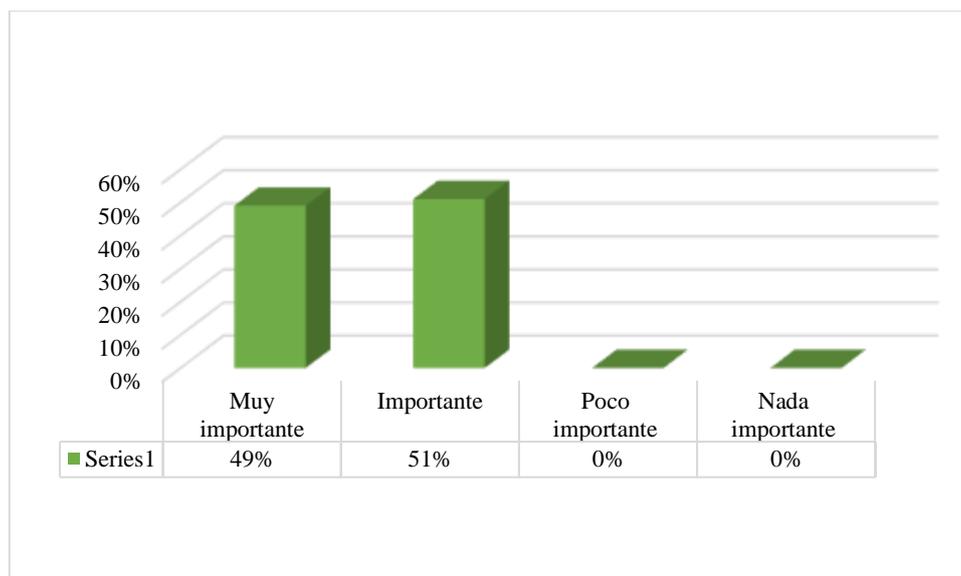


Figura 11 . Nivel de importancia de la educación de las empresas a sus clientes

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

El 49% de los comerciantes afirma que es muy importante y el 51 % que es importante.

Seguidamente se indagó sobre si o no se creara una empresa en Ocaña distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables, estarían dispuestos a adquirir los productos. La tabla 12 y figura 12 evidencia los siguientes resultados:

Tabla 12 Compra de envases ecoamigables con la creación de una empresa distribuidora en Ocaña

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| No | 57 | 15% |
| Sí | 314 | 85% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

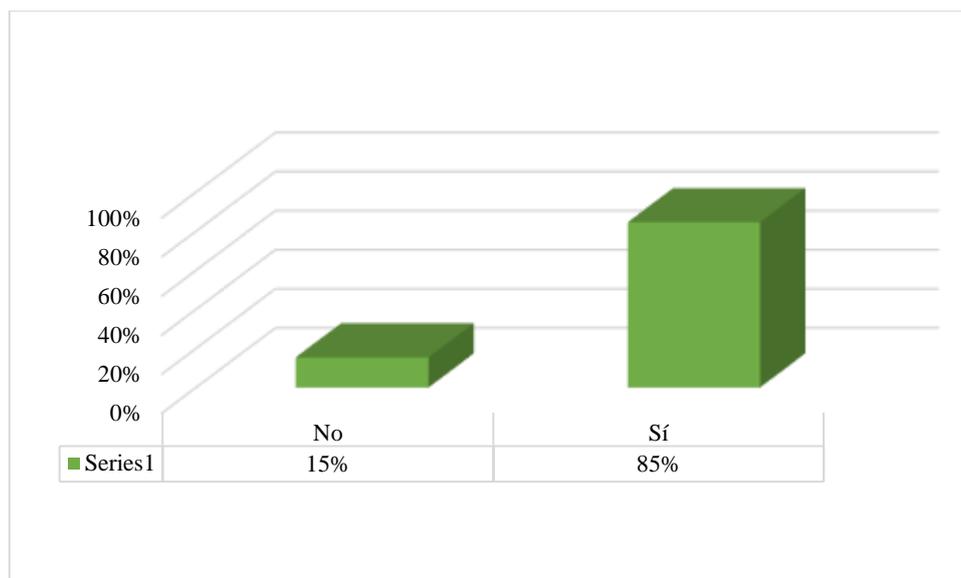


Figura 12 . Compra de envases ecoamigables con la creación de una empresa distribuidora en Ocaña

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

Y finalmente frente al último aspecto de la ubicación de la empresa, se dieron varias opciones en la pregunta y los comerciantes respondieron en mayor proporción la Avenida Circunvalar.

Tabla 13. Lugar previsto para la ubicación de la empresa distribuidora de envases ecoamigables

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|-------------|
| En el Mercado Público | 101 | 27% |
| En la Avenida Circunvalar | 134 | 36% |
| En la Zona Céntrica | 60 | 16% |
| En la Zona Norte | 13 | 4% |
| En la Zona Sur | 63 | 17% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

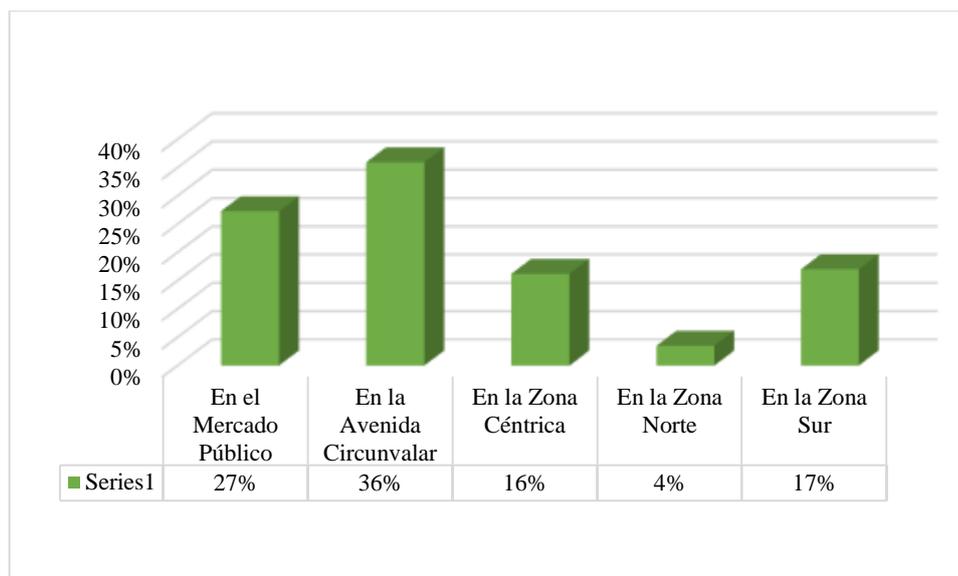


Figura 13. Lugar previsto para la ubicación de la empresa distribuidora de envases ecoamigables
Fuente: Autores del proyecto de investigación con fundamento en la encuesta realizada a los restaurantes de comidas rápidas en Ocaña, Norte de Santander

Con la aplicación de la encuesta, se pudieron identificar los criterios para el desarrollo del plan de negocios, para dar paso al desarrollo de cada uno de los objetivos planteados y concluir finalmente sobre la viabilidad del mismo en todos los aspectos.

4.2 Diseñar un plan de mercados que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa basada en la distribución y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

El plan de mercados es el primer paso para dar inicio a un plan de negocios, pues permite que los diseñadores del mismo puedan determinar las necesidades insatisfechas por los consumidores y que se suplirán con la idea que se está presentando en el proyecto. Con base en este argumento para el presente plan de negocios, se dará una primera etapa enmarcada en el desarrollo del plan de mercados que permita identificar la viabilidad para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Lo primero que haremos será determinar varias características importantes:

4.2.1 Análisis del sector. La distribuidora y comercializadora de envases eco amigables en el municipio de Ocaña, denominada Ecoamigate Ocaña Ltda., pertenece al sector secundario de la economía colombiana, que se dedica transforma la materia prima, que es extraída o producida por el sector primario, en productos de consumo, o en bienes de equipo. (economipedia.com, s.f.)

A partir de esa identificación, podemos concluir que la empresa pertenece al sector secundario, y que busca satisfacer la necesidad de envases eco amigable con el medio ambiente para los restaurantes de venta de comidas rápidas en el municipio de Ocaña.

El segundo aspecto a revisar en el estudio de mercados será la demanda, para ello se hemos hecho el siguiente análisis:

4.2.2 Análisis de la demanda. De acuerdo con el análisis realizado el 86% tal como lo evidencia la tabla 8 y figura 8, de la población demandan el producto que oferta la empresa distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables, como un producto de emprendimiento y con un valor agregado como lo es el cuidado del medio ambiente.

De esta forma, el porcentaje de los encuestados es bastante alta, lo que permite evidenciar una alta proporción de posibilidad de entrar en el mercado de los productos en el municipio de ocaña.

4.2.3 Proyección de la demanda

La demanda de la producción que se distribuirá en Ecoamigate Ocaña Ltda., se ha delimitado a partir de la aplicación del instrumento denominado encuesta, a partir del cual se les propuso a los propietarios de los establecimientos de comercio, responder frente a cuales

eran sus necesidades frente a la utilización de recipientes o envases para la venta de comidas rápidas en sus establecimientos comerciales. Frente a ello, el estudio de mercados ha podido determinar con base en la respuesta de la encuesta, que las necesidades para el uso de envases para la venta de comidas, es de forma pudimos determinar la cantidad de restaurantes, que utilizan esta clase de recipientes clasificándolos por paquetes de necesidades. Así la siguiente tabla evidencia que:

Tabla 14. *Necesidades por paquete de productos para los establecimientos comerciales de venta de comida rápidas*

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 134 | 36% |
| Vasos-platos | 46 | 12% |
| Vasos-platos-tenedores | 40 | 11% |
| Platos | 28 | 8% |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 40 | 11% |
| Vasos-platos-cucharas | 83 | 22% |
| Total general | 371 | 100% |

Fuente: Autores del proyecto

Dentro de la misma pregunta se les pregunto frente a la cantidad de paquetes que usan de forma diaria, para poder establecer la demanda y la proyección mensual. Con base en la tabla anterior, entonces seguidamente se hace el ajuste de la tabla de proyección, para establecer cuantos paquetes de envases utilizan diariamente.

Tabla 15. *Proyección de unidades demandas*

| Producto que utiliza | Paquetes diarios |
|---|-------------------------|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 50 |
| Vasos-platos | 50 |
| Vasos-platos-tenedores | 30 |
| Platos | 30 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 20 |
| Vasos-platos-cucharas | 20 |
| | 200 |

Fuente: Autores del proyecto

De esta forma con base en el análisis de la encuesta aplicada a los propietarios de los establecimientos de comercio, los requerimientos de envases de acuerdo a los paquetes dispuestos en la encuesta, se pudo determinar que ellos requieren 200 paquetes diarios, distribuidos de acuerdo con cada una de las opciones dadas en el formato de respuesta.

Con base en lo que ellos requieren de forma diari, realizaremos a continuacion la proyeccion de la demanda semanal, luego mensual y finalmente anual.

La tabla 16 presenta la proyeccion de la demanda semanal, a partir de la multiplicacion de los paquetes que demandan cada uno de los establecimientos de comercio de forma diaria por la cantidad de dias que laboran a la semana, siendo estos 6 dias. A partir de ello se pudo determinar que:

Tabla 16. *Proyección de la demanda semanal*

| Producto que utiliza | Paquetes diarios | Paquetes semanales (paquetes diarios x 6) |
|---|-------------------------|--|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 50 | 300 |
| Vasos-platos | 36 | 216 |
| Vasos-platos-tenedores | 22 | 132 |
| Platos | 15 | 90 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 20 | 120 |
| Vasos-platos-cucharas | 20 | 120 |
| | | 978 |

Fuente: Autores del proyecto

De la misma forma la demanda de envases para la venta de comidas rápidas, entre los cuales encontramos platos, vasos, tenedores, porta comidas, cucharas y cuchillos, semanalmente es de 978 paquetes, luego de realizar la operación matemática entre los paquetes que usan diariamente y los 6 días de la semana que laboran en los establecimientos de comercio de venta de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Seguidamente de establecer esta proyección, ahora daremos paso a establecer la demanda mensual también determinada por los paquetes especificados en la encuesta aplicada a los propietarios o administradores de los establecimientos de comercio en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

De esta manera la tabla 17, presenta los resultados obtenidos luego de multiplicar la demanda semanal, por las 4 semanas que generalmente tiene un mes, para determinar que esta demanda mensual, se encuentra en 3.912 paquetes mensuales.

Tabla 17. *Proyección de la demanda mensual*

| Producto que utiliza | Paquetes diarios | Paquetes semanales (paquetes diarios x 6) | Paquetes mensuales (Paquetes semanales por 4 semanales al mes) |
|---|-------------------------|--|---|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 50 | 300 | 1200 |
| Vasos-platos | 36 | 216 | 864 |
| Vasos-platos-tenedores | 22 | 132 | 528 |
| Platos | 15 | 90 | 360 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 20 | 120 | 480 |
| Vasos-platos-cucharas | 20 | 120 | 480 |
| Total general | | | 3.912 |

Fuente: Autores del proyecto

Y finalmente, se proyectó la demanda anual, para determinar que cantidad de productos requieren los establecimientos de comercio de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, a partir de la fórmula matemática de multiplicar los resultados mensuales por 12 meses. A continuación la tabla 18 presenta los resultados.

Tabla 18. *Proyección de la demanda anual*

| Producto que utiliza | Paquetes diarios | Paquetes semanales (paquetes diarios x 6) | Paquetes mensuales (Paquetes semanales por 4 semanales al mes) | Paquetes anuales (paquetes mensuales x 12) |
|---|-------------------------|--|---|---|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 50 | 300 | 1200 | 14.400 |
| Vasos-platos | 36 | 216 | 864 | 10.368 |
| Vasos-platos-tenedores | 22 | 132 | 528 | 6.336 |
| Platos | 15 | 90 | 360 | 4.320 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 20 | 120 | 480 | 5.760 |
| Vasos-platos-cucharas | 20 | 120 | 480 | 5.760 |
| | | 978 | 3.912 | 46.944 |

Fuente: Autores del proyecto

A partir de la fórmula matemática de la multiplicación entre la demanda semanal y los 12 meses de un año, se pudo determinar que la demanda es de 46.944 paquetes en el año.

4.2.4 Estimación de la demanda. A partir de lo que ya se ha dicho y concluido en los dos párrafos anteriores, y frente a la estimación de la demanda, podemos inferir a partir de los resultados expuestos, que el 86% de la población encuestada demanda los productos ofertados para su negocio, lo que lo hace en un principio viable en cuanto a la demanda del mismo.

Otro factor determinante para la viabilidad de una idea de negocios, es el análisis de la oferta, ya una vez determinada la demanda. De esta forma se presenta a continuación su análisis:

4.2.5 Análisis de la Oferta. Actualmente en el municipio de Ocaña, Norte de Santander no existe establecida una empresa que brinde la distribución de envases ecoamigables, por lo tanto la empresa. distribuidora de envases ecoamigables ofrecerá el producto de acuerdo a las necesidades que se evidenciaron en el estudio de mercados, a través de variedad de productos, precios asequibles, excelente atención al cliente, horarios de atención de fácil manejo, distribución puerta a puerta, servicio de asesoramiento personalizado, domicilios y excelente calidad en los productos ofrecidos.

4.2.6 Estimación de la oferta actual. Como lo evidencia el estudio de mercados en la actualidad los propietarios de los establecimiento de comercio de comidas rápidas no cuentan con un proveedor de envases para su negocio que sean ecoamigables con el medio ambiente, lo que permite estimar así que la idea de negocios es novedosa, innovadora y permite satisfacer la demanda, ante la no competencia en esta área en el municipio de Ocaña.

Esta conclusión, hace parte del análisis realizado en la pregunta sobre la percepción de los propietarios de los establecimientos de comercio para adquirir los productos ecoamigables que ofrecería Eco amigate Ocaña Ltda., y frente al cual

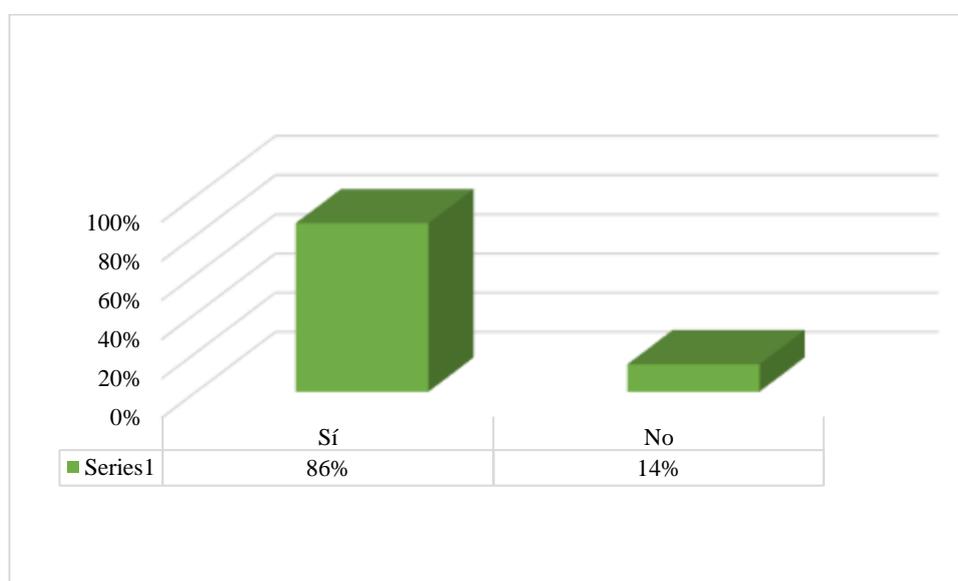


Figura 14. Estimación de la oferta actual

Fuente: Autores del proyecto

El tercer aspecto además de la oferta y la demanda, es la competencia, frente a lo cual hemos podido concluir que:

4.2.7 Análisis de la Competencia

4.2.7.1 Competencia directa. En cuanto a la competencia directa en la actualidad no se encontró con empresas que distribuyan este producto, puesto que tampoco existe la cultura del cuidado del medio ambiente en los establecimientos de venta de comidas rápidas en el municipio. Por lo tanto como estrategia de la empresa se debe diseñar un plan de acción que responda a la fidelización de los clientes, ya que en caso de que la empresa resulte rentable y viable otras personas pueden comenzar la misma idea de negocios, y competir en el mercado Ocañero.

4.2.8 Relación entre demanda y oferta. La interrelación de los resultados obtenidos referidos a la demanda y oferta permite cuantificar la participación del proyecto en el mercado. Se pudo identificar con el estudio de mercados que actualmente existe la necesidad de una empresa distribuidora de envases ecoamigables y que esta se refleja insatisfecha en la comunidad encuestada.

4.1.9 Estrategias de precio

Teniendo en cuenta que la empresa es nueva en el municipio de Ocaña y que es la única que prestará el servicio de distribución de envases ecoamigables se establecerán precios de fácil acceso y manejo para la población y que a su vez generen ganancia para la empresa.

Los precios para la distribución estarán de acuerdo a la cotización con empresas productoras de estos productos ecoamigables con el medio ambiente.

Y se tendrá el siguiente rango:

Tabla 19. Precios según cotización más precios con un margen de ganancia del 20%

| Descripción | Imagen | Medidas | Precio |
|--|---|---|-----------|
| Cuchara de madera ecológico |  | 16,5cm * 100 unidades | \$27.500 |
| Cuchillo de madera ecológico |  | 16,5cm* 100 unidades | \$27.500 |
| Portacomidas cuadrado desechable en almidón maíz biodegradable |  | extra grande (P1) Paquete 10und | \$ 12.100 |

| | | | |
|--|---|---|------------------------|
| <p>Vaso desechable en almidón maíz biodegradable grande</p> |  | <p>237ml (8 onz) Paquete 25und</p> | <p>\$6.200</p> |
| <p>Tenedor de madera ecológico</p> |  | <p>16,5cm Paquete 100und</p> | <p>27.500</p> |
| <p>Bandeja rectangular plana desechable en almidón maíz biodegradable</p> |  | <p>23x18x3cm paquete 20und</p> | <p>\$11.200</p> |

| | | | |
|--|---|--------------------------------------|-----------------|
| Plato cuadrado grande beige en bagazo de caña |  | 26cm x 26cm Paquete 20und | \$17.900 |
|--|---|--------------------------------------|-----------------|

Fuente: Autores del proyecto con base en cotización de la empresa Tienda con sentido

Con base en la cotización y en el establecimiento de los precios, hemos podido determinar en la tabla 20, el valor de cada uno de los paquetes que se oferta a partir de la demanda de los propietarios de los establecimientos de comercio de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

La operación matemática consistió en sumar cada uno de los paquetes de cada producto y distribuirlos a partir de cada una de las opciones identificadas en la encuesta que se aplicó, lo que permitió obtener los siguientes resultados.

Tabla 20. Precios por paquetes

| Producto que utiliza | Total del paquete + 30% de ganancia |
|---|--|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | \$138.580 |
| Vasos-platos | \$31.330 |
| Vasos-platos-tenedores | \$67.080 |
| Platos | \$23.270 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | \$82.810 |
| Vasos-platos-cucharas | \$67.080 |

Fuente: Autores del proyecto

4.2.10 Mecanismo distribución de publicidad. La empresa trabajará a su vez los medios de comunicación más activos por los usuarios hoy en día para ampliar la distribución de sus productos. Para ello se han creado sus redes sociales.

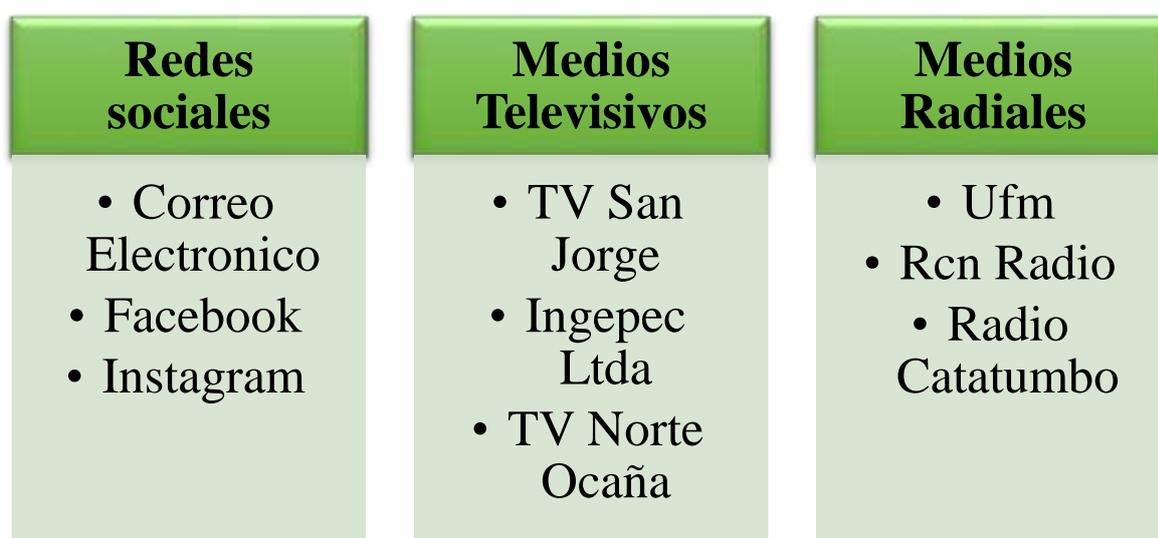


Ilustración 1. Medios de Comunicación

Fuente: Autores del Proyecto

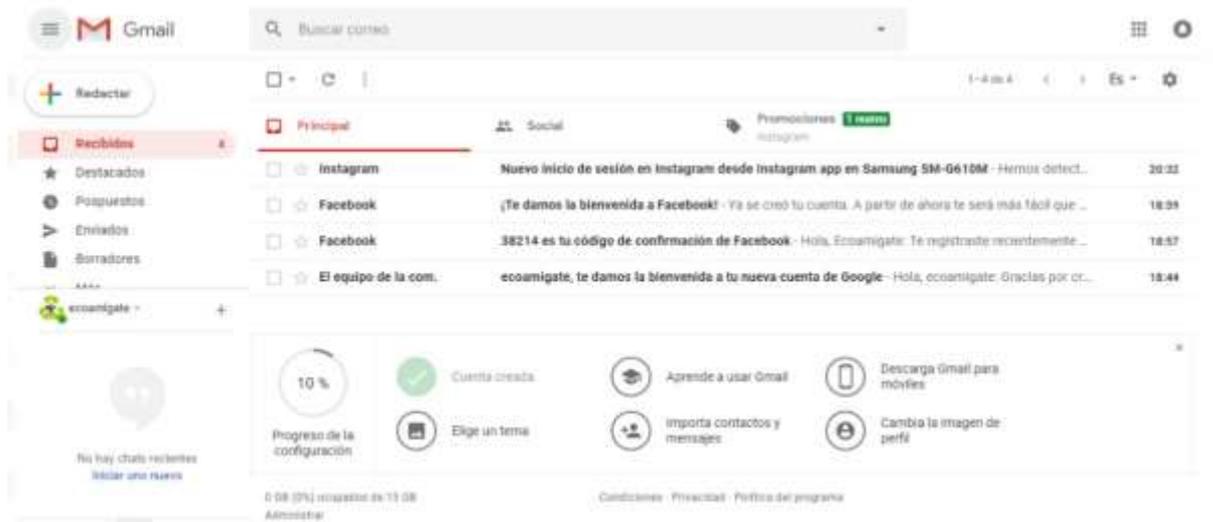


Ilustración 2. Correo electrónico

Fuente: Autores del Proyecto



Ilustración 3. Página en Facebook

Fuente: Autores del Proyecto

4.2.11 Canales de Distribución

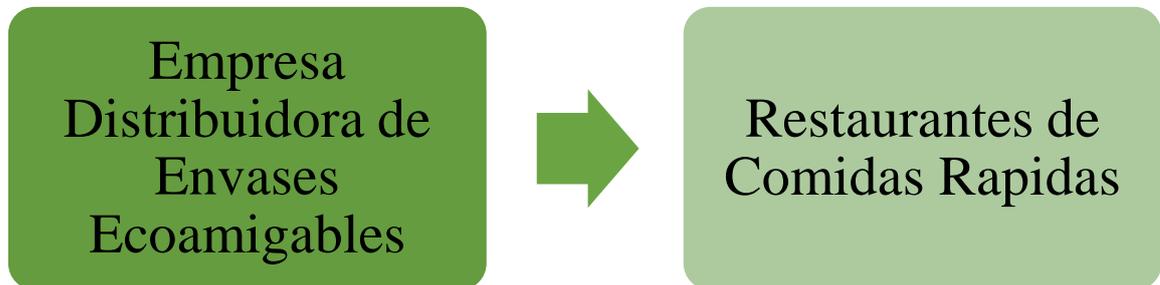


Ilustración 4. Canales de distribución

Fuente: Autores del Proyecto

4.2.12 Logo y slogan



Ilustración 5. Logo y slogan
Fuente: Autores del Proyecto

4.3 Cuantificar la inversión económica necesaria para la creación de una empresa basada en la distribución y comercialización de envases biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

La empresa Ecoamigate Ocaña, además del plan de mercados, también requiere de la cuantificación de la inversión económica para poner en marcha su actividad comercial. Con base en ellos esta inversión se visiona desde dos aspectos, el primero de ellos es la inversión destinada a la adquisición de activos fijos y la de suministros necesarios para dar inicio a la actividad y por otra la liquidez necesaria para mantener la actividad empresarial hasta que el negocio pueda aportar fondos para hacer frente a los compromisos financieros.

4.3.1 Inversión inicial

A continuación se desglosaran uno por uno los componentes de la inversión inicial de la empresa Ecoamigate Ocaña:

4.3.1.1 Presupuesto de gasto de personal.

La empresa pagará salarios y los honorarios, partiendo del ordenamiento jurídico en materia laboral en Colombia, el cual ha regulado para el año 2019 un salario mínimo mensual legal vigente de \$828.116 pesos mensuales, jornada ordinaria 48 horas semanales, 8 horas diarias. Ley 50 de 1990, Art. 20, más auxilio de transporte siempre y cuando el salario no exceda de dos salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Tabla 21. *Gastos de personal para la empresa Ecoamigate Ocaña*

| Descripción | Gerente | Contador | Secretaria | Vendedor | Distribuidor |
|------------------------------------|--------------------|------------------|-------------------|------------------|---------------------|
| SALARIO | \$1.656.232 | \$0 | \$828.116 | \$828.116 | \$828.116 |
| HONORARIOS BONIFICACIÓN | \$400.000 | \$750.000 | \$0 | \$200.000 | \$0 |

4.3.1.2 Requerimiento equipo de oficina.

Los requerimiento de oficina, fueron cotizados en la página web de alkosto que maneja precios a nivel nacional cómodos y de calidad.

Tabla 22. *Requerimiento de equipo de oficina para Ecoamigate Ocaña*

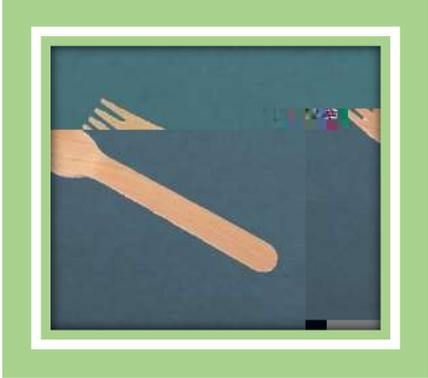
| Descripción | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|---|-----------|--------------------|--------------------|
| Escritorio MADERKIT Baptistine Ceniza | 3 | \$ 129.900 | \$389.700 |
| Escritorio INVAL 4603 Wengue/Humo | 1 | \$199.900 | \$199.900 |
| Silla de Oficina TUKASA 8007 Negra | 3 | \$ 79.900 | \$239.700 |
| Silla de Oficina TUKASA 5938L Negra | 1 | \$199.900 | \$199.900 |
| PC All in One HP - 22-c0051a - AMD A9 - 21.5" Pulgadas | 1 | \$1.349.000 | \$1.349.000 |
| PC All in One HP - 20-C205 - Intel Celeron - 19.5" Pulgadas - Disco Duro 1Tb - Blanco | 3 | \$969.000 | \$2.907.000 |
| Impresora | 1 | \$ 249.500 | \$249.500 |
| Teléfono | 2 | \$ 44.900 | \$89.800 |
| Total | 15 | \$3.222.000 | \$5.624.500 |

Fuente: www.alkosto.com

Respecto al insumo se dispondrá de una oferta de productos eco amigables por lo que se acudió a consultar los precios que actualmente se manejan en la Tienda con Sentido, que permitió identificar precios de fácil acceso, con materiales amigables con el medio ambiente, tal cual como se busca en la presente plan de negocios. A partir de ellos, inicialmente la tabla 23, presenta los productos que se requieren para llevar a cabo la actividad comercial de la empresa.

Tabla 23. *Insumos para la actividad económica de la empresa*

| Descripción | Imagen | Medidas | Precio |
|--|---|---|-----------|
| Cuchara de madera ecológico |  | 16,5cm * 100 unidades | \$27.500 |
| Cuchillo de madera ecológico |  | 16,5cm* 100 unidades | \$27.500 |
| Portacomidas cuadrado desechable en almidón maíz biodegradable |  | extra grande (P1) Paquete 10und | \$ 12.100 |

| | | | |
|--|---|---|------------------------|
| <p>Vaso desechable en almidón maíz biodegradable grande</p> |  | <p>237ml (8 onz) Paquete 25und</p> | <p>\$6.200</p> |
| <p>Tenedor de madera ecológico</p> |  | <p>16,5cm Paquete 100und</p> | <p>27.500</p> |
| <p>Bandeja rectangular plana desechable en almidón maíz biodegradable</p> |  | <p>23x18x3cm paquete 20und</p> | <p>\$11.200</p> |

| | | | |
|--|---|--------------------------------------|-----------------|
| Plato cuadrado grande beige en bagazo de caña |  | 26cm x 26cm Paquete 20und | \$17.900 |
|--|---|--------------------------------------|-----------------|

Fuente: Autores del Proyecto con información de diversas cotizaciones

Una vez descritos estos productos, entonces procedemos, a identificar los costos, a partir de la demanda de los propietarios de los establecimientos de comercio de venta de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander. A continuación la tabla 24

Tabla 24. *Determinación del costo de los insumos por paquete*

| Insumos | | |
|---|-----------------------------|-------------------------|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete |
| Vasos | 6.200 | \$106.600 |
| Platos | 17.900 | |
| Cucharas | 27.500 | |
| Tenedores | 27.500 | |
| Cuchillos | 27.500 | |
| Vasos-platos | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete |
| Vasos | 6.200 | \$24.100 |
| Platos | 17.900 | |
| Vasos-platos-tenedores | | |

| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete |
|---|-----------------------------|-------------------------|
| Vasos | \$6.200 | \$51.600 |
| Platos | \$17.900 | |
| Tenedores | \$27.500 | |
| Platos | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete |
| Platos | \$17.900 | \$17.900 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete |
| Vasos | \$6.200 | \$63.700 |
| Platos | \$17.900 | |
| Cucharas | \$27.500 | |
| Porta comida | \$12.100 | |
| Vasos-platos-cucharas | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete |
| Vasos | 6.200 | 51.600 |
| Platos | 17.900 | |
| Cucharas | 27.500 | |

Fuente: Autores del Proyecto basados en la cotización de la tienda con sentido

A partir de la tabla anterior pudimos determinar los costos del producto, según la cotización hecha en la página web de Tienda con Sentido, pero para determinar cuánto dinero en total se requiere debemos hacer la proyección con base en la demanda de cada uno de los paquetes.

Para ello la tabla 25 presenta los siguientes resultados:

Tabla 25. Total costos de insumos de acuerdo on la demanda proyectada

| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | | | | |
|--|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------|
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete | Total demandado mensualmente | Costo total |
| Vasos | 6.200 | \$106.600 | 1200 | \$127.920.000 |
| Platos | 17.900 | | | |
| Cucharas | 27.500 | | | |
| Tenedores | 27.500 | | | |
| Cuchillos | 27.500 | | | |
| Vasos-platos | | | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete | Total demandado mensualmente | Costo total |
| Vasos | 6.200 | \$24.100 | 864 | \$20.822.400 |
| Platos | 17.900 | | | |
| Vasos-platos-tenedores | | | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete | Total demandado mensualmente | Costo total |
| Vasos | \$6.200 | \$51.600 | 528 | \$27.244.800 |
| Platos | \$17.900 | | | |
| Tenedores | \$27.500 | | | |
| Platos | | | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete | Total demandado mensualmente | Costo total |
| Platos | \$17.900 | \$17.900 | 360 | \$6.444.000 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | | | | |
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete | Total demandado mensualmente | Costo total |
| Vasos | \$6.200 | \$63.700 | 480 | \$30.576.000 |
| Platos | \$17.900 | | | |
| Cucharas | \$27.500 | | | |
| Porta comida | \$12.100 | | | |

| Vasos-platos-cucharas | | | | |
|-----------------------------------|--|------------------------------------|---|----------------------|
| Descripción | Costo unitario por producto | Costo total por paquete | Total demandado mensualmente | Costo total |
| Vasos | 6.200 | \$51.600 | 480 | \$2.476.8000 |
| Platos | 17.900 | | | |
| Cucharas | 27.500 | | | |
| Total en costos de insumos | | | | \$231.331.200 |

A partir de la multiplicación entre los costos unitarios y la cantidad demandada por los propietarios de los establecimientos de comercio de venta de comidas rápidas, se pudo determinar que mensualmente la empresa requiere para gastos de insumos un total de \$231.331.200, y que anualmente si multiplicamos este valor por los 12 meses que laborará la empresa durante el año, tendrá un total de gastos en insumos anualmente de \$2.775.974.400.

De esta forma, ya hemos identificado y cuantificado los gastos de personal, lo requerimientos de ofician y los gastos en insumos. Ahora es necesario conocer los demás gastos que se requieren diferir, tales como la adecuación del local donde se ejercerá la actividad comercial y la papelería que se requiere para la oficina.

Así entonces tenemos, que la tabla 26 presenta los gastos a diferir, de la siguiente forma

Tabla 26. Diferidos

| Artículo | Vr. TOTAL |
|--------------------------------|------------------|
| Adecuación del local comercial | 500.000 |
| Papelería y útiles de oficina | 200.000 |
| TOTAL | 700.000 |

Fuente: Autores del Proyecto

A partir de los gastos ya cuantificados, ahora daremos a conocer la totalidad de los gastos que se requieren en la inversión inicial, para que la empresa comience a funciona conforme a las necesidades de los clientes.

Tabla 27. *Inversión inicial para la empresa*

| Inversión inicial | |
|---|----------------------|
| Insumos | \$231.331.200 |
| Gastos de inscripción a Cámara de Comercio | \$500.000 |
| Estudios de mercado | \$ 500.000 |
| Marketing de lanzamiento | \$ 1.000.000 |
| Programas informáticos | \$ 1.000.000 |
| Local comercial Arrendamiento | \$ 1.000.000 |
| Muebles y enseres | \$5.624.500 |
| Gastos de personal | \$8.001.830 |
| Gastos fijos y variables | \$ 2.670.000 |
| Total | \$251.627.530 |

Fuente: Autores del proyecto

La tabla 27 presenta así una totalidad de gastos que se requiere invertir inicialmente para dar comienzo a la empresa, arrojando un resultado de \$251.627.530

Ahora daremos paso a la cuantificación de los costos fijos y variables de la empresa, para que funciones, detallándolos de manera mensual y anual.

4.3.1.3 Costos fijos y costos variables. Se muestra a continuación los costos fijos y variables de la empresa será la siguiente:

Tabla 28. Costos fijos y variables

| Costos variables | Valor mensual | Valor anual |
|-------------------------------|---------------------|----------------------|
| Electricidad | \$ 150.000 | \$ 1.800.000 |
| Agua | \$ 100.000 | \$ 1.200.000 |
| Total costos variables | \$250.000 | \$3.000.000 |
| Costos Fijos | | |
| Teléfono | \$ 70.000 | \$ 840.000 |
| Arriendo | \$ 1.000.000 | \$ 12.000.000 |
| Pagos legales | \$ 150.000 | \$ 1.800.000 |
| Utensilios de aseo | \$ 120.000 | \$ 1.440.000 |
| Total costos fijos | \$2.420.000 | \$16.080.000 |
| Total | \$ 2.670.000 | \$ 19.080.000 |

Fuente: Autores del proyecto

4.3.1.4 Financiación inicial

En esta parte se desglosan las fuentes de financiación necesarias para hacer frente a la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del nuevo negocio:

Recursos personales (capital): Incluirá los aportes de dineros personales al negocio, incluyendo préstamos familiares, ahorros, etc.

Aportes de capital de terceros-Socios: Son las aportaciones de capital por parte de socios que van a contribuir financieramente en la iniciativa empresarial. Aquí solo se deberán considerar los aportes en dinero.

Créditos de entidades financieras: acudir a entidades financieras. Para conseguir financiación. (Préstamos)

Otras fuentes de financiación: en este apartado se incluirán otras aportaciones financieras no incluidas en los puntos anteriores.

Tabla 29. Financiación inicial

| Descripción | Valor total |
|--|----------------------|
| Aportes de capital de terceros-Socios (3 Socios) | \$450.000.000 |
| Créditos de entidades financieras (diferido a 72 meses) | \$ 50.000.000 |
| Total | \$500.000.000 |

Fuente: Autores del proyecto

4.3.1.5. Gastos mensuales

Los gastos que se estiman mensualmente para el funcionamiento de la empresa están definidos de la siguiente manera en la tabla 30.

Tabla 30. Gastos mensuales

| Gastos Mensuales | |
|--------------------------------|--------------------|
| Personal (5 empleados) | \$8.001.830 |
| Arriendo | \$ 1.000.000 |
| Crédito financiero + intereses | \$794.444 |
| Total | \$9.796.274 |

Fuente: Autores del proyecto

También es necesario para el funcionamiento de la empresa conocer los gastos anuales, de esta manera la tabla 31 evidencia la sumatoria de gastos anuales para el sostenimiento.

Tabla 31. Gastos totales anuales para la prestación del servicio

| Aspectos tenidos en cuenta | Costo por año |
|----------------------------|-----------------|
| Personal | 96.021.960 |
| Insumos | \$2.775.974.400 |
| Costos fijos y variables | \$19.080.000 |

| | |
|--------------|------------------------|
| Total | \$2.891.076.360 |
|--------------|------------------------|

Fuente: Autores del proyecto

A partir de la tabla 31 pudimos establecer que los gastos de funcionamiento de empresa para que funcione durante un año requerirá de \$2.891.076.360

Ahora debemos proceder a cuantificar el total de gastos diferidos de la adecuación del local comercial y de los gastos de papelería, teniendo en cuenta, la fórmula matemática de dividir el costo total entre 5 que es el total de años para los cuales se proyectan los gastos.

Tabla 32. Gastos diferidos

| ARTÍCULO | AÑO 0 | PERÍODOS A DIFERIR | | | | |
|-------------------------------|----------------|--------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Remodelación | 500.000 | 10.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 |
| Papelería y útiles de oficina | 200.000 | 40.000 | 40.000 | 200.000 | 40.000 | 40.000 |
| TOTAL | 700.000 | 140.000 | 140.000 | 140.000 | 140.000 | 140.000 |

Fuente: Autores del proyecto

Con base en la tabla 32 pudimos determinar que los gastos diferidos serán de 140.000 anualmente, para los rubros de adecuación papelería y útiles de oficina.

4.3.1.6 Egresos

Ahora daremos paso a la cuantificación de los egresos de la empresa, a partir de cada año. Para ello la tabla 33 presenta los resultados, proyectados a 5 años, con base en el promedio obtenido de la inflación de los últimos 5 años. El incremento en gastos será del 4.69% anual.

Tabla 33. Proyección de egresos de la empresa

| ITEM | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Total Gastos de Personal | \$96.021.960 | \$100.525.390 | \$105.240.031 | \$110.175.788 | \$115.343.033 |

| | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Gastos Fijos de Funcionamiento | \$16.080.000 | \$16.834.152 | \$17.623.674 | \$18.450.224 | \$19.315.540 |
| Insumos | \$2.775.974.400 | \$2.906.167.599 | \$3.042.466.860 | \$3.185.158.555 | \$3.334.542.492 |
| Total Gastos Fijos | \$2.888.076.360 | \$3.023.527.141 | \$3.165.330.565 | \$3.313.784.567 | \$3.469.201.065 |
| Gastos Variables de | \$3.000.000 | \$3.140.700 | \$3.287.999 | \$3.442.206 | \$3.603.645 |
| Diferidos | \$140.000 | \$140.000 | \$140.000 | \$140.000 | \$140.000 |
| Total Gastos Variables de Funcionamiento | \$3.140.000 | \$3.280.700 | \$3.427.999 | \$3.582.206 | \$3.743.645 |
| TOTAL GASTOS | \$2.891.216.360 | \$3.026.807.841 | \$3.168.758.564 | \$3.317.366.773 | \$3.472.944.710 |

Fuente: Autores del proyecto

La fórmula matemática para llegar al 4.69% es la siguiente

| Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Promedio |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 3.66 | 6.77 | 5.75 | 4.09 | 3.18 | 4.69 |

4.3.1.7 Ingresos. Para obtener los ingresos la empresa deberá vender lo determinado en la demanda estimada y proyectada en el estudio de mercados. De esta forma los ingresos de la empresa serían los siguientes:

Tabla 34. *Ingresos mensuales por la comercialización de envases ecoamigables*

| Producto que utiliza | Paquetes mensuales | Total del paquete + 30% de ganancia | Total de ingresos mensuales |
|---|--------------------|-------------------------------------|-----------------------------|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 1200 | \$138.580 | \$166.296.000 |
| Vasos-platos | 864 | \$31.330 | \$27.069.120 |
| Vasos-platos-tenedores | 528 | \$67.080 | \$35418240 |
| Platos | 360 | \$23.270 | \$8.377.200 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 480 | \$82.810 | \$39.748.800 |
| Vasos-platos-cucharas | 480 | \$67.080 | \$32.198.400 |

| | | | |
|------------------------------------|--|----------------------|--|
| | | | |
| Total de ingresos mensuales | | \$309.107.760 | |

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 35. *Ingresos anuales por la comercialización de envases ecoamigables*

| Producto que utiliza | Total del paquete + 30% de ganancia | Total de ingresos mensuales | Total ingresos anuales (TIM*12) |
|---|--|------------------------------------|--|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | \$138.580 | \$166.296.000 | \$1.995.552.000 |
| Vasos-platos | \$31.330 | \$27.069.120 | \$324.829.440 |
| Vasos-platos-tenedores | \$67.080 | \$35418240 | \$425.018.880 |
| Platos | \$23.270 | \$8.377.200 | \$100.526.400 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | \$82.810 | \$39.748.800 | \$476.985.600 |
| Vasos-platos-cucharas | \$67.080 | \$32.198.400 | \$386.380.800 |
| Total ingresos anuales | | | \$3.709.293.120 |

Fuente: Autores del proyecto

Partiendo de un margen de ganancias del 30%, la empresa producirá durante su primer año, unos ingresos totales de \$3.709.293.120.

A su vez se deberá realizar una proyección aproximada para los próximos 5 años con un margen de aumento de ganancia del 5%. De esta forma la Tabla 36 presenta la siguiente proyección.

Para ello se promedió los últimos 5 años de inflación, y con base en el resultado de aproximado el resultado a 5.

| Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Promedio |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 3.66 | 6.77 | 5.75 | 4.09 | 3.18 | 4.69 |

Tabla 36. *Proyección de ingresos a 5 años*

| Años Ítems | 1 Año | 2 Año | 3 Año | 4 Año | 5 Año |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ingresos | \$3.709.293.120 | \$3.894.757.776 | \$4.089.495.665 | \$4.293.970.448 | \$4.508.668.970 |

Fuente: Autores del proyecto.

4.3.1.8 Depreciaciones.

La depreciación se hará bajo la fórmula matemática de línea recta que permite determinar el valor de la depreciación para equipos de cómputo de 5 años y para muebles y enseres de 10 años.

Tabla 37. *Depreciación Muebles, equipos y Enseres*

| ITEM | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| de cómputo y comunicación | | | | | | |

Fuente: Autores del proyecto.

4.3.1.9 Capital de trabajo. Para obtener el capital de trabajo se aplicará una fórmula matemática teniendo como base los gastos de personal para el funcionamiento de ecoamigate Ocaña Ltda. para poder obtener este rubro. Para ello se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{Capital de Trabajo (C.T.)} = \frac{\text{Gastos totales (año 1)} \times 4 \text{ meses}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{C.T.} = \$96.021.960 \times 4 \text{ meses}$$

~~12 meses~~

$$C.T. = \$32.007.320$$

Con base en la anterior fórmula matemática, podemos concluir que la empresa, requiere de \$32.007.320 para dar inicio a la misma.

4.3.2 Estudio financiero

4.3.2.1 Balance inicial.

El balance inicial, se elabora cuando la empresa comienza su actividad económica, y permite evidenciar el punto de equilibrio entre activos, pasivos y patrimonio. De esta forma la empresa distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables presenta su primer balance, de la siguiente manera:

BALANCE INICIAL

Tabla 38. *Balance Inicial*

| Balance General | | | |
|----------------------------------|----------------------|----------------------------------|----------------------|
| Activo | | Pasivo | |
| Activo Corriente | | Pasivo Corriente | |
| Caja | \$500.000.000 | Obligaciones Financieras | \$50.000.000 |
| | | Otros | \$5.624.500 |
| Total Activo Corriente | \$500.000.000 | Total Pasivo Corriente | \$55.624.500 |
| | | Total Pasivo | \$55.624.500 |
| Activo no Corriente | | | |
| Muebles y enseres | \$1.029.200 | Patrimonio | |
| Equipo de Cómputo y Comunicación | \$4.595.300 | | |
| Total Activo no Corriente | \$5.624.500 | Aportes sociales | \$450.000.000 |
| | | Total Patrimonio | \$450.000.000 |
| Total Activo | \$505.624.500 | Total pasivo + patrimonio | \$505.624.500 |

Fuente: Autores del proyecto.

Seguidamente del balance inicial, la empresa debe proyectar su Estado de Resultados, de la siguiente forma:

Para ello se promedió los últimos 5 años de inflación, y con base en el resultado de aproximado el resultado a 5.

| Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Promedio |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 3.66 | 6.77 | 5.75 | 4.09 | 3.18 | 4.69 |

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 39. Estado de Resultados

| Año | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ingresos | \$3.709.293.120 | \$3.894.757.776 | \$4.089.495.665 | \$4.293.970.448 | \$4.508.668.970 |
| - Gastos | \$2.891.216.360 | \$3.035.777.178 | \$3.187.566.037 | \$3.346.944.339 | \$3.514.291.556 |
| Utilidad bruta | \$818.076.760 | \$858.980.598 | \$901.929.628 | \$947.026.109 | \$994.377.414 |
| - Depreciación | \$1.021.980 | \$1.021.980 | \$1.021.980 | \$1.021.980 | \$1.021.980 |
| Útil. Neta | \$817.054.780 | \$857.958.618 | \$900.907.648 | \$946.004.129 | \$993.355.434 |

Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 40. Flujo de Caja

| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 |
|-------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Ingresos | \$3.709.293.120 | \$3.894.757.776 | \$4.089.495.665 | \$4.293.970.448 | \$4.508.668.970 |
| -Gastos | \$2.891.216.360 | \$3.035.777.178 | \$3.187.566.037 | \$3.346.944.339 | \$3.514.291.556 |
| = Flujo ajustado de Efectivo | \$818.076.760 | \$858.980.598 | \$901.929.628 | \$947.026.109 | \$994.377.414 |

Fuente: Autores del proyecto.

Una vez conocidos los estados de resultados, ahora daremos paso, a determinar el punto de equilibrio de la empresa.

Punto de equilibrio. El punto de equilibrio es determinante para definir si la empresa puede estructurarse o si por el contrario traerá pérdidas y no es factible ponerla en marcha.

Para ello se utilizará la siguiente fórmula:

$$P.E.= \text{Costos fijos} \times \frac{1}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$P.E = 16.080.000 \times \frac{1}{1 - \frac{3.000.0000}{3.709.293.120}}$$

$$P.E=16.080.000 \times \frac{1}{0.99}$$

$$P.E = 16.242.424$$

De esta forma, para que la empresa no pierda ni gane, deberá tener un nivel de ventas de \$16.242.424 pesos.

4.3.2.2 *Valor presente neto (VPN)*. Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos

El VPN del proyecto se muestra en \$3.194.892.777 resultado positivo, lo que indica la viabilidad en la parte económica para desarrollar la idea de negocios, y a su vez que los ingresos son superiores a los gastos.

4.3.2.3 *Valor actual neto*. Mediante este indicador se conoce la recuperación real de la inversión inicial, ya que dicho valor se descuenta del VPN, por lo que es un valor neto, sobre el cual se analiza el reintegro de recursos financieros, a través de los ingresos de la institución.

$$\text{VAN} = \text{VPN} - \text{Inversión Inicial}$$

$$\text{VAN} = \$3.194.892.777 - \$251.627.530$$

$$\text{VAN} = \$2.943.265.247$$

El valor actual neto de la empresa es de \$2.943.265.247 al cabo de cinco años, siendo este resultado positivo, para recuperar la inversión inicial, por lo cual la empresa es ampliamente rentable.

4.3.2.4 *Razón costo beneficio (RCB)*. Esta técnica da a conocer el número de veces en que se recupera la inversión inicial durante los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

$$\text{RCB} = \frac{\text{Valor presente neto}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{RCB} = \frac{3.194.892.777}{251.627.530}$$

$$\text{RCB} = 12.69$$

El resultado de la operación matemática es positivo, lo que implica que como los gastos no superan los ingresos, la empresa podrá recuperar su inversión durante el primer año de actividad comercial.

4.3.2.5 *Tasa interna de retorno.* Con este cálculo se determina el porcentaje con el que la inversión inicial se reintegra a la empresa durante los primeros cinco años de actividad.

Esta técnica realiza la siguiente comparación:

Inversión inicial = Valor presente neto

\$= 251.627.530 \$3.194.892.777

Para su determinación se toman dos tasas (t_1 u t_2) tentativas:

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN = \frac{\$818.076.760}{(1+0.10)^1} + \frac{\$858.980.598}{(1+0.10)^2} + \frac{\$901.929.628}{(1+0.10)^3} + \frac{\$947.026.109}{(1+0.10)^4} + \frac{\$994.377.414}{(1+0.10)^5}$$

$$VPN = \$743.706.145 + \$709.901.321 + \$677.633.079 + \$646.831.575 + \$586.384.073$$

$$VPN = \$3.364.456.193$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = \frac{\$818.076.760}{(1+0.15)^1} + \frac{\$858.980.598}{(1+0.15)^2} + \frac{\$901.929.628}{(1+0.15)^3} + \frac{\$947.026.109}{(1+0.15)^4} + \frac{\$994.377.414}{(1+0.15)^5}$$

$$VPN = \$711.371.096 + \$649.512.740 + \$593.033.371 + \$541.465.251 + \$469.522.480$$

$$VPN = \$2.964.904.938$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[\begin{array}{l} \$3.364.456.193 \text{---} 10\% \\ \$3.194.892.777 \text{----} X \\ \$2.964.904.938 \text{----} 15\% \end{array} \right]$$

$$\$3.364.456.193 - \$3.194.892.777 = \$169.563.416$$

$$\$3.364.456.193 - \$2.964.904.938 = \$399.551.255$$

$$15\% - 10\% = 5\%$$

$$\frac{X}{5} = \frac{169.563.416}{399.551.255}$$

$$399.551.255X = 169.563.416 (5)$$

$$X = 847.817.080 / 399.551.255$$

$$X = 2.12$$

$$X = 2.12$$

$$\text{TIR} = 10 + 2.12$$

$$\text{TIR} = 12.12\%$$

Finalmente este indicador permite que el proyecto sea atractivo puesto que la recuperación de la inversión inicial será de 12.12%.

4.4 Elaborar un plan de operación que determine los aspectos técnicos y característicos del producto requerido.

El plan de operación, permitirá determinar aspectos técnicos que requiere la empresa para su funcionamiento, es por ello que a continuación se presentan los requerimientos en

cuanto a localización, recursos físicos, instalaciones y demás que permitan la distribución y comercialización de los envases ecoamigables en el municipio de Ocaña.

4.4.1 Tamaño del proyecto. De acuerdo con el instrumento para determinar los factores en el plan de mercados, se determinó que la aceptabilidad de la empresa es alta en un porcentaje del 86% de los establecimientos encuestados, por lo cual se buscará una venta de productos similar a los 3.912 paquetes mensuales.

Tabla 41. *Proyección de ventas por día, semana y mes*

| Producto que utiliza | Paquetes diarios | Paquetes semanales (paquetes diarios x 6) | Paquetes mensuales (Paquetes semanales por 4 semanales al mes) | Paquetes anuales (paquetes mensuales x 12) |
|---|-------------------------|--|---|---|
| Vasos-platos-cucharas-tenedores-cuchillos | 50 | 300 | 1200 | 14.400 |
| Vasos-platos | 36 | 216 | 864 | 10.368 |
| Vasos-platos-tenedores | 22 | 132 | 528 | 6.336 |
| Platos | 15 | 90 | 360 | 4.320 |
| Vasos-platos-cucharas-porta comida | 20 | 120 | 480 | 5.760 |
| Vasos-platos-cucharas | 20 | 120 | 480 | 5.760 |
| | | 978 | 3.912 | 46.944 |

Fuente: Autores del proyecto.

4.4.2 Localización de la empresa

De acuerdo con los requerimientos y necesidades que se identificaron en el plan de mercados, se pudo establecer que la mayoría de la población que requiere de nuestros productos prefiere que la ubicación de la empresa sea en la Avenida Circunvalar, donde se

adecuara en un lugar comercial acorde a sus necesidades para el almacenamiento de los productos para su distribución.

El Local comercial tiene un costo en arrendamiento mensual de aproximadamente \$1.000.000.

4.4.3 Dimensión del mercado. La idea de negocios se proyecta hacia la provisión de envases ecoamigables con el medio ambiente a todos los restaurantes del municipio de Ocaña, con precios bajos, excelentes calidad, mejorando los problemas del medio ambiente, aportando socialmente al municipio de Ocaña y con excelentes servicios de atención y asesoría.

4.4.4 Estrategia Organizacional

Como estrategia organizacional, de forma constante se ampliará la gama de productos y se tendrá un contacto directo y personalizado con el cliente, para concientizarlo del cuidado del medio ambiente, y acompañarlo en el proceso de mejoramiento de la calidad de vida del planeta tierra, aportando una pequeña pero beneficiosa contribución a la innovación de la mano del desarrollo sostenible.

4.4.5 Requerimiento físicos

Se establece el equipo de oficina necesario para la empresa

Tabla 42. *Requerimientos físicos*

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Escritorio MADERKIT Baptistine Ceniza | 3 | \$ 129.900 | \$389.700 |
| Escritorio INVAL 4603 Wengue/Humo | 1 | \$199.900 | \$199.900 |
| Silla de Oficina TUKASA 8007 Negra | 3 | \$ 79.900 | \$239.700 |

| | | | |
|---|-----------|--------------------|--------------------|
| Silla de Oficina TUKASA 5938L Negra | 1 | \$199.900 | \$199.900 |
| PC All in One HP - 22-c0051a - AMD A9 - 21.5" Pulgadas | 1 | \$1.349.000 | \$1.349.000 |
| PC All in One HP - 20-C205 - Intel Celeron - 19.5" Pulgadas - Disco Duro 1Tb - Blanco | 3 | \$969.000 | \$2.907.000 |
| Impresora | 1 | \$ 249.500 | \$249.500 |
| Teléfono | 2 | \$ 44.900 | \$89.800 |
| Total | 15 | \$3.222.000 | \$5.624.500 |

Fuente: www.alkosto.com

4.4.6 Distribución en planta. El personal se encargara del cumplimiento de cada una de sus funciones, para comercializar el producto y atender al cliente de forma eficiente, de calidad, para fidelizar su consumo y mejorar la proyección de la empresa.

4.4.7 Necesidades del recurso humano. El recurso humano de la empresa, estará conformado por:



Ilustración 6. Necesidades de Recurso Humano
Fuente: Autores del proyecto

4.5 Elaborar un estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa.

4.5.1 Requisitos legales

De acuerdo con el ordenamiento jurídico interno, en Colombia el trámite para crear la empresa Ecoamigate Ocaña, requiere de cumplir los siguientes pasos:

Inicialmente, el primer paso es consultar en nombre de Ecoamigate Ocaña Ltda., para verificar que no exista esta misma. Lo cual se ha hecho y se ha evidenciado que no existe una empresa en Colombia con la misma denominación.

Posteriormente, se ha elegido que la compañía será una sociedad Ltda. y que tendrá 3 socios, los cuales como se estableció en la financiación inicial de la empresa, estipulada en el anterior objetivo.

Seguidamente, los socios deberán a través de su parte administrativa tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Luego se deberá hacer la Inscripción en el Registro, esto se hace en la Cámara de Comercio, para lo cual se debe llevar a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Es importante tener en cuenta que es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Ecoamigate Ocaña Ltda., debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

Este artículo parece más complejo de lo que en realidad es, se trata de procedimientos que están constantemente acompañados por funcionarios tanto de la DIAN como de la Cámara de Comercio, lo cual facilita la realización de los trámites.

4.5.2 Misión: Innovar con envases ecoamigables en el municipio de Ocaña, satisfaciendo las necesidades de los clientes y posicionándose con un producto innovador, de calidad y de fácil adquisición.

4.5.3 Visión: Ser reconocida como la única y mejor empresa de distribución de envases ecoamigables en el municipio de Ocaña y sus municipios cercanos teniendo como prioridad las necesidades del cliente y formar un excelente equipo profesional y humano.

4.5.4 Valores:

- Respeto
- Lealtad
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Conciencia Ambiental
- Puntualidad

4.5.5 Propuesta de Organigrama para Ecoamigate Ocaña Ltda.

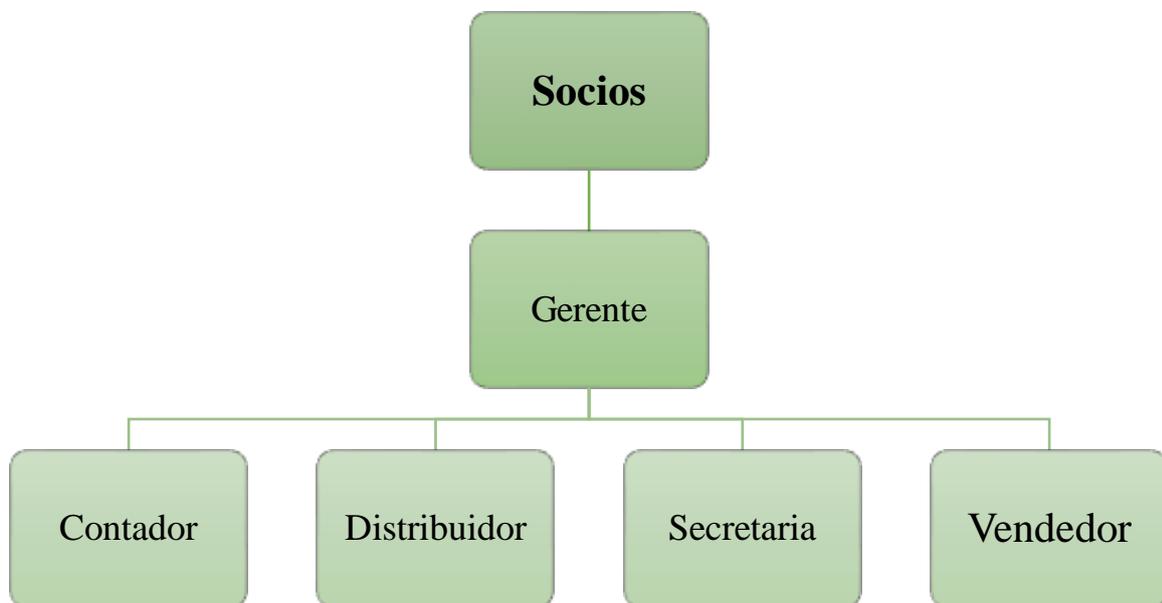


Ilustración 7. Organigrama de la empresa.

4.5.7 Manual de Funciones



ECOAMIGATE LTDA OCAÑA
cuida de tí



Manual de funciones

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---------------------------|---------|
| IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO | |
| NOMBRE DEL PUESTO | Gerente |
| CÓDIGO | GRO001 |
| N. DE CARGOS | 1 |

PROPÓSITO DEL PUESTO: Liderar, dirigir, direccionar y coordinar las actividades relacionadas con la empresa.

| FUNCIONES |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Deberá dirigir a la empresa coordinando todas las áreas requeridas. 2. Coordinar el área contable y financiera. 3. Coordinar la dirección recursos humanos. 4. Coordinar la dirección comercial. 5. Realizar la gestión el plan de compras y la coordinación de las relaciones comerciales. 6. Atención a los usuarios en sus diferentes requerimientos. 7. las demás que surjan durante el desarrollo de las funciones y de la empresa. 8. Asignar las tareas de sus subordinados. 9. Evaluar el desempeño de sus subordinados, así como la conjunción de las tareas que ellos realizan a los fines de los objetivos generales de la empresa. |

| ESPECIFICACIONES DEL CARGO | |
|--|--|
| REQUISITOS | |
| Perfil profesional: Se requiere que tenga estudios en Administración de empresas, Administración financiera o carreras afines Experiencia: Mínima 1 año | |
| HABILIDAD MENTAL | Alta, por el análisis de información |
| HABILIDAD MANUAL | Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de informática. |



Manual de funciones

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|--|--|
| IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO | |
| NOMBRE DEL PUESTO | Secretario |
| CÓDIGO | SRO001 |
| N. DE CARGOS | 1 |
| PROPÓSITO DEL PUESTO: Desarrollar y apoyar las funciones administrativas de la empresa. | |
| FUNCIONES | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Redactar lo concerniente a la correspondencia para enviar y organizar la correspondencia recibida. 2. Atender al público en general. 3. Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia. 4. Lleva control de caja menor. 5. Gestión de agenda. 6. Atención al público. 7. Manejo de información sensible (interna y externa). 8. Elaboración de presentaciones. | |
| ESPECIFICACIONES DEL CARGO | |
| REQUISITOS | |
| Perfil profesional: Tecnólogo o profesional en administración de empresas o carreras afines. | |
| Experiencia: Mínima 6 meses | |
| HABILIDAD MENTAL | Alta, por el análisis de información |
| HABILIDAD MANUAL | Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de informática. |



Manual de funciones

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---------------------------|----------|
| IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO | |
| NOMBRE DEL PUESTO | Contador |
| CÓDIGO | CRO001 |
| N. DE CARGOS | 1 |

PROPÓSITO DEL PUESTO: Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.

| FUNCIONES |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera del plan de cuentas. 2. Llevar en orden los libros mayores. 3. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la cooperativa. 4. Preparar y presentar tributo al orden municipal, departamental y nacional. 5. Clasificar los estudios financieros. 6. Disposiciones a nuevas tareas asignadas. |

| ESPECIFICACIONES DEL CARGO | |
|--|--|
| REQUISITOS | |
| Perfil profesional: Contador público con tarjeta profesional Experiencia: Mínima 1 año. | |
| HABILIDAD MENTAL | Alta, por el análisis de información |
| HABILIDAD MANUAL | Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de informática. |



Manual de funciones

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---------------------------|---------|
| IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO | |
| NOMBRE DEL PUESTO | Asesor |
| CÓDIGO | ASRO001 |
| N. DE CARGOS | 1 |

PROPÓSITO DEL PUESTO: Desarrollar y apoyar las funciones de asesoría a clientes dentro y fuera de la empresa.

| FUNCIONES |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Atender al público en general. 2. Asesorar a los clientes en el manejo de los servicios, precios y requisitos. Apoyar el portafolio de servicios y conocerlo perfectamente para la atención al cliente. 3. Asumir y practicar el arte de hacerse prescindible sin que desaparezca el "orientado" empuje innovador del centro. 4. Actuar como mediador y enlace. 5. Desarrollar más que aplicar. |

| ESPECIFICACIONES DEL CARGO | |
|---|--|
| REQUISITOS | |
| Perfil profesional: Tecnólogo o profesional en administración de empresas o carreras afines. Experiencia: Mínima 6 meses | |
| HABILIDAD MENTAL | Alta, por el análisis de información |
| HABILIDAD MANUAL | Alta, ya que debe elaborar documentos y el manejo de programas de informática. |

4.5.8 Reglamento de trabajo



Ecoamigate Ocaña

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

CAPÍTULO I

ART. 1º—A partir de las exigencias legales del Estado Colombiano se crea el presente documento en la empresa Ecoamigate Ocaña. Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander para establecer las disposiciones a las cuales se someten los trabajadores de la empresa que se vinculen bajo la modalidad de contrato de trabajo

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

ART. 2º—Quien aspire a desempeñar un cargo en Ecoamigate Ocaña debe hacer entrega de su hoja de vida para ser evaluada acompañada de 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.

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 dominical.



CAPÍTULO VI

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

ART. 12. 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. 13. Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores (CST, art. 133).

ART. 14. 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, num. 1°).

Periodos de pago: Mensual

ART. 15. —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 periodos 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 VII

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. 16. —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. 17. —Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales o EPS, ARL, 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. 18. —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. 19. —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. 20. —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. 21. —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. 22.—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. 23.—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. 24.—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 VIII

Prescripciones de orden

ART. 25.—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.

4.5.9 Catálogo de productos



Plato hondo desechable en bagazo de caña biodegradable



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|----------------------------------|----------|---|
| 850 ml. (29onz) Paquete 20und | \$13.800 | \$16.560 |



Servilletas ecológicas cuadradas



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|-------------------------------|---------|---|
| 33cm x 33cm Paquete 200und | \$8.000 | \$9.600 |



Cuchara de madera ecológica



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20%. |
|-----------------------|---------------|--|
| 16,5cm * 100 unidades | \$27.500 | \$33.000 |



Cuchillo de madera ecológico



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|-----------------------|----------|---|
| 16,5cm * 100 unidades | \$27.500 | \$33.000 |



Pitillos ecológicos de papel



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|----------------------|---------|---|
| 19,7cm * 40 unidades | \$9.200 | \$11.040 |



Portacomidas cuadrado desechable en almidón maíz biodegradable



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20%. |
|--|------------------|--|
| extra grande (P1) Paquete 10und | \$ 12.100 | \$14.520 |



Vaso desechable en almidón de maíz biodegradable grande



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|--------------------------------|---------|---|
| 237ml (8 onz) Paquete 25und | \$6.200 | \$7.440 |



Tenedor de madera ecológico



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|----------------------------------|-----------------|---|
| 16,5cm Paquete 100und | \$27.500 | \$33.000 |



Bandeja rectangular plana desechable en almidón maíz grande



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|--------------------------------------|-----------------|---|
| 26cm x 26cm Paquete 20und | \$17.900 | \$21.480 |



Plato cuadrado grande beige en bagazo de caña



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|------------------------------|----------|---|
| 26cm x 26cm Paquete 20und | \$17.900 | \$21.480 |



Plato hondo con tapa desechable en almidón maíz biodegradable sopa grande



| MEDIDAS | PRECIO | PRECIO AL PÚBLICO MARGEN DE GANANCIA 20% |
|---------------------------------|-----------------|---|
| 473ml paquete 10 und | \$10.000 | \$12.000 |

4.6 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa basada en la producción y comercialización de vasos biodegradables para los restaurantes de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

4.6.1 Estudio social.

El impacto social de la empresa radica en la generación de empleo a un gerente, un contador, una secretaria, un vendedor y un distribuidor, lo que a su vez contribuirá directamente con el sostenimiento económico de 5 familias alrededor de los ingresos percibidos por cada uno de ellos.

Adicionalmente, la empresa diseñará políticas de emprendimiento para otros municipios de Ocaña, que permita aumentar su planta de personal, y dar nuevas oportunidades de empleo, como también un compromiso social de asignación de recursos para fundaciones que cuidan el medio ambiente en el municipio de Ocaña.

4.6.2 Estudio ambiental. Desde al aspecto ambiental, el proyecto es una idea de negocios que le apuesta al desarrollo sostenible, a las nuevas opciones para cuidar el planeta, por lo tanto desde su razón social y su objeto social, la empresa impactara positivamente el cuidado del medio ambiente, la concientización de reciclar, de reutilizar, de ayudar desde las actividades diarias que nuestro planeta tierra no se deteriore de forma tan acelerada como lo hace actualmente.

Pero además de su impacto en el medio ambiente, la empresa será líder en las campañas de acompañamiento en el municipio para contribuir a disminuir la problemática de contaminación, sequia de los ríos y explotación de los bosques.

Internamente también adoptará políticas de cero papel, ahorro de agua, ahorro de energía, medios de transporte menos invasivos y demás acciones diarias que permitan aportar

desde lo más mínimo a que el medio ambiente este protegido y sane de tanta destrucción humana, a través del consumismo de productos y servicios sin la previa conciencia del daño que se causa al planeta.

Conclusiones

La idea de negocios que busca la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables con el medio ambiente, a través de su investigación de mercados permite concluir un impacto positivo de receptividad y aceptación para su desarrollo en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

El segundo objetivo se enmarco en identificar las necesidades económicas y su rendimiento financiero, para determinar la rentabilidad del mismo, a partir también de la demanda de los propietarios de los establecimiento de venta de comidas rápidas, donde pudimos concluir que la empresa es rentable y viable, pues su margen de ganancias es bastante alto, cubriéndose así sus costos y gastos, y obteniendo ganancias para la empresa muy rentables.

El plan de operación presento los lineamiento básicos para que la empresas puede ejercer la actividad comercial, tales como acondicionamiento físico, localización en la avenida circunvalar, requerimientos de personal y equipo de oficina.

El plan de organización administrativa y legal, estableció los requisitos legales para una empresa de carácter limitada, que en Colombia rigen actualmente para poder iniciar la idea de negocios, seguidamente de establecer su misión, visión y valores institucionales, su organigrama, su manual de funciones y finalmente el catálogo de productos posiblemente a ofertar en caso de darse el proyecto en la realidad.

Y finalmente el estudio socio ambiental, le apuesta a un mejor calidad de vida de los habitantes del municipio de Ocaña, un compromisos social y una obligación de cuidado del medio ambiente.

Recomendaciones

Como recomendaciones, se identificaron específicamente que.

Se recomienda establecer estudios de mercados con mayor frecuencia para identificar las necesidades de envases ecoamigables para otros establecimientos de comercios.

En el estudio de ingresos y egresos, se recomienda buscar alternativas de reducción de costos, que aumenten mayormente las ganancias de los socios.

En la parte administrativa y legal, se recomienda establecer nuevas alternativas y estrategias de funcionamiento.

Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente . (1991). *Constitucion Politica de Colombia*. Bogota: Legis
- Camara de Comercio de Ocaña . (2017). Estudio Económico Juridicción Camara de Comercio de Ocaña. Obtenido de <http://camaraocana.com/wp-content/uploads/Estudio-Economico-2016.pdf>
- Castells, E. (2012). *Reciclaje de residuos industriales*. Díaz de Santos .
- Castells, E. (2012). *Reciclaje de residuos industriales*. España: Díaz de Santos.
- Definicion de Productos Biodegradables*. (s.f.). Recuperado el 10 de Mayo de 2018, de <https://neetesuela.org/productos-biodegradables/>
- economipedia.com*. (s.f.). Recuperado el 10 de Enero de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/sector-secundario.html>
- emprende pyme. (s.f.). *Plan de operaciones*. Recuperado el 11 de Mayo de 2018, de <https://www.emprendepyme.net/plan-de-operaciones>
- Ferrer, J. (2010). *Conceptos Basicos de Metodologia de la Investigacion* . Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com.co/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>
- Hurtado, J. M. (2011). *Los proyectos y los planes de negocios*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231003.pdf>
- Limonche, M. ., & Peñaranda, P. L. (2013). *Inserción Del Mercadeo Verde En Empresas Del Sector Papelero En Cauca Y El Valle Del Cauca* . Universidad Autónoma De Occidente. Recuperado el 30 de Abril de 2018, de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5144/1/TMD01530.pdf>
- Martinez, E. B. (2003). *Definicion de Plan de Negocios*. Recuperado el 30 de Abril de 2018, de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22654/Capitulo1.pdf>
- Muñoz, R. (2011). *Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición*. Obtenido de Concepto de investigación de mercados: <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- Pastorino, A. H. (2013). *El Marketing verde un compromiso de todos* . Universidad ESA.
- Polo, A. M. (2017). *Formulación E Implementación De Alternativas Para Utilizar Las Bolsas De Uso Intravenoso Como Material De Reciclaje En La E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares De Ocaña, Norte De Santander*. UFPSO . Recuperado el 30 de Abril de 2018, de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/handle/123456789/1534>

- Salazar, A. C., Parada, J. L., & Sarral, D. S. (2012). *Impacto del Ecomarketing en los indicadores de productividad de las empresas Colombianas*. Bogota: Universidad del Rosario .
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado el 05 de Junio de 2017
- Sixto, J., & Salgueiro, M. (2008). *Comunicar el márketing verde y revalorar la marca en las concienciadas organizaciones* . Trabajo presentado en el XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, RN.
- Trespacios, G. J., Vázquez, C. R., & Bello, A. L. (2005. Pag 96). *Investigación de Mercados*. Thomson Editores.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: conocer la viabilidad y preferencias de los restaurantes de comidas rápidas para adquirir envases ecoamigables con el medio ambiente.

1. Sexo

- Femenino
- Masculino

2. Edad

- Entre 20 y 35 años
- Entre 35 y 45 años
- Entre 45 y 55 años
- Más de 55 años

3. Nombre del restaurante de comida rápidas _____

4. ¿Consideras el cuidado del medio ambiente importante?

- Si
- No
- Tal vez

5. ¿Qué te gusta o te llama más la atención de un empaque?

- Diseño
- Materiales
- El producto mismo

6. ¿Qué importancia le das a los materiales utilizados en los empaques que compras para tu negocio?

- Me es importante
- No me afecta

7. ¿Le das segundo uso a los empaques que compras?

- Si
- No

8. ¿Crees que los productos y sus empaques diseñados para " no contaminar " son más caros?

- Si
- No
- Tal vez

9. ¿Estaría dispuesto usted ha adquirir envases ecoamigables con el medio ambiente para el servicio que presta en su restaurante?

- Si
- No

10. ¿De los siguientes envases ecoamigables con el medio ambientes cuales estaría dispuesto a adquirir?

- Vasos
- Platos
- Cucharas
- Tenedores
- Cuchillos
- Otros _____

11. ¿Estaría dispuesto usted en su restaurante a pagar por los envases biodegradables más dinero en pro de proteger el medio ambiente?

- Si
- No

12. ¿Qué tan importante crees que las empresas eduquen sobre sustentabilidad a sus clientes y consumidores?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

13. ¿Si se creará en Ocaña una empresa distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables usted estaría dispuesta a adquirir sus productos?

- Si
- No

14. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicada la empresa distribuidora y comercializadora de envases ecoamigables?

- En la zona norte
- En la zona céntrica
- En la zona del Sur
- En la Avenida Circunvalar
- En el Mercado Publicó

Gracias por su atención y colaboración