	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>08-07-2021</b>	<b>B</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>0(106)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	John Breiner Ruedas Quintana Ángel David Zumalabe morón		
<b>FACULTAD</b>	<b>Ciencias Administrativas Y Económicas</b>		
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>Administración De Empresas</b>		
<b>DIRECTOR</b>	José De La Rosa Vergel Pérez		
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías de calabaza en la ciudad de Ocaña norte de Santander</b>		
<b>TITULO EN INGLES</b>	Business plan for the creation of a company that produces and sells gourd handicrafts in the city of Ocaña Norte de Santander		
<b>RESUMEN (70 palabras)</b>			
<p>En la presente investigación se realizó la estructuración de un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías elaboradas en calabaza en la ciudad de Ocaña, partiendo de la realización de un estudio de mercado mediante una encuesta dirigida a la población Ocañera. Se evaluó el impacto socioambiental y se determinaron los recursos técnicos, humanos, financieros y legales mediante los estudios técnico administrativo y financiero.</p>			
<b>RESUMEN EN INGLES</b>			
<p>In the present investigation, the structuring of a business plan was carried out for the creation of a company that produces and sells pumpkin crafts in the city of Ocaña, starting from the realization of a market study through a survey directed to the Ocañera population. . The socio-environmental impact was evaluated and the technical, human, financial and legal resources were determined through technical-administrative and financial studies.</p>			
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Plan de negocios, Estudio de Mercados, Estudio Técnico, Estudio Administrativo, Estudio Financiero, Impacto socioambiental		
<b>PALABRAS CLAVES EN INGLES</b>	Business plan, Market Study, Technical Study, Administrative Study, Financial Study, Socio-environmental Impact		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>PÁGINAS:</b> 106	<b>PLANOS:</b> 36	<b>ILUSTRACIONES:</b> 34	<b>CD-ROM:</b>



**Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Productora Y Comercializadora  
De Artesanías De Calabaza En La Ciudad De Ocaña Norte De Santander**

**John Breiner Ruedas Quintana**

**Ángel David Zumalabe Morón**

**Facultad de ciencias administrativas y económicas, Universidad Francisco de Paula**

**Santander Ocaña**

**Administración de Empresas**

**Mag. José de la Rosa Vergel Pérez**

**26 de mayo de 2023**

## Índice

Capítulo 1. Formulación De Un Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Productora Y Comercializadora De Artesanías De Calabaza En La Ciudad De Ocaña Norte De Santander.....	14
1.1 Planteamiento Del Problema.....	14
1.2 Formulación Del Problema .....	15
1.3 Objetivos .....	15
1.3.1 Objetivo general: .....	15
1.3.2 Objetivos Específicos: .....	15
1.4 Justificación.....	16
1.5 Delimitaciones.....	18
1.5.1 Delimitación operativa .....	18
1.5.2 Delimitación Conceptual.....	19
1.5.3 Delimitación geográfica .....	19
1.5.4 Delimitación temporal.....	19
Capítulo 2. Marco referencial.....	20
2.1 Marco Histórico.....	20
2.1.1 Marco histórico de las artesanías a nivel mundial.....	20
2.1.2 Marco histórico de las artesanías a nivel nacional .....	22
2.1.3 Marco histórico de la artesanía a nivel local .....	23

2.2	Marco Contextual .....	25
2.3	Marco Conceptual .....	27
2.3.1	Artesanía:.....	27
2.3.2	Catatumbo: .....	28
2.3.3	Comunidad indígena: .....	28
2.3.4	Estudio piloto: .....	28
2.3.5	Estudio de mercado: .....	29
2.3.6	Estudio técnico: .....	29
2.3.7	Estudio administrativo:.....	29
2.3.8	Estudio financiero: .....	30
2.3.9	Fondos de emprendimiento: .....	30
2.3.10	Impacto ambiental: .....	30
2.3.11	Impacto social: .....	30
2.3.12	Motilón Bari: .....	31
2.3.13	Organigrama:.....	31
2.3.14	Plan de negocios:.....	31
2.3.15	Patrimonio cultural:.....	31
2.3.16	Patrimonio histórico: .....	32
2.3.17	Patrimonio religioso: .....	32
2.3.18	Proceso de producción: .....	32

2.3.19 Plan operativo:.....	33
2.3.20 Recurso humano:.....	33
2.4 Marco Teórico.....	33
2.4.1 Teoría sobre las artesanías:.....	33
2.4.2 Teoría de las tres dimensiones del concepto de desarrollo sostenible: .....	34
2.4.3 Teoría sobre el marketing verde:.....	34
2.4.4 Teoría de la ventaja competitiva: .....	35
2.5 Marco Legal .....	35
2.5.1 Constitución política: .....	35
2.5.2 El Código Sustantivo de Trabajo: .....	36
2.5.3 LEY 1014 DE 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento .....	36
2.5.4 LEY 1014 DE 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento .....	37
2.5.5 Decreto 258 de 1987, Por el cual se reglamenta la Ley 36 de 1984 y se organiza el Registro de Artesanos y de Organizaciones Gremiales de Artesanos y se dictan otras disposiciones. ....	37
Capítulo 3. Diseño metodológico .....	38
3.1 Tipo de investigación .....	38
3.2 Población y muestra .....	38
3.2.1 Población: .....	38
3.2.2 Muestra .....	39

3.3	Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos	40
3.3.1	Técnica utilizada para obtener la información sobre grado de aceptación de productos artesanales en Ocaña.	40
3.3.2	Instrumento utilizado para registrar el proceso de crecimiento y desarrollo del cultivo piloto de calabazas bajo condiciones ambientales de la Ciudad de Ocaña.	40
3.4	Análisis de información	41
	Capítulo 4. Resultados	42
4.1	Realizar un estudio de mercado para conocer el estado de oferta y demanda y conocer el perfil de potenciales clientes en la ciudad de Ocaña	42
4.1.1	Análisis y tabulación de la encuesta	42
4.1.2	Análisis general de la encuesta	54
4.1.3	Sector en que se ubica el proyecto a desarrollar	55
4.1.4	Perfil del cliente	55
4.1.5	Localización de clientes potenciales	55
4.1.6	Razones de elección de clientes	55
4.1.7	Necesidades a satisfacer de clientes y consumidores	56
4.1.8	Tendencia del mercado en que se desarrolla el proyecto	56
4.1.9	Análisis de la competencia	57
4.1.10	Concepto del negocio	57
4.1.11	Componente innovador	57

4.1.12 Descripción de los productos .....	58
4.1.13 Descripción de la demanda.....	64
4.1.14 Estrategias de promoción. ....	65
4.1.15 Estrategias de distribución.....	66
4.2 Elaborar un estudio técnico administrativo para determinar los requerimientos de maquinaria, instalaciones, terrenos, procesos, puestos de trabajo, personal y elementos administrativos necesarios para el funcionamiento de la empresa .....	67
4.2.1 Viabilidad del cultivo bajo condiciones ambientales de la ciudad de Ocaña	67
4.2.2 Localización .....	76
4.2.3 Proceso de producción.....	76
4.2.4 Requerimientos de infraestructura, maquinaria, muebles y equipo .....	78
4.2.5 Cargos requeridos primer año de operación.....	80
4.2.6 Estudio administrativo.....	80
4.2.7 Organigrama.....	81
4.2.8 Manual de funciones .....	82
4.2.9 Requisitos Legales.....	84
4.3 Efectuar un estudio financiero para estimar el monto de inversión inicial y proyectar los flujos de ingresos y egresos.....	85
4.3.1 Requerimientos de inversión .....	85
<b>Tabla 32 . Porcentaje de utilidad y precio de venta.....</b>	<b>93</b>

4.4	Evaluar el impacto social y ambiental derivado del funcionamiento de la empresa en formación. ....	98
5.	Conclusiones .....	100
6.	Recomendaciones .....	102
	Referencias .....	103



## Lista de tablas

Tabla 1: Rango de Edad .....	42
Tabla 2 Genero .....	43
Tabla 3 Estado civil.....	44
Tabla 4 Estrato social .....	45
Tabla 5. Personas que compran artesanías .....	46
Tabla 6: Personas que comprarían un producto artesanal elaborado en calabaza.....	47
Tabla 7: Conocimiento de productos artesanales en calabaza .....	47
Tabla 8: Lugar donde comprar artesanías .....	48
Tabla 9: Preferencia de los productos elaborados en calabaza .....	49
Tabla 10: Precio dispuesto a pagar por un producto elaborado en calabaza.....	50
Tabla 11: Importancia de productos ecológicos.....	52
Tabla 12: Preferencia por productos que resaltan la cultura y cosmovisión de la comunidad motilonbari. ....	53
Tabla 14: Estrategias de distribución .....	66
Tabla 15: Conclusión de condiciones ambientales .....	74
Tabla 16: Requerimientos de maquinaria .....	79
Tabla 17: Requerimientos de mueble y equipo.....	79
Tabla 18: Cargos requeridos primer año de operación .....	80
Tabla 19: Manual de funciones .....	82
Tabla 20: Requerimientos de maquinaria y equipo.....	85
Tabla 21: Requerimientos de mueble y equipo.....	86
Tabla 22: Gastos de personal .....	86

Tabla 23: Prestaciones y gastos de personal .....	87
Tabla 24: Proyeccion de Gastos totales de personal .....	88
Tabla 25: Otros gastos de funcionamiento.....	88
Tabla 26: Total Gastos. ....	89
Tabla 27: Estructura de costos Variables Lamparas .....	90
Tabla 28: Estructura de costos Variables Cofres. ....	90
Tabla 29: Estructura de costos Variables Materos.....	91
Tabla 30: Estructura de costos Floreros.....	92
Tabla 31: Costo unitario total.....	92
Tabla 32: Porcentaje de utilidad y precio de venta .....	93
Tabla 33: Total ventas	
Tabla 34: depreciación	
Tabla 35: Balance General	
Tabla 36: Estado de Resultados	

## Lista de Figuras

Figura 1: Rango de edad .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 2: Sexo .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 3: Estado civil .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 4: Estrato social.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 5: Personas que compran artesanías .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 6: Comprarian artesanía de calabaza .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 7: Conocimiento de la calabaza .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 8: Lugares donde se compran artesanías .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 9: Preferencia de productos de calabaza.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 10: Precio de artesanías. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 11: Importancia productos ecologicos.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 12: Cosmovision de los motilon Bari .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 13: Matero Colgante interior. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 14: Matero colgante exterior.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 15: Matero de base exterior .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 16: Matero de base cafe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 17: Matero microjardin .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 18: Lampara de mesa.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 19: Cofre artesanal.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 20: cofre artesanal confiteria .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 21: Empaque secundario para cafe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 22: Empauqe secundario para café .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Figura 23: Logo.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 24: Plantas calabaza.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 25: follaje .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 26: Aparicion de frutos .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 27: Fruto sin polinizar.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 28: Polinizacion manual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 29: Fruto polinizado.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 30: Frutos formados.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 31: Fruto formado doblado por poscision.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 32: Secado follaje .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 33: Frutos secándose a la sombra. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 34: Fruto seco. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## Resumen

En el presente trabajo se realizó una investigación descriptiva mediante la estructuración de un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, para esto se efectuó la realización de 4 objetivos específicos, partiendo de un estudio de mercado a través de una encuesta dirigida a la población Ocañera usando como instrumento el cuestionario.

Para el desarrollo del estudio técnico además de determinar el tamaño, la ubicación del proyecto y los requerimientos físicos necesarios para la producción y comercialización de los productos artesanales se tuvo en cuenta el análisis de un cultivo piloto de calabaza bajo condiciones ambientales de la ciudad de Ocaña. el registro de los procesos de crecimiento se realizó con el uso de la cámara fotográfica mientras los hallazgos se plasmaron mediante una lista de cotejo.

En el estudio administrativo se estipularon los elementos organizacionales como políticas y recursos humanos necesarios para la operación del negocio, mientras que en el estudio financiero se estipularon los montos monetarios necesarios para el arranque del modelo de negocios y se realizaron las proyecciones de ingresos y egresos. Por último, para dar cumplimiento al desarrollo del cuarto y último capítulo se evaluó el impacto social y ambiental generado por el modelo de negocio planteado.

## Introducción

Los planes de Negocio son un documento que sirve como guía para la organización y planeación de ideas de negocio, debido a que se estudia el entorno de la empresa evaluando los posibles resultados si se logran los objetivos definidos en el proyecto, en ellos se pueden encontrar la descripción de los elementos organizacionales y operativos soportados en datos cualitativos y cuantitativos. Además, permiten participar en convocatorias de financiación realizadas por fondos de capital semilla y emprendimiento de tipo privado o estatal para buscar cualquier fuente de ingresos.

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de Formular un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías de calabaza en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, la metodología que se utilizó para el desarrollo de esta investigación es de tipo descriptiva.

La calabaza es un fruto que ha sido utilizado por diferentes culturas ancestrales sirviéndoles como contenedor de semillas, granos, bebidas, licores y extendiendo su uso como medio de manifestación artística y cultural, una vez seco se compone de una fibra vegetal de madera, ideal para la fabricación de productos artesanales, tales como; recipientes, cofres, lámparas y materos. El llevar a cabo este plan ayudará a impactar positivamente a miembros de la comunidad Motilón Barí dándoles una oportunidad de empleo remunerado justamente ayudándolos a mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

# **1 Capítulo 1. Formulación De Un Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Productora Y Comercializadora De Artesanías De Calabaza En La Ciudad De Ocaña Norte De Santander**

## **1.1 Planteamiento Del Problema**

La calabaza de especie lagenaria siceraria o nombre común mate, calabaza vinatera, jícara, poporo, es una planta herbácea anual que crece de forma silvestre en terrenos húmedos y soleados de clima templado a tropical. Su fruto una vez seco se compone de una fibra vegetal de madera ideal para la elaboración de diferentes productos artesanales y utilitarios. Teniendo en cuenta que la ciudad de Ocaña y sus alrededores cumplen con dichas condiciones ambientales y que así mismo, de un lado la ciudad de Ocaña cuenta con un atractivo patrimonio histórico, religioso y cultural, mientras la región del Catatumbo cuenta un biodiverso patrimonio ambiental y ancestral, se visibiliza la creación una empresa que promocióne y divulgue dicha riqueza mediante la oferta de productos artesanales funcionales y decorativos elaborados con el fruto de calabaza, así como también la producción de empaques ecológicos secundarios para algunos productos del sector de alimentos y bebidas.

Una herramienta importante para la correcta organización de la idea de negocio que a su vez permite participar en convocatorias de financiación realizadas por fondos de capital semilla y emprendimiento de tipo privado o estatal o buscar cualquier fuente de ingresos es el plan de negocios, este debe abarcar el funcionamiento de la empresa y su conjunto, considerando factores como el mercado, el tipo de organización, las finanzas, los riesgos a enfrentar y la

viabilidad, proponiendo además los elementos administrativos que permiten el arranque de la idea de negocio , de tal manera que la idea se presente de manera ordenada, cotizada y sistematizada, en este caso será necesario partir de un estudio de mercados a partir del cual se logre una correcta planificación de los factores productivos, organizacionales, operacionales y financieros de la empresa, de tal forma que se obtenga un plan de negocios con cifras consistentes entre el modelo financiero y su literatura.

## **1.2 Formulación Del Problema**

¿Qué viabilidad tendría la creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías de Calabaza en la ciudad de Ocaña Norte de Santander?

## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo general:***

Formular un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías de calabaza en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

### ***1.3.2 Objetivos Específicos:***

Realizar un estudio de mercado para conocer el estado de la oferta y la demanda y conocer el perfil de potenciales clientes en la ciudad de Ocaña.



Elaborar un estudio técnico administrativo para determinar los requerimientos de maquinaria, instalaciones, terrenos, procesos, puestos de trabajo, personal y elementos administrativos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Efectuar un estudio financiero para estimar el monto de inversión inicial y proyectar los flujos de ingresos y egresos.

Evaluar el impacto social y ambiental derivado del funcionamiento de la empresa en formación.

#### **1.4 Justificación**

La artesanía (...), es un factor importante a considerar en las economías modernas; ya que no solo contribuyen con el crecimiento económico de los países, generando empleo e ingresos, sino que también ayuda a transmitir y mantener las raíces culturales e identidad de las naciones (Hoyos,2019).

La creación de una empresa productora y comercializadora de artesanías no solo contribuiría con el desarrollo económico y social generando empleo e ingresos, sino que además podría significar una importante herramienta de promoción y divulgación de rasgos positivos de la región del Catatumbo y la ciudad de Ocaña.

En el caso puntual de la región del Catatumbo, se pueden encontrar rasgos distintivos de su diversidad étnica, natural y cultural que no solo se ven opacados por los problemas

económicos y sociales que vive la región, sino que además se ven amenazadas al punto de su desaparición. Tal es el caso de comunidades indígenas que habitan la región como el pueblo Bari.

Los Bari han transitado múltiples procesos de cambios profundos en su vida como pueblo indígena. Los más destacados son: los procesos de colonización, pacificación y evangelización; los auges extractivos y la expansión del sistema de economía de mercado en su territorio (Centro Nacional de Memoria Histórica, 2018)

Dentro de los productos artesanales que componen el catálogo de productos se busca integrar rasgos distintivos de esta comunidad como su lengua, simbología, tradiciones y cultura en general, de tal manera que se logre una visibilización y conservación del patrimonio ancestral de la región, de igual modo se espera la promoción de su riqueza natural y cultural.

Por otro lado, la ciudad de Ocaña cuenta con un patrimonio histórico y religioso que se refleja en atractivos sitios turísticos y sagrados. Esto resulta en un atractivo de la ciudad para atraer visitantes y turistas y podría significar un importante punto de partida para la creación de productos con identidad regional inspirados en dicho patrimonio.

El catálogo apuesta por una serie de productos que no solo cumplen funciones decorativas si no utilitarias, abarcando desde recipientes naturales y objetos decorativos hasta accesorios personales. De este modo se ofrece una alternativa ecológica y natural a necesidades

que normalmente ofrece la industria con productos hechos con recursos no renovables, tal como lo es el caso del plástico.

La empresa en formación busca el aprovechamiento de los recursos ambientales que ofrece el territorio desde el uso del suelo para el desarrollo de cultivos de calabaza, hasta generar cadenas de valor que no solo sean económicamente viables, si no ambientalmente sostenibles y socialmente responsables.

Dicha situación se da en un mundo donde los consumidores, dado el fenómeno de la globalización y acceso a la información se han hecho más conscientes de los efectos derivados de sus decisiones de compra.

Por ello resulta necesaria la realización de una investigación pertinente a la formulación estratégica de un plan de negocios que a su vez permita el arranque de una empresa productora y comercializadora de artesanías en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

## **1.5 Delimitaciones**

### ***1.5.1 Delimitación operativa***

En esta investigación se aplicaron encuestas y observaciones directas.

Surgieron inconvenientes relacionados al suministro de información por parte de los encuestados.

Existieron limitaciones de desplazamiento hacia las fuentes de información como comerciantes y población en general por dificultades derivadas de la pandemia covid 19.

### ***1.5.2 Delimitación Conceptual***

En esta investigación se abarcaron los conceptos: Plan de negocios, fondo emprender, artesanías, lagenaria siceraria, patrimonio cultural, patrimonio ambiental, patrimonio ancestral, estudio de mercado, estructura organizacional, plan financiero, ficha técnica, elementos organizacionales, capacidad productiva, requisitos técnicos, requisitos legales, impacto social, catálogo de productos.

### ***1.5.3 Delimitación geográfica***

Esta investigación se desarrolló en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

### ***1.5.4 Delimitación temporal***

Esta investigación se desarrolló en un periodo de 12 semanas a partir de su fecha de aprobación.

## 2 Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Marco Histórico

#### 2.1.1 *Marco histórico de las artesanías a nivel mundial*

Las raíces de la artesanía están en la cultura material, es decir en aquellos objetos elaborados por el hombre primitivo para resolver sus necesidades de tipo material o espiritual. Las necesidades cambian o aumentan a medida que el hombre transforma el medio en que vive y así la artesanía evoluciona de acuerdo a las necesidades que va satisfaciendo. (Niño, 1971)

Los materiales condicionan el tipo de artesanía que se puede elaborar y estos a su vez dependen del medio geográfico, esta relación existente entre dos o más elementos resulta en un factor diferencial y dota de particularidad las artesanías elaboradas por una localidad o región.

En la historia de la humanidad uno de los materiales usados en la elaboración de artesanías es el fruto de la planta lagenaria siceraria, dicho fruto una vez seco se constituye de una fibra vegetal de madera ideal para la fabricación de variedad de objetos funcionales y artesanías. Su uso por culturas antiguas puede rastrearse a la época prehispánica como en el caso de Perú.

En Perú el uso del mate se ha mantenido vigente a través del tiempo y ha servido en un principio al antiguo peruano de manera utilitaria y luego fue tomando mayor relevancia y protagonismo al ser incluido en ritos prehispánicos. Su uso como contenedor, ya sea de alimentos sólidos y líquidos, así como de objetos de uso común, hizo que su utilización sea

ampliamente propagada, frecuente y cotidiana, tanto así que algunos investigadores refieren que durante la época formativa es posible que estas culturas hayan sido "acerámicas", es decir que eran conscientemente reacios a cambiar su tecnología para dar paso a la cerámica, debido a que se sentían muy cómodos con el uso de los mates.

Algunos de los países latinoamericanos en los que se ha extendido el uso del mate, debido a una tradición de uso en torno a una bebida tradicional, son sin duda Paraguay, Uruguay y Argentina, países donde se consume en la actualidad la denominada "yerba mate" conocida con este nombre en el sur del continente americano, se puede destacar que en Brasil, existe una importante producción del calabazo y artesanos que decoran este fruto empleando diversas técnicas, desde las más conocidas antiguamente como lo es el pirograbado y el burilado, así como el pintado con pinturas del tipo industrial.

En África existe un importante uso del calabazo seco, es evidente su antigua y ancestral utilización, tal como sucedió en nuestro continente, otra común semejanza es su vigencia, por lo general los mates se utilizan como contenedor de agua y alimentos en las zonas rurales, como artesanías decoradas con motivos africanos que se comercializan entre los turistas, siendo su uso como caja acústica en una variedad de instrumentos musicales.

En China el calabazo ha sido utilizado como alimento y para su uso medicina, sin embargo, luego se extendió su uso para contener medicinas, vinos y otros "elixires mágicos", así como en nuestras culturas prehispánicas, también fueron usados como flotadores los que colgaban al lado de pequeñas embarcaciones y eran atados al cuerpo de los niños que no sabían nadar; por otro

lado, el calabazo es considerado como un símbolo de la prosperidad, ya que es prolífico en frutas y semillas.

En estados unidos, se produce en diversos estados como California y Hawái, en donde artesanos lo trabajan de una forma más artística. Finalmente, en Europa, para citar un ejemplo, existen artistas que elaboran productos utilitarios decorativos como lámparas, esta actividad está ligada en la mayoría de los casos más al plano artístico que al artesanal. (Centro de Innovación Tecnológica Turístico - Artesanal Sipán, 2012)

### ***2.1.2 Marco histórico de las artesanías a nivel nacional***

La artesanía colombiana ha sido reconocida por su diversidad y riqueza, las figuras en oro y la joyería fueron un punto de partida para que los colonizadores españoles pusieran los ojos sobre ellas y los terrenos precolombinos. Fue así como desataron múltiples masacres con el fin de obtenerlas. Así poco a poco fueron llevadas a España y destruidas para usar el oro y las piedras preciosas. (Prieto, 2007)

En el momento del descubrimiento de América existían tres grandes culturas: Aztecas (México), Inca (Perú) y Chibcha (Colombia). En Colombia otras grandes culturas habían desaparecido dejando las muestras de su existencia y su desarrollo, como es el caso de la de San Agustín que produjo numerosas estatuas; la de Tierra Adentro importante por sus tumbas y la de Tumaco que sobresalió por sus trabajos en cerámica. En todas las - culturas aborígenes existían ya las ramas clásicas de la artesanía. (Niño, 1971)

En la época de la independencia la producción artesanal se encontraba en algunas partes, en un nivel de desarrollo semejante al del período mercantilista europeo. Así, Buscaba la ampliación de la comercialización en el territorio nacional. Pero la producción capitalista de Europa había crecido hasta el punto de imponerse dando lugar a un intercambio de manufacturas y materias primas con todos los países latinoamericanos, a los que les correspondió la entrega de sus recursos naturales a cambio de las manufacturas extranjeras. Tales circunstancias hicieron que la producción artesanal Tuviera una posición secundaria, hasta los tiempos actuales, con respecto al comercio y la naciente producción capitalista de Colombia (Niño, 1971)

Hoy en día la artesanía colombiana ha logrado un merecido reconocimiento que hace que gocen de un importante prestigio en mercados nacionales e internacionales, lo cual es importante en medida que aumenta el interés de los consumidores por estos productos.

### ***2.1.3 Marco histórico de la artesanía a nivel local***

Para seguir los rastros de la historia artesanal en la región debemos considerar nuestras raíces primitivas.

Los pueblos indígenas que habitaron esta región fueron los Hacaritamas y las tribus pertenecientes a la llamada Cultura de la Urnas, ambos de la filiación caribe.

Su legado material se limita a mantas de algodón y pocas piezas de cerámica. No existe actualmente una tradición artesanal que haya provenido de antiguas técnicas indígenas. En la



región son muy pocos los que conocen las características culturales. (Artesanías de Colombia, 1997)

La artesanía como componente integral de la cultura de los ancestros puede evidenciarse en las urnas utilizadas para ritos fúnebres.

Las urnas encontradas en la región de Ocaña son de forma cilíndrica, alta, con base redondeada terminada hacia arriba en cuello ligeramente inclinado hacia el interior. Mientras que algunas urnas carecen de asas, otras tienen cuatro grandes protuberancias cónicas dirigidas hacia abajo que rodean la urna en la región donde el cuerpo se deprime para formar el cuello. (Academia de historia de Ocaña)

La Ciudad de Ocaña cuenta con un sólido legado cultural hispánico, predominando las expresiones religiosas. Sus mitos corresponden a personajes de la época colonial, celebridades españolas Don Antón García de Bonilla; indígenas, como la Leonelda, acontecimientos como la liberación de los esclavos, que hacen parte del soporte cultural de la ciudad. Sin embargo, son muy pocas o casi nulas las expresiones artesanales que resaltan los valores culturales que identifican la región. La producción manufacturera se concentra en productos para decoración, muebles, confecciones y construcción. (Artesanías de Colombia, 1997)

Existen casos de pequeños grupos que intentan organizarse para hacer de la actividad artesanal su sustento de vida, tal es el caso de pueblo nuevo, corregimiento de Ocaña donde existe una fundación de mujeres dedicada a la confección de productos en fique.

La producción de aguardiente artesanal aún puede evidenciarse en la cultura ocañera y sus alrededores, esta bebida tradicional llamada bola ‘e gancho es producida y comercializada de forma clandestina. Otra manifestación de la elaboración de productos artesanales puede reflejarse en artesanos que se ubican en sitios turísticos o sagrados como en el caso del santuario del agua de la virgen, allí se exponen sus creaciones ligadas a esta creencia religiosa, abarcan desde productos de bisutería hasta pequeños cortes de madera con la estampa de la virgen de Torcoroma los cuales se venden como objetos de recuerdo.

## **2.2 Marco Contextual**

Cuando francisco Fernández de Contreras, el fundador, llegó a Ocaña el 26 de julio de 1570, dedicó los primeros cinco meses a observar las costumbres y los límites indígenas. El 14 de diciembre de 1570 realizó el rito de fundación respetando la jurisdicción del cacique de Hacaritama, que correspondía a los actuales sur del Cesar, sur de Bolívar y provincia de Ocaña. Esta unidad geográfica y administrativa fue ratificada por ley 64 del 29 de mayo 1849 y rota abruptamente el 14 de febrero de 1857 por intereses políticos. La gran provincia se repartió entre los recién creados estados de Santander y Magdalena. (García, 1993)

En adelante se libró una incansable batalla por la reunificación del territorio sin tener éxito alguno. La historia de Ocaña y la región ha estado marcada por constantes agitaciones políticas y

sociales que han generado constantes oleadas de violencia. Desde la guerra desatada por liberales y conservadores en el siglo pasado, hasta la actual lucha por el control del territorio y rutas de narcotráfico que se disputan grupos armados ilegales en la zona.

La desarticulación de la antigua unidad territorial que conformaba Ocaña de la cual hacían parte los actuales sur de Bolívar, sur del Cesar y provincia de Ocaña condenaron la ciudad y demás municipios aledaños al atraso generado por los males del centralismo y el abandono estatal. Si se observa hoy en día todos los municipios que conformaban la antigua unidad administrativa se encuentran muy alejados física y emocionalmente de sus capitales principales (García, El Departamento Caro filosofía política y económica para el sur del Cesar, sur de Bolívar y provincia de Ocaña, 1993)

Se puede evidenciar la ausencia del estado y sus instituciones en estos municipios donde grupos armados ilegales controlan la entrada y salida de personas y cobran impuestos a los productos que ingresan a algunos municipios.

A pesar de que el actual trazo geográfico de los departamentos separa estos municipios que en el pasado formaron una misma entidad territorial y administrativa, pudo evidenciarse una dependencia entre sí de sus economías y carreteras. A pesar de los obstáculos generados por la violencia, la ciudad de Ocaña se ha establecido como un importante centro de acopio y comercio en la región, es el principal proveedor de servicios de Salud, educación, servicios financieros y comerciales.

La ciudad de Ocaña según último censo publicado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística cuenta con 111.643 habitantes. “su temperatura promedio es de 22 °C. Piso térmico templado, con una temperatura no menor a los 8 °C y no mayores a los 30 °C. Precipitaciones entre los 1.000 y 2.000 mm anuales, las lluvias durante el primer semestre son escasas, los veranos son cortos y pueden mostrarse días con nubosidad. Los meses de lluvia son, agosto, septiembre, octubre y noviembre, este último es aprovechado para los cultivos semestrales.

Su legado histórico, su patrimonio cultural y religioso la han convertido en una ciudad atractiva para turistas y viajeros quienes visitan la ciudad en épocas especiales de fin de año, carnavales o semana santa.

## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Artesanía:**

Se denomina artesanía tanto al trabajo como a las creaciones realizadas por los artesanos (una persona que realiza trabajos manuales). Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, moldeando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos. Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados. Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial.

### **2.3.2 *Catatumbo:***

El Catatumbo es una subregión colombiana ubicada en el noreste del departamento de Norte de Santander, que se extiende entre la Cordillera Oriental de Colombia y el Lago de Maracaibo, por lo cual se le ha llegado a considerar la región como "transfronteriza". Esta región en Colombia está conformada por 11 municipios: Ábrego, Convención, El Carmen, El Tarra, Hacarí, La Playa, Ocaña, San Calixto, Sardinata, Teorama y Tibú.

### **2.3.3 *Comunidad indígena:***

Las comunidades indígenas, también conocidas como pueblos originarios, pueblos aborígenes o pueblos nativos, y son grupos étnicos que son los habitantes originales de una región determinada, en contraste con los grupos que se han asentado, ocupado o colonizado el área más recientemente. Los grupos suelen describirse como indígenas cuando mantienen tradiciones u otros aspectos de una cultura primitiva asociada a una región determinada. No todos los pueblos indígenas comparten esta característica, ya que suelen haber adoptado elementos sustanciales de una cultura colonizadora, como la vestimenta, la religión o la lengua.

### **2.3.4 *Estudio piloto:***

Un estudio piloto, proyecto piloto o experimento piloto es una escala pequeña del estudio preliminar desarrollado para evaluar viabilidad, tiempo, coste, acontecimientos adversos, y para mejorar el diseño de estudio previo al rendimiento de un proyecto de búsqueda a gran escala. Los estudios pilotos, por lo tanto, no pueden ser apropiados para los estudios de caso

### **2.3.5 *Estudio de mercado:***

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución.

### **2.3.6 *Estudio técnico:***

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

### **2.3.7 *Estudio administrativo:***

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas

### **2.3.8 Estudio financiero:**

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

### **2.3.9 Fondos de emprendimiento:**

Son iniciativas creadas ya sea por el Gobierno o por capitales privados que busca brindar apoyo financiero a los emprendedores jóvenes, aprendices, universitarios o practicantes que tienen ideas de negocios productivos y necesitan capital para ponerlos por obra.

### **2.3.10 Impacto ambiental:**

El impacto ambiental, también conocido como impacto antrópico o impacto antropogénico, es la alteración o modificación que causa una acción humana sobre el medio ambiente. Debido a que todas las acciones del hombre repercuten de alguna manera sobre el medio ambiente, un impacto ambiental se diferencia de un simple efecto en el medio ambiente mediante una valoración que permita determinar si la acción efectuada (por ejemplo un proyecto) es capaz de cambiar la calidad ambiental y así justificar la denominación de impacto ambiental.

### **2.3.11 Impacto social:**

Se entiende como los efectos en las personas y comunidades que ocurren como resultado de una acción, actividad, proyecto, programa o política.

### ***2.3.12 Motilón Bari:***

Son un pueblo amerindio que habita en las selvas del río Catatumbo, a ambos lados de la frontera entre Colombia y Venezuela y habla barí, un idioma de la familia lingüística chibcha.

### ***2.3.13 Organigrama:***

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.

### ***2.3.14 Plan de negocios:***

Un plan de negocio es un documento formal de un conjunto de objetivos empresariales, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio.

### ***2.3.15 Patrimonio cultural:***

El patrimonio cultural es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad, mantenida hasta la actualidad y transmitida a las generaciones presentes.



### ***2.3.16 Patrimonio histórico:***

Se denomina patrimonio histórico al conjunto de bienes, tanto materiales como inmateriales, acumulados a lo largo del tiempo. Estos bienes pueden ser de tipo histórico de diversa índole, artístico (arquitectónico, escultórico, etc.) paleontológico, arqueológico, etnográfico, documental, bibliográfico, científico o técnico, así como sitios naturales o parques, que por su ecosistema o valor histórico deban ser protegidos.

### ***2.3.17 Patrimonio religioso:***

El patrimonio religioso al igual que el artístico lo abordan varios especialistas desde distintas disciplinas, ya que cuenta con diferentes temática y material. Se puede estudiar desde la arquitectura, la pintura, la escultura, lo histórico del lugar o los artefactos, de la filosofía para ver formas de ideas, la antropología para los rituales y costumbres, etc.

### ***2.3.18 Proceso de producción:***

Cadena productiva o proceso productivo es el conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico o manual.

### **2.3.19 Plan operativo:**

Un plan operativo es un documento en el cual los responsables de una organización (ya sea una empresa, una institución o una oficina gubernamental) establecen los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir.

### **2.3.20 Recurso humano:**

En la administración de empresas, se denomina recursos humanos (abreviado RR. HH.) al conjunto de los empleados o colaboradores de una organización, sector económico o de una economía completa. Frecuentemente también se utiliza para referirse al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal que la organización necesita para lograr sus objetivos.

## **2.4 Marco Teórico**

### **2.4.1 Teoría sobre las artesanías:**

Las artesanías son parte de la cultura popular, lo que se ha acentuado luego de la revolución industrial que radicalizó la diferencia entre lo que se produce en fábricas y la obra de arte individual, por la concepción en la elaboración de los objetos y por qué, con gran frecuencia, se trata de una forma de vida diferente a la establecida por los esquemas propios de una sociedad industrializada. El psiquismo superior desarrollado en el ser humano, posibilitó la transformación de los materiales del entorno en objetos destinados a satisfacer sus necesidades o a expresar belleza de acuerdo con los propósitos, con frecuencia religioso en los rituales y ceremoniales. En

estos casos hay un predominio de la mano que convierte en realidades tangibles objetos que previamente fueron concebidos en la mente. La mayor parte de la presencia humana en la tierra se satisfizo con la provisión de artefactos mediante la actividad artesanal.

Hay una oposición extrema entre la producción industrial (produce aquello que es útil) y la creación artística (crea aquello que básicamente es estético o bello). Entre estos extremos se ubica la artesanía (produce aquello que es útil y bello al mismo tiempo). Los componentes de la belleza y de la utilidad no se encuentran “dosificados” de manera equilibrada en los objetos. Así, una maceta de cerámica está más cerca de lo útil, mientras que una joya de filigrana está más cerca de lo bello. Además, al concepto de lo bello hay que incorporar la categoría de lo ornamental (Gonzales)

#### ***2.4.2 Teoría de las tres dimensiones del concepto de desarrollo sostenible:***

El paradigma ambiental exige ver al desarrollo como algo intrínseco a la propia esencia del medio ambiente. Esa visión conduce a actuar sobre cualquier esfera económica y social, desde un enfoque en el que la naturaleza y el medio ambiente se consideran como factores estratégicos del desarrollo. (Anon,2005) (Taymer Miranda, 2007)

#### ***2.4.3 Teoría sobre el marketing verde:***

Cohen (2001) afirma que la conciencia ecológica comenzó a mediados de la década de 1960 y principios de 1970 debido a la creciente preocupación por el impacto negativo de los patrones de consumo y el impacto del crecimiento económico y de la población sobre el medio

ambiente. Sin embargo, una seria preocupación hacia el marketing verde se produjo a finales de 1980, con un aumento rápido de la conciencia de los consumidores sobre la necesidad de adquirir productos ecológicos. (Monteiro, Giuliani, Cavazos-Arroyo, & Kassouf, 2015)

#### **2.4.4 Teoría de la ventaja competitiva:**

“La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, se puede afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva” (Porter, 1985)

## **2.5 Marco Legal**

### **2.5.1 Constitución política:**

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.

### ***2.5.2 El Código Sustantivo de Trabajo:***

En sus artículos 353 y 355, dispone el derecho que tienen todos los trabajadores y empleadores de asociarse libremente en defensa de sus intereses, formando asociaciones profesionales o sindicatos. Las asociaciones profesionales o sindicatos deben ajustarse en el ejercicio de sus derechos y cumplir con sus deberes estipulados en la norma, también deben estar sometidos a la inspección y la vigilancia del Gobierno en cuanto concierne al orden público.

### ***2.5.3 LEY 1014 DE 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento***

Artículo 16: Opción para trabajo de grado. Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en remplazo de los trabajos de grado.

#### **2.5.4 LEY 1014 DE 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento**

Artículo 20: Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresa desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las Cámaras facilitaran al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existentes.

#### **2.5.5 Decreto 258 de 1987, Por el cual se reglamenta la Ley 36 de 1984 y se organiza el Registro de Artesanos y de Organizaciones Gremiales de Artesanos y se dictan otras disposiciones.**

ARTÍCULO 2º Para efectos legales, se entiende por artesanía a una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico.

### 3 Capítulo 3. Diseño metodológico

#### 3.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptivo ya que se buscó conocer el grado de aceptación de diferentes productos artesanales en la ciudad de Ocaña. Para esto se realizó una encuesta encaminada a obtener información que permitió determinar el potencial de demanda de productos artesanales en la ciudad de Ocaña. Para el desarrollo del estudio técnico se realizó un cultivo piloto de la planta lagenaria siceraria bajo las condiciones ambientales de la ciudad de Ocaña, esto a fin de determinar la viabilidad de dicho cultivo que constituye la materia prima principal para elaborar las artesanías que componen el catálogo de productos de la idea de negocio.

#### 3.2 Población y muestra

##### 3.2.1 Población:

3.2.1.1 **Encuesta para conocer el grado de aceptación o potencial de demanda de productos artesanales en la ciudad de Ocaña.** La población está conformada por los habitantes de la ciudad de Ocaña que según el último censo publicado por el DANE a la fecha se estima en 111.643 habitantes.

3.2.1.2 **Cultivo piloto.** Se estudió la población de calabazas especie lagenaria mediante el desarrollo de un cultivo piloto ubicado en el casco urbano de la ciudad.

### 3.2.2 *Muestra*

3.2.2.1 **Muestra para realizar encuesta a fin de determinar el grado de aceptación de productos artesanales en la ciudad de Ocaña.** Aplicando la fórmula de poblaciones finitas donde se tiene que:

$$n = [(z)^2 * N * p * q] / [(E)^2 * (N-1) + (Z)^2 p * q]$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= población (111643)

Z= coeficiente de confianza (9 = 1.96)

p=probabilidad a favor (50% = 0.5)

q=probabilidad en contra (50% = 0.5)

e= error de estimación (5%= 0.05)

Remplazando los valores y realizando la operación se tiene que:

$$n = [(1.96)^2 (111643) (0.5)^2] / [(0.05)^2 (111643-1) + (1.96)^2 (0.5)^2]$$

$$n = 382.84$$



De la aplicación de la fórmula se puede deducir que el número de encuestas a realizar para determinar el grado de aceptación de productos artesanales en la ciudad de Ocaña es de 383

3.2.2.2 **Muestra para Cultivo piloto.** Cultivo de 6 plantas especie lagenaria siceraria tipo snakegourd.

### 3.3 **Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos**

#### 3.3.1 *Técnica utilizada para obtener la información sobre grado de aceptación de productos artesanales en Ocaña.*

La encuesta, esto debido a la necesidad de obtener información directa de los individuos que constituyen los elementos de la población. El instrumento utilizado fue el cuestionario.

#### 3.3.2 *Instrumento utilizado para registrar el proceso de crecimiento y desarrollo del cultivo piloto de calabazas bajo condiciones ambientales de la Ciudad de Ocaña.*

Cámara fotográfica y lista de cotejo.

### **3.4 Análisis de información**

La información recolectada a través de los instrumentos de recolección de datos, en este caso mediante la técnica de la encuesta serán analizados cuantitativamente tabulándolos manualmente, para esto se asignaron códigos a las preguntas realizadas y a las respuestas obtenidas con el fin de realizar el conteo y clasificar la información, así mismo los datos obtenidos serán representados mediante diagramas que permitirán una visión más amplia de los datos recolectados para posteriormente analizarlos cualitativamente y sacar las conclusiones pertinentes.

## 4 Capítulo 4. Resultados

### 4.1 Realizar un estudio de mercado para conocer el estado de oferta y demanda y conocer el perfil de potenciales clientes en la ciudad de Ocaña

#### 4.1.1 Análisis y tabulación de la encuesta

**Tabla 1**

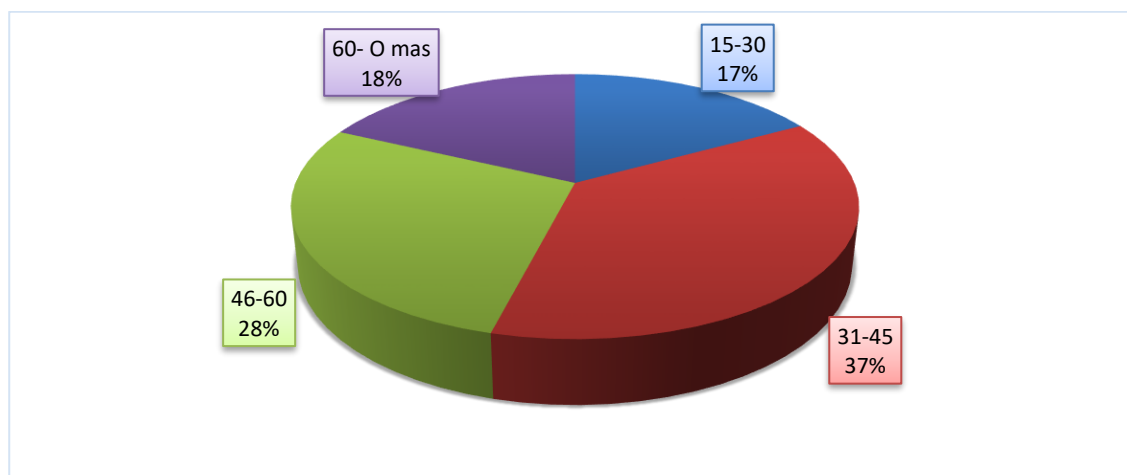
*Rango de Edad*

<i>Ítem</i>	<i>15-30</i>	<i>31-45</i>	<i>46-60</i>	<i>60 o más</i>	<i>total</i>
<i>Frecuencia</i>	<i>65</i>	<i>143</i>	<i>106</i>	<i>69</i>	<i>383</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>17%</i>	<i>37%</i>	<i>28%</i>	<i>18%</i>	<i>100%</i>

*Fuente: Autores del proyecto*

**Figura 1**

*Rango de Edad*



*Fuente: Autores del proyecto*

Del total de las personas encuestadas el 37% está dentro del rango de edad de 31 a 45 años, seguido por el 28% que está dentro de los 46 a 60 años, el 18% tiene 60 años o más y el 17% está en el rango de edad de 15 a 30 años.

**Tabla 2**

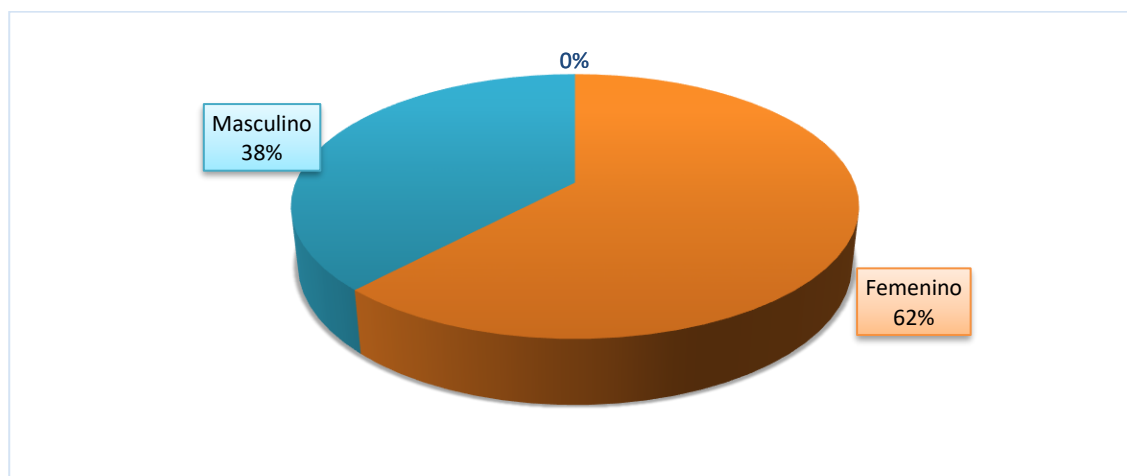
*Género*

<i>Ítem</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>	<i>Total</i>
<i>Frecuencia</i>	<i>238</i>	<i>145</i>	<i>383</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>62%</i>	<i>38%</i>	<i>100%</i>

*Fuente: Autores del proyecto*

**Figura 2**

*Sexo*



*Fuente: Autores del proyecto*

Del total de la población encuestada constituida por 383 personas el 62% pertenece al género femenino y solo el 38% al género masculino, lo cual permite identificar el sexo presente en mayor proporción del público objetivo.

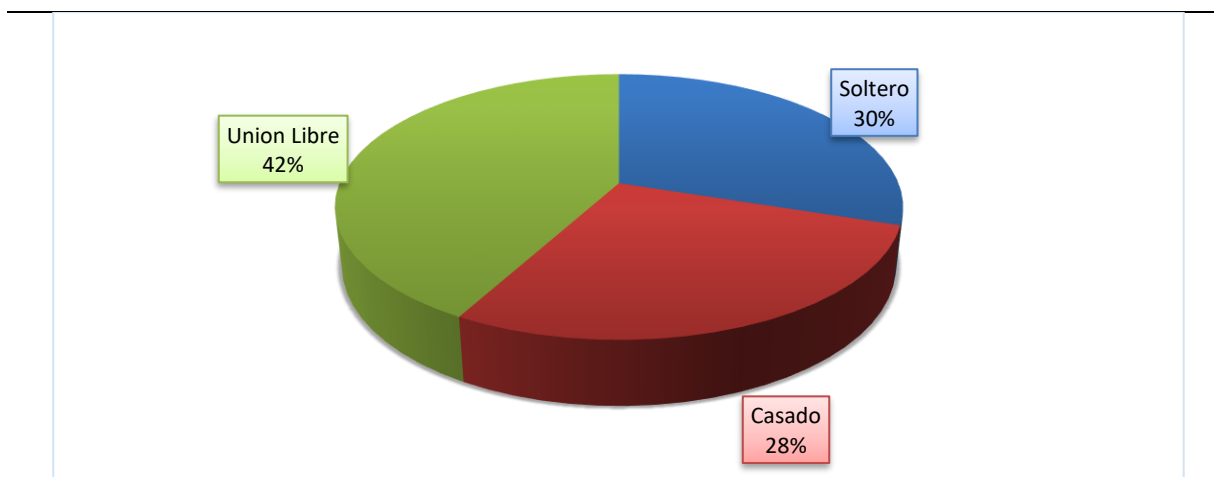
**Tabla 3**

*Estado civil*

<i>Ítem</i>	<i>Soltero</i>	<i>Casado</i>	<i>Unión libre</i>	<i>Total</i>
<i>Frecuencia</i>	<i>115</i>	<i>107</i>	<i>161</i>	<i>383</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>30%</i>	<i>28%</i>	<i>42%</i>	<i>100%</i>

**Figura 3**

*Estado civil*



*Fuente: Autores del proyecto*

Del total de las personas encuestadas, en su mayoría constituida por el 70% manifiestan que su estado civil es casado o en unión libre y el 30% son solteros. Estos datos guardan relación con la mayor proporción de encuestados que manifiestan si adquirir productos artesanales, dado que las

personas que viven o comparten sus hogares con otras personas tienden a comprar mayormente artículos para la decoración del mismo.

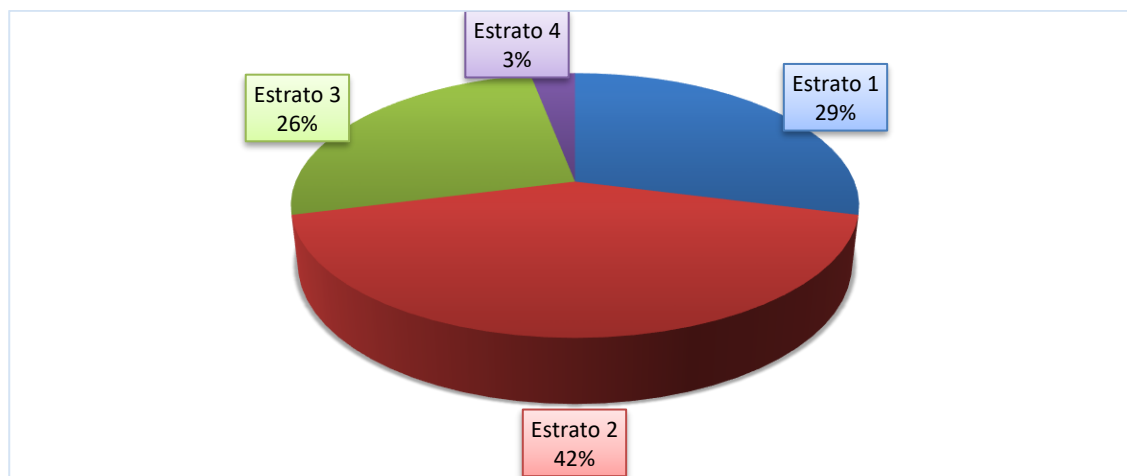
**Tabla 4**

*Estrato social*

<i>Ítem</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>Total</i>
<i>Frecuencia</i>	<i>111</i>	<i>161</i>	<i>100</i>	<i>11</i>	<i>383</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>29%</i>	<i>42%</i>	<i>26%</i>	<i>4%</i>	<i>100%</i>

**Figura 4:**

*Estrato social*

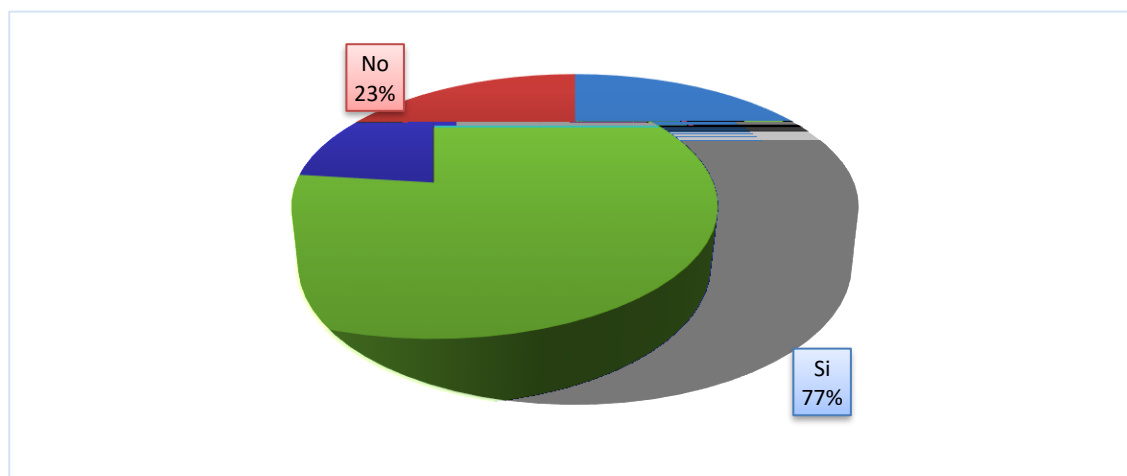


*Fuente: Autores del proyecto*

Del total de las personas encuestadas su mayoría constituida por el 42% manifestaron pertenecer al estrato social 2, el 29% expresaron pertenecer al estrato 1, el 26% al estrato 3 y solo el 3% al estrato 4, este hecho guardó relación con el precio dispuesto a pagar por las artesanías de calabaza.

**Tabla 5***Personas que compran artesanías*

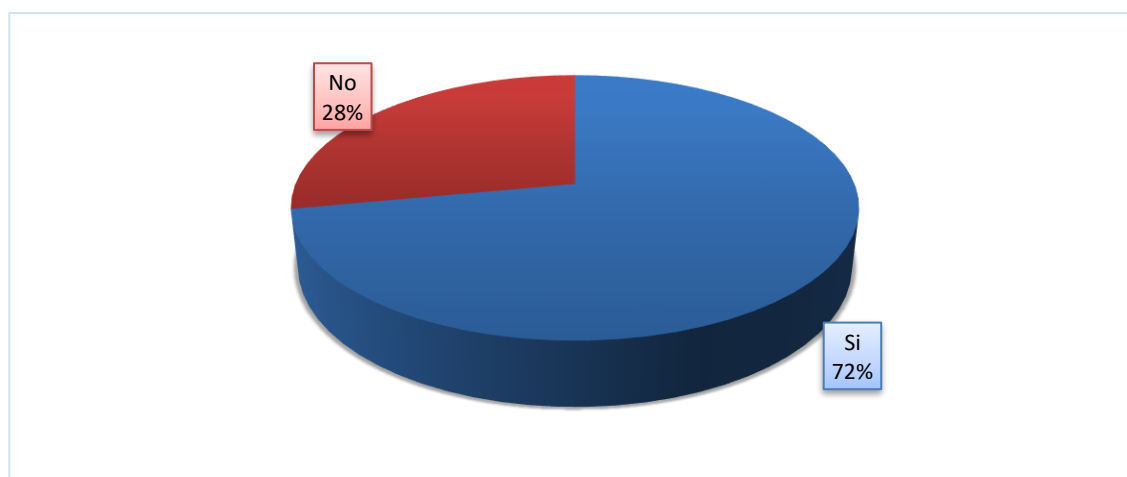
Ítem	Si	No	Total
Frecuencia	295	88	383
Porcentaje	77%	23%	100%

**Figura 5***Personas que compran artesanías**Fuente: Autores del proyecto*

Del total de la muestra, el 77% de los encuestados dijeron que, si compran productos artesanales, porque consideran que es un producto ecológico con un alto atractivo estético y decorativo; el 23% de los encuestados dijeron que no compran productos artesanales. Los principales motivos para la compra de estos productos son decoración del hogar o regalar como detalle especial, la mayor proporción de personas que si adquieren dichos productos se encuentran en un rango de edad de 31 a 60 años. Mientras que las personas que manifiestan no adquirir dichos productos son generalmente solteros menores de 30 años.

**Tabla 6***Personas que comprarían un producto artesanal elaborado en calabaza*

Ítem	Sí	No	Total
Frecuencia	299	84	383
Porcentaje	72%	28%	100%

**Figura 6***Comprarían artesanía de calabaza**Fuente: Autores del Proyecto*

Los resultados muestran que existe una disposición favorable para la adquisición de artesanías elaboradas en calabaza debido a que la mayoría de las personas encuestadas compuestas por el 72% afirmaron que si las comprarían y solo el 28% dijeron que no las comprarían.

**Tabla 7***Conocimiento de productos artesanales en calabaza*

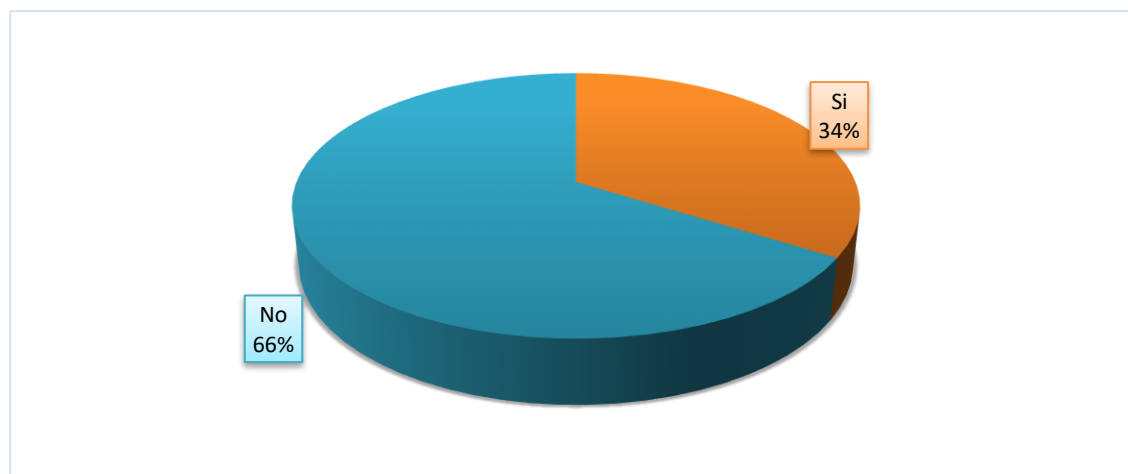
Ítem	Sí	No	Total
------	----	----	-------



Frecuencia	138	245	383
Porcentaje	36%	64%	100%

**Figura 7**

*Conocimiento de la calabaza*



*Fuente: Autores del proyecto*

Los productos elaborados en calabaza tienen un desconocimiento del 66% y solo el 34% expresó conocerlos, esto se debe a que en la región los artesanos no suelen trabajar este tipo de material. algunos encuestados manifiestan haber conocido el producto debido a migrantes venezolanos de comunidades indígenas que ofrecen recipientes de calabaza con tejidos de fique.

**Tabla 8**

*Lugar donde comprar artesanías*

<i>Ítem</i>	<i>Mercado</i>	<i>Centro C</i>	<i>Sitio</i>	<i>T. virtual</i>	<i>No sabe</i>	<i>Total</i>
			<i>turístico</i>			
<i>frecuencia</i>	<i>90</i>	<i>106</i>	<i>83</i>	<i>44</i>	<i>60</i>	<i>383</i>

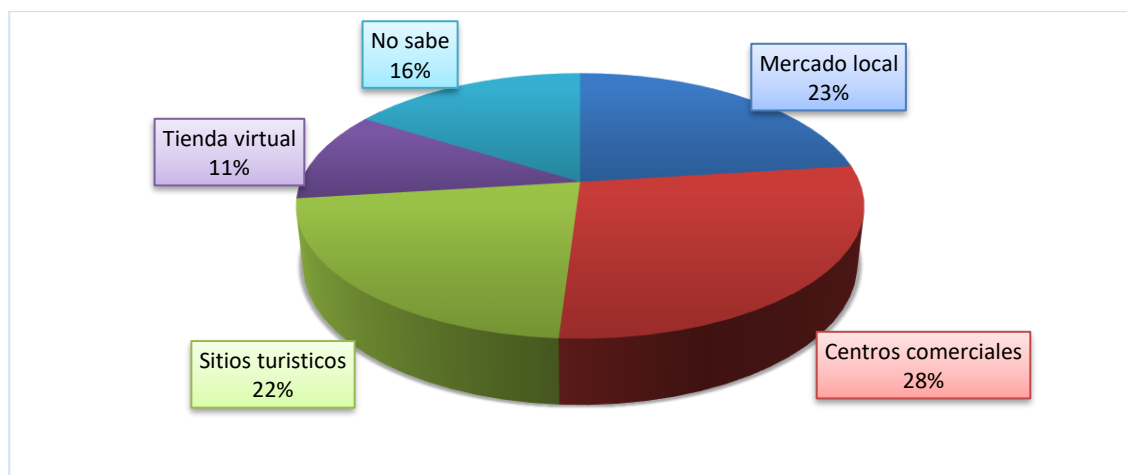
---

<i>porcentaje</i>	<b>23%</b>	<b>28%</b>	<b>22%</b>	<b>11%</b>	<b>16%</b>	<b>100%</b>
-------------------	------------	------------	------------	------------	------------	-------------

---

## Figura 8

*Lugares donde se compran artesanías*



*Fuente: Autores del proyecto*

En el anterior gráfico se puede analizar que unos de los sitios preferidos para la compra de artesanías fueron los centros comerciales con un porcentaje del 28% y el mercado local con un porcentaje del 23%, seguidos de los sitios turísticos que representaron el 22%, dado que son un importante patrimonio cultural de la ciudad, a su vez las plataformas virtuales con el 11%, aunque este último no representan un importante porcentaje de preferencia es una alternativa que refleja la necesidad de ventas electrónicas. Por otra parte, el 16% de las personas encuestadas manifestaron no saber dónde comprar artesanías.

## Tabla 9

*Preferencia de los productos elaborados en calabaza*

---

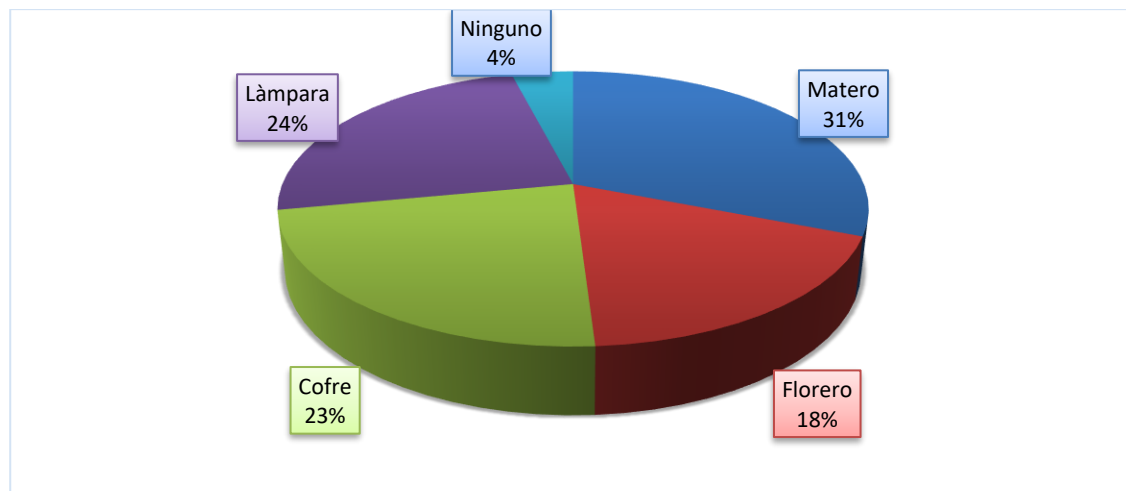
<i>Ítem</i>	<i>Matero</i>	<i>Florero</i>	<i>Cofre</i>	<i>Lámpara</i>	<i>Ninguno</i>	<i>Total</i>
-------------	---------------	----------------	--------------	----------------	----------------	--------------

---

<i>Frecuencia</i>	<i>119</i>	<i>69</i>	<i>88</i>	<i>93</i>	<i>15</i>	<i>383</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>31%</i>	<i>18%</i>	<i>23%</i>	<i>24%</i>	<i>4%</i>	<i>100%</i>

**Figura 9**

*Preferencia de productos de calabaza*



*Fuente: Autores del proyecto*

Establecer cuáles son los diseños preferidos de los productos artesanales elaborados en calabaza permite la planeación de la producción. Según los resultados arrojados por la encuesta, las preferencias están distribuidas de la siguiente manera; los materos con un 31% y las lámparas con un 24% son los productos de mayor preferencia para los encuestados, seguido de los cofres y los floreros con un 23% y 18 % respectivamente, mientras que un 4% manifestó no saber cuál producto sería de su preferencia.

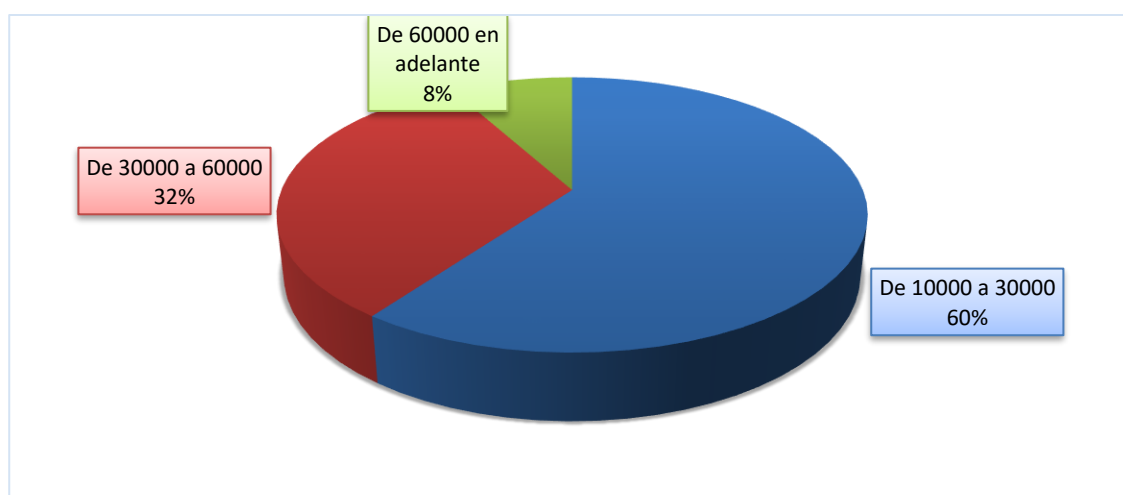
**Tabla 10**

*Precio dispuesto a pagar por un producto elaborado en calabaza*

<i>Ítem</i>	<i>De 10000 a 30000</i>	<i>De 30000 a 60000</i>	<i>De 60000 en adelante</i>	<i>Total</i>
<i>Frecuencia</i>	<i>230</i>	<i>122</i>	<i>31</i>	<i>383</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>60%</i>	<i>32%</i>	<i>8%</i>	<i>100%</i>

**Figura 10**

*Precio de artesanías*

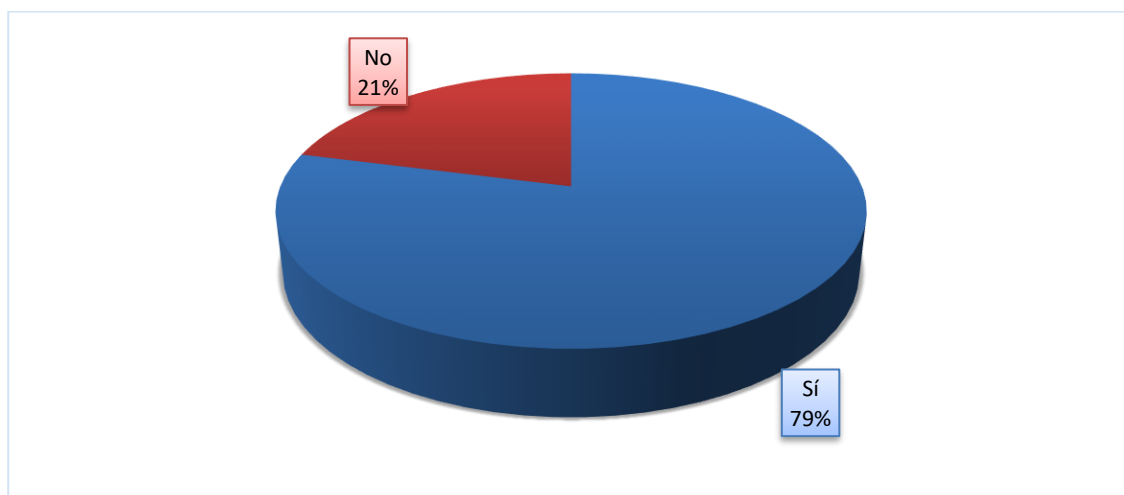


*Fuente: Autores del proyecto*

La gráfica anterior muestra que la mayor parte de la población encuestada constituida por un 60% ha adquirido artesanías por un valor que oscila entre los \$10.000 a los \$30.000 pesos, lo anterior guarda una relación de concordancia con el estrato de la mayoría de los encuestados. Igualmente, el 32% de la población encuestada ha adquiridos artículos artesanales por valores que no superan los \$60.000 pesos y el 8% de \$60.000 pesos en adelante, lo que inclina la oferta de productos hacia diseños sencillos que minimicen el costo de inversión en su elaboración y no afecten de manera drástica el precio final de venta de los productos artesanales.

**Tabla 11***Importancia de productos ecológicos*

<i>Ítem</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>Total</i>
<i>Frecuencia</i>	<b>303</b>	<b>80</b>	<b>383</b>
<i>Porcentaje</i>	<b>79%</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>

**Figura 11***Importancia productos ecológicos**Fuente: Autores del proyecto*

La crisis ambiental que atraviesa el planeta ha repercutido en un mayor grado de consciencia ambiental por parte de los consumidores; así mismo el desarrollo de las telecomunicaciones a permitido que más personas alrededor del mundo puedan presenciar fenómenos que ocurren en distintos lugares del mundo, tal es el caso de los impactos negativos en el ambiente, los cuales son divulgados en campañas ambientales por parte de organismos gubernamentales y corporaciones privadas que influyen en las decisiones de compra de los consumidores.

el 79% de los encuestados manifiesta su preferencia por productos con atributos ecológicos y solo el 21% no los prefiere porque consideran que este tipo de decisiones de compra son insignificantes frente a dicha problemática.

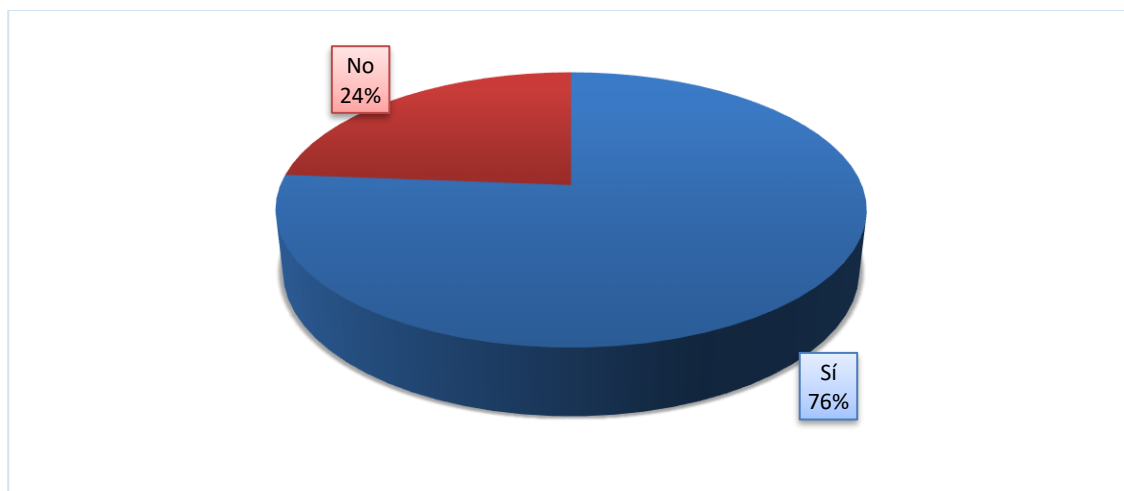
**Tabla 12**

*Preferencia por productos que resaltan la cultura y cosmovisión de la comunidad Motilón Barí*

<i>Ítem</i>	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>Total</i>
<i>Frecuencia</i>	<i>292</i>	<i>91</i>	<i>383</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>76%</i>	<i>24%</i>	<i>100%</i>

**Figura 12**

*Cosmovisión de los Barí*



*Fuente Autores del proyecto.*

Dentro de la importancia de los productos artesanales encontramos su capacidad para ser medio de manifestación de los rasgos culturales de las poblaciones, especialmente aborígenes. La

encuesta arrojó que el 76% de las personas están de acuerdo con la promoción y divulgación de la identidad de los Motilones Baríes y que la minoría compuesta por el 24% no.

#### ***4.1.2 Análisis general de la encuesta***

La aplicación de la encuesta permitió un acercamiento con las características y motivaciones de compra de los habitantes de Ocaña en relación con los productos artesanales, Así mismo hizo posible conocer los gustos y preferencias de la comunidad para crear el perfil del cliente, adicionalmente permitió establecer y diseñar las estrategias de marketing acordes al público objetivo. Además, la información permitió determinar la ruta para la planeación y organización de la producción, ya que se conoció además el grado de sensibilidad ambiental de los consumidores.

Los resultados mostraron la disponibilidad del mercado Ocañero para la comercialización de artesanías elaboradas en calabaza, aunque un importante porcentaje de encuestados no conocen el fruto de calabaza o los productos que de él se elaboran; aun así, respondieron en su mayoría que, si están dispuestos a adquirir artesanías elaboradas en calabaza ya que valoran en su mayoría los atributos ecológicos de los productos.

Teniendo en cuenta el uso de las artesanías como medio de manifestación cultural y artístico cabe resaltar la aceptación que manifestaron los encuestados por la oferta de productos que resalten la cultura y cosmovisión de la comunidad indígena Motilón Bari que habita la región del Catatumbo.

#### ***4.1.3 Sector en que se ubica el proyecto a desarrollar***

-Producción y comercialización de artesanías.

-2023 Fabricación de recipientes de madera

#### ***4.1.4 Perfil del cliente***

Personas adultas entre los 31 y 60 años, de estrato 1,2 y 3, principalmente casados y en unión libre, de sexo en su mayoría femenino , que prefieren productos ecológicos o artesanales, que resaltan la cultura de la comunidad Motilón Barí, bien sea para decoración del hogar o hacer un detalle especial , en donde la preferencia del lugar de compra es en centros comerciales, mercado y sitios turísticos, les interesan en mayor proporción productos como materas, lámparas y cofres, en su mayoría están dispuestos a pagar de \$10.000 a 30.000 pesos,

#### ***4.1.5 Localización de clientes potenciales***

Habitantes de la región de Ocaña Norte de Santander y turistas.

#### ***4.1.6 Razones de elección de clientes***

La sociedad colombiana y el mundo en general se han hecho cada vez más conscientes de los problemas medioambientales del planeta, por lo que muchas personas empiezan a optar por adquirir productos con atributos ecológicos, por lo tanto, las artesanías elaboradas en calabaza son una alternativa atractiva para este nicho de mercado; así mismo las artesanías permiten



plasmar en los productos atributos de identidad, así como expresiones artísticas que comunican historias, tradiciones y rasgos distintivos de la región. Las artesanías no siempre cumplen funciones meramente decorativas si no también funcionales.

#### ***4.1.7 Necesidades a satisfacer de clientes y consumidores***

Ofrecer productos funcionales de uso común con valor artístico agregado.

Ofrecer productos que resalten la cultura de la región

Ofrecer productos de uso común elaborados principalmente con el uso de materias primas renovables

Ofrecer productos atractivos para la decoración de espacios interiores

Ofrecer alternativas de empaque y embalaje ecológicas

#### ***4.1.8 Tendencia del mercado en que se desarrolla el proyecto***

Las artesanías por estar elaboradas principalmente con materiales naturales y nobles se han ido incrementando su uso en el diseño y decoración de interiores.

En el sector de la industria de empaques empiezan a ser notorios los esfuerzos por reemplazar paulatinamente el uso de plásticos y derivados del petróleo, las fibras vegetales empiezan a tomar protagonismo en el desarrollo de nuevas alternativas de empaque y embalaje.

El cambio climático y Los efectos negativos en el ambiente generados por los actuales patrones de consumo tal como lo es la generación excesiva de residuos no biodegradables que amenazan los ecosistemas, empiezan a generar un mayor grado de conciencia en los

consumidores, quienes cada vez dan mayor importancia a las repercusiones generadas de sus decisiones de compra.

#### ***4.1.9 Análisis de la competencia***

Actualmente no existe conocimiento de la existencia de alguna empresa u organización dedicada a la elaboración de productos en calabaza en el mercado local, la oferta en la ciudad se limita a caminantes o vendedores ambulantes pertenecientes a comunidades indígenas, generalmente provenientes del Catatumbo venezolano que venden recipientes de calabaza tapados con corcho, a dichas calabazas agregan un bordado en fique y una cuerda del mismo material que sirve como colgadera.

#### ***4.1.10 Concepto del negocio***

Razón social: La Casa del Trueno Artesanías

Empresa productora y comercializadora de productos funcionales y decorativos de tipo artesanal elaborados principalmente del fruto seco de calabaza.

#### ***4.1.11 Componente innovador***

Uso y aprovechamiento de un recurso renovable no maderable como el fruto seco de calabaza para producir artículos artesanales de uso común como lámparas, materos, floreros y cofres, además de productos para decoración de espacios externos e internos e incluida la producción de empaques secundarios de tipo artesanal.

#### 4.1.12 Descripción de los productos

**Matero colgante:** Se trata del corte de la parte superior o del pico de la calabaza que se limpia, se decora y se le añade una cuerda en la parte del hueco para obtener un matero colgante de tipo artesanal.

**Figura 13**

*Matero colgante*



**Figura 14**

*Matero colgante exterior*



*Fuente: Autores del proyecto*

**Matero de Mesa:** Se trata del corte inferior del fruto de calabaza, que se limpia, se decora y se le agrega una base elaborada con un corte en forma de anillo de una vara de bambú para dar estabilidad al producto y obtener un matero artesanal de mesa.

### **Figura 15**

*Matero de base exterior*



*Fuente: Autores del proyecto*

### **Figura 16**

*Matero de base café*



*Fuente: Autores del proyecto*

**Ilustración 17**

*Matero micro jardín*

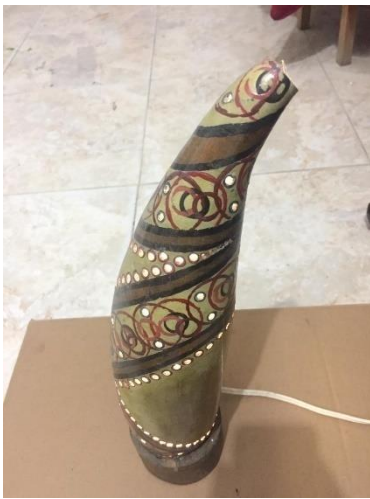


*Fuente: Autores del proyecto*

**Lámparas:** Se trata de la adaptación y decoración de un fruto de calabaza para insertar en su interior un portalámparas con su respectivo foco; se agrega el interruptor y el enchufe para obtener una lámpara artesanal de mesa.

**Figura 18**

*Lámpara de mesa*



*Fuente: Autores del Proyecto*

**Recipiente o empaque artesanal:** Se trata de la división a la altura del cuello de una calabaza para agregar un corcho a la parte superior y que sirva de sistema de cierre, estos se pueden llenar con chocolates o confetis que cuentan con un empaque primario y decorar con mensajes de dedicatoria o felicitación.

**Figura 19**

*Cofre artesano*



*Fuente: Autores del proyecto*

## **Figura 20**

*Cofre artesanal confitería*



*Fuente: Autores del proyecto*

**Empaque artesanal secundario:** Se trata de la división en la parte baja del cuello de la calabaza que se decora o personaliza para ser posteriormente unidas por una bisagra y un herraje para obtener un empaque secundario para productos principalmente del sector alimentario.

**Figura 21**

*Empaque secundario para café*



*Fuente: Autores del proyecto*

**Figura 22**

*Empaque secundario para café*



*Fuente: Autores del proyecto*



## Características de la Empresa

### Logotipo:

### Figura 23

*Logo*



*Fuente: Autores del proyecto*

### Slogan:

“Arte y Tradición”

#### **4.1.13 Descripción de la demanda**

Analizando las variables que permiten caracterizar el tipo de cliente directo medio, se puede afirmar que éste se caracteriza por ser una persona, de entre 31 y 60 años que representan el 65% de los encuestados, de nivel cultural medio, y que fundamentalmente está comprendido en los estratos 1, 2 y 3 con el 97% de participación. Estas características demográficas (sexo y edad) y socioeconómicas (estrato) ayudan a conocer mejor cuáles son las variables que influyen en el proceso de decisión de compra de los productos artesanales. Esta caracterización se

mantiene en la mayoría de los encuestados donde los consumidores son principalmente personas casadas o en unión libre que optan comprar este tipo de productos.

#### ***4.1.14 Estrategias de promoción.***

Uso de redes sociales y publicidad pagada para Facebook, Instagram, Pop-ups, banners y anuncios en páginas web.

Inscripción en plataformas de ventas virtuales como mercado libre, Amazon y Shopee.

Entrega de muestras a posibles aliados comerciales tales como; tiendas de regalos, viveros, locales en centros comerciales, otros establecimientos de comercio que oferten productos relacionados y empresas del sector alimentario que les interese usar empaques artesanales como empaque secundario; tales como comercializadoras de café, chocolate o cacao en polvo, frutos secos, confites y chocolates.

Comerciales en principales medios televisivos regionales y locales para dar a conocer la identidad de la marca.

Participación en ferias, eventos de emprendimiento y comercio con el fin de lograr más visibilidad.

#### 4.1.15 Estrategias de distribución

La empresa utilizara dos canales para la distribución de los productos.

##### *Canal Directo:*

Ventas en plataformas digitales

Ventas en instalaciones

*Canal Corto:* Productor-minorista-consumidor.

**Tabla 13**

*Estrategias de distribución*

<b>Producto</b>	<b>minorista</b>
Materos	Viveros
Recipientes y cofres artesanales	Tiendas de regalos

**4.2 Elaborar un estudio técnico administrativo para determinar los requerimientos de maquinaria, instalaciones, terrenos, procesos, puestos de trabajo, personal y elementos administrativos necesarios para el funcionamiento de la empresa**

**4.2.1 Viabilidad del cultivo bajo condiciones ambientales de la ciudad de Ocaña**

4.2.1.1 **Cultivo piloto.** El cultivo se desarrolló en un área de 60 mts cuadrados en el casco urbano de la Ciudad, las semillas se germinaron directamente en el terreno, a una distancia de 3,5 metros entre una y otra, y una distancia de 2 metros entre filas.

***Inicio de proceso de germinación***

18 de junio de 2018

***Plantas formadas***

18 de Julio del 2018

**Figura 24**

***Plantas calabaza***



***Fuente: Autores del proyecto***

***Follaje formado***

26 de septiembre de 2018

**Figura 25**

*Follaje*



*Fuente: Autores del proyecto*

***Aparición de primeros frutos***

30 de septiembre de 2018

**Figura 26**

*Aparición de frutos*



*Fuente: Autores del proyecto*

*Aparición de Primeros frutos no polinizados*

1 de octubre del 2018

**Figura 27**

*Fruto sin polinizar*



*Fuente: Autores del proyecto*

*Intervención para polinización manual artificial*

3 de noviembre del 2018

**Figura 28**

*Polinización manual*



*Fuente: Autores del proyecto*

***Formación de frutos polinizados***

9 de noviembre de 2018

**Figura 29**

*Fruto polinizado*



*Fuente: Autores del proyecto*

***Frutos formados en crecimiento***

18 de noviembre de 2018

**Figura 30**

*Frutos formados*



*Fuente: Autores del proyecto*

***Frutos formados***

29 de noviembre de 20



**Figura 31**

*Fruto formado doblado por posición*



*Fuente: Autores del proyecto*

***Secado del follaje visible***

8 de febrero de 2019

**Figura 32**

*Secado follaje*



*Fuente: Autores del proyecto*

*Cosecha de frutos e inicio de proceso de secado a la sombra*

18 de febrero de 2018

**Figura 33**

*Frutos secándose a la sombra*



*Fuente: Autores del proyecto*

*Primeros frutos secos, listos para uso artesanal*

27 de abril del 2018

**Figura 34**

*Fruto seco*



*Fuente: Autores del proyecto*

#### **4.2.1.2 Conclusión de condiciones ambientales de Ocaña para el desarrollo de cultivos de lagenaria siceraria.**

**Tabla 14**

*Conclusión de condiciones ambientales*

	Requerimientos del cultivo en sus etapas	Si	No	Observaciones
1	Propiedades del suelo aptas para el cultivo	x		El espacio disponible para el cultivo fue superado por el crecimiento del follaje. Los frutos obtenidos presentan dureza como efecto del calcio y el ph del suelo.
2	La exposición solar es propicia para el desarrollo de las plantas	x		La duración del día en Ocaña no varía considerablemente durante el año, solamente varía 36 minutos de las 12 horas en todo el año. En 2018, el día más corto es el 21 de diciembre, con 11 horas y 39 minutos de luz natural;

- el día más largo es el 21 de junio, con 12 horas y 36 minutos de luz natural. (datos obtenidos de [WeatherSpark](#))
- 3 Las precipitaciones favorecen el desarrollo del cultivo x La *mayoría de la lluvia* cae durante los 31 días centrados alrededor del *12 de octubre*, con una acumulación total promedio de *116 milímetros*.  
La fecha aproximada con *la menor cantidad de lluvia* es el *19 de enero*, con una acumulación total promedio de *20 milímetros*. (datos obtenidos de WeatherSpark)
- 4 Los períodos de cultivo favorecen el crecimiento de las plantas x Las temperaturas en Ocaña son lo suficientemente cálidas todo el año por lo que no tiene sentido hablar del periodo de cultivo en estos términos. (datos obtenidos de [WeatherSpark](#))
- 5 Es necesaria la implementación de sistemas de riego El nivel de precipitaciones en Ocaña mantiene una humedad propicia para el desarrollo del cultivo, aun así resulta ideal mantener un nivel de humedad constante para mejorar el rendimiento del cultivo y evitar que las plantas se sequen y mueran.
- 6 Se utiliza infraestructura para el desarrollo de las plantas x Se implementó la construcción de una malla elevada de alambre que sirve de guía al cultivo y mantiene los frutos fuera del contacto con el suelo evitando la aparición de hongos y deterioro de los mismos

7	Se lleva a cabo la Polinización natural	x	Si bien algunas flores resultan polinizadas, fue necesario implementar un sistema de polinización artificial para garantizar la polinización de un mayor número de flores
9	Intervención	x	Es necesario quitar el follaje en malas condiciones para evitar pérdida del rendimiento de las plantas

---

#### **4.2.2 Localización**

La empresa se creará en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander y contará con una casa taller para la producción artesanal ubicada en el barrio las ferias Ocaña. Aquí se almacenarán los frutos que se trasladen desde los cultivos, una vez transformados en productos artesanales terminados, se exhibirán en plataformas virtuales y en vitrinas mostradoras adaptadas para posibles clientes visitantes o se distribuirán a clientes canal o aliados comerciales.

#### **4.2.3 Proceso de producción**

##### **-Cultivo de calabazas:**

Desde la germinación de la semilla seleccionada hasta la obtención de los frutos secos transcurren aproximadamente 10 meses.

##### **-Cosecha y secado de frutos**

Una vez el calabazo se torna color madera o paja y el pedúnculo se encuentra seco procedemos a retirar el fruto junto al pedúnculo, se procede a colgar los frutos en un espacio libre de humedad, plagas o hongos, preferiblemente a la sombra.

**-Lavado de la superficie exterior de los frutos.**

Terminado el proceso de secado se procede al lavado exterior con cepillo de cerdas finas y jabón que contenga lavandina, con el fin de retirar residuos vegetales, hongos, bacterias o cualquier material no deseado.

**-Almacenaje de los frutos secos aislados de humedad, hongos y plagas**

Después de lavados y secados las calabazas se almacenan en un lugar seco, aislados de roedores e insectos que puedan deteriorar el estado de los mismos

**-Diseño y planeación del prototipo a desarrollar**

Según las dimensiones y forma del fruto se procede a definir el tipo de artesanía a ejecutar.

**-Corte o perforación para extracción de pulpa y semilla**

Una vez definido el prototipo de artesanía procedemos a realizar un corte o perforación según el diseño para extraer las semillas y residuos orgánicos del interior del calabazo.

**-Decoración del calabazo y definición de la técnica artística (pirograbado, pintado, perforación y barnizado)**

Se procede al embellecimiento del calabazo mediante la técnica definida.

**-Instalación de accesorios complementarios (bases, colgaderas, bisagras, bombillas, cables, switches, vinilos impresos, accesorios de bisutería, resina, semillas)**

Se adhieren las piezas complementarias al calabazo para obtener el producto artesanal terminado.

#### **-Prueba de funcionalidad**

Se verifica el funcionamiento del prototipo y se hacen los ajustes de ser requeridos

#### **-Empacado embalaje de producto terminado**

Se garantiza la protección del producto para su distribución comercial.

### **4.2.4 Requerimientos de infraestructura, maquinaria, muebles y equipo**

#### ***4.2.4.1 Infraestructura***

***4.2.4.1.1 Requerimientos para el desarrollo del cultivo.*** Terrenos aptos para el desarrollo de cultivos de Calabaza, principalmente terrenos que no permitan encharcamientos.

-Estacas o espalderas para el trepado y desarrollo de la planta.

-Maya o red para alejar los frutos de la humedad del suelo.

-Sistema de riego

-Fertilizantes

-Herramientas de agricultura y horticultura

#### ***4.2.4.1.2 Requerimientos para manufactura de productos artesanales.***

Instalaciones o casa taller

#### 4.2.4.2 -Requerimientos de maquinaria

**Tabla 15**

*Requerimientos de maquinaria*

<b>Concepto</b>	<b>cantidad</b>
Pulidora multifuncional	1
Sierra eléctrica	1
Motor tool	3
Compresor	2
Pirograbador	2
Aerógrafo	2
Computador apto para ejecución de programas de diseño	1
Impresora multifuncional	1
Herramientas y utensilios de carpintería	3
Mesas de acero	4
Dotación de elementos de protección personal	1

#### 4.2.4.3 Requerimientos de mueble y equipo

**Tabla 16**

*Requerimientos de mueble y equipo*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>
Escritorio	2



Computador	1
Smartphone	2
Silletería	1
Botiquín	1
Camilla	1
Extintor	3
Señalética	1

---

#### 4.2.5 *Cargos requeridos primer año de operación*

**Tabla 17**

*Cargos requeridos primer año de operación*

<b>Area</b>	<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>
Gerencia	Gerente	1
Financiera	Contador	1
Planeación y diseño	Diseñador industrial	1
Producción	Artesanos	2

#### 4.2.6 *Estudio administrativo*

**Misión:**

Promover el arte y la cultura, generando cadenas de valor socialmente responsables y ambientalmente sostenibles.

**Visión:**

Para el año 2032, liderar el fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal, contribuyendo al desarrollo local y regional, siendo reconocida principalmente por su alto grado de responsabilidad social y ambiental.

**Valores:*****Honestidad***

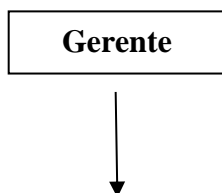
La casa del trueno velará por la retribución justa y transparente de los actores externos e internos que operan en la empresa.

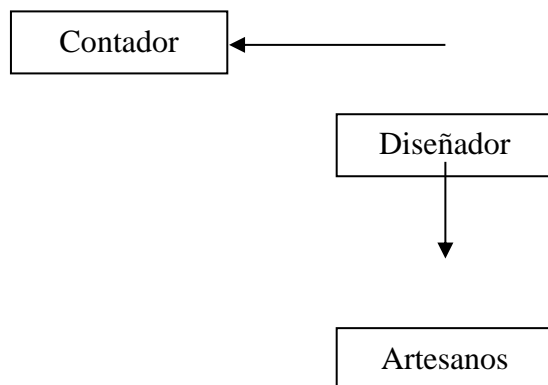
***Respeto:***

La casa del trueno se esforzará no solo por el respeto hacia todos los grupos de interés, sino además por el ambiente y la sociedad.

***Responsabilidad:***

La casa del trueno se esforzará por prevenir y compensar cualquier vulneración a los derechos de los actores internos y externos involucrados en su operatividad.

**4.2.7 Organigrama****Figura 35*****Organigrama***



#### 4.2.8 *Manual de funciones*

**Tabla 18**

*Manual de funciones*

MANUAL DE FUNCIONES
NOMBRE DEL CARGO: Gerente
JEFE INMEDIATO:
NUMERO DE PERSONAS: 1
FUNCIONES:
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planear las metas y estrategias para su cumplimiento</li> <li>2. Organizar y asignar eficientemente los recursos</li> <li>3. Dirigir y sincronizar los esfuerzos del recurso humano</li> <li>4. Generar estrategias de comunicación asertiva</li> <li>5. Controlar la ejecución de los planes y establecer las medidas correctivas</li> </ol>
REQUISITOS:
ESTUDIOS: Postgrado en ciencias económicas y administrativas

---

MANUAL DE FUNCIONES

---

NOMBRE DEL CARGO: Contador

---

JEFE INMEDIATO: Gerente

---

NUMERO DE PERSONAS: 1

---

FUNCIONES:

1. Establecer procedimientos para la recolección de la información financiera
  2. Realizar los estados financieros
  3. Vigilar el cumplimiento de las obligaciones fiscales
  4. Diseñar estrategias para la correcta asignación de recursos
  5. Evaluar el desempeño de sus subordinados
- 

REQUISITOS:

ESTUDIOS: Pregrado en ciencias contables

---

---

MANUAL DE FUNCIONES

---

NOMBRE DEL CARGO: Diseñador industrial

---

JEFE INMEDIATO: Gerente

---

NUMERO DE PERSONAS: 1

---

FUNCIONES:

1. Organizar el circuito productivo.
  2. Diseñar el programa de mantenimiento de maquinaria y equipo.
  3. Planear, avalar y sugerir los estilos y diseños del catálogo de productos.
  4. Controlar el almacén de herramientas y materias primas.
- 

REQUISITOS:

---

ESTUDIOS: Postgrado en diseño o ingeniería industrial

---

---

MANUAL DE FUNCIONES

---

NOMBRE DEL CARGO: Artesano

---

JEFE INMEDIATO: Diseñador industrial

---

NUMERO DE PERSONAS: 2

---

FUNCIONES:

1. Almacenar ordenadamente la materia prima
  2. Realizar la limpieza externa e interna de las calabazas
  3. Diseñar y ejecutar los diseños artesanales avalados por el jefe inmediato
- 

REQUISITOS:

ESTUDIOS:

#### ***4.2.9 Requisitos Legales***

Certificado de uso de suelo

Concepto o licencia ambiental

Certificado de seguridad

Concepto sanitario

Impuesto de industria y comercio

**4.3 Efectuar un estudio financiero para estimar el monto de inversión inicial y proyectar los flujos de ingresos y egresos.**

**4.3.1 Requerimientos de inversión**

**4.3.1.1 Requerimientos de maquinaria y equipo.**

**Tabla 19**

*Requerimientos de maquinaria y equipo*

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Mini pulidora multifuncional	3	226.000	678000
2	Sierra eléctrica	1	800.000	800.000
3	Motor tool	3	260.000	780.000
4	Pirograbador	3	927.000	2.781.000
5	Aerógrafo	3	350.000	1.050.000
6	Computador apto para ejecución de programas de diseño	1	3.600.000	3.600.000
7	Impresora y cortadora multifuncional	1	1.600.000	1.600.000
8	Herramientas y utensilios de carpintería	3	265.000	795.000
9	Mesas de trabajo	3	1.000.000	3.000.000
10	Dotación de elementos de protección personal	5	420.000	1.260.000

Total	16.340.000
-------	------------

---

#### 4.3.1.2 Requerimientos de mueble y equipo

**Tabla 20**

*Requerimientos de mueble y equipo*

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Escritorio con silla ergonómica	1.600.000	3.200.000
2	Smartphone	500.000	1.000.000
1	Juego de muebles	1.050.000	1.050.000
1	Botiquín	300.000	300.000
1	Camilla	1.000.000	1.000.000
2	Extintor	785.000	1.570.000
1	Paquete Señalética	400.000	400.000
Total			8.520.000

---

#### 4.3.1.3 Gastos de personal

**Tabla 21**

*Gastos de personal*

Cargo	Cantidad	Salario básico mensual	Valor anual
-------	----------	---------------------------	-------------

---

Gerente	1	2.000.000	24.000.000
Diseñador	1	1.400.000	16.800.000
Contador	1	1.400.000	16.800.000
Artesanos	2	2.000.000	48.000.000
Total			144.000.000

#### 4.3.1.4 Prestaciones y gastos de personal

**Tabla 22**

*Prestaciones y gastos de personal*

Años	1	2	3	4	5
Ítem					
Sueldo	81.600.000	85.680.000	89.760.000	93.840.000	97.920.000
Aux.de	7.030.320	7.381.836	7.733.352	8.084.868	8.436.384
transporte					
Prima	6.797.280	7.197.114	7.476.978	7.816.842	8.156.706
Cesantías	6.797.280	7.197.114	7.476.978	7.816.842	8.156.706
Int/Ces	9.792.000	10.281.600	10.771.200	11.260.800	11.750.400
Vacaciones	3.835.200	4026960	4.218.720	4.410.480	4.602.240
Parafiscales	7.344.000	7711200	8.078.400	8.445.600	8.812.800
Salud	6.936.000	7282800	7.629.600	7.976.400	8.323.200
Pensión	9.792.000	10281600	10.771.200	11.260.800	11.750.400
A.R.L	425.952	447249	468.546	489.843	551.140



Total	140.350.032	147.367.533	154.385.034	161.402.535	168.420.036
-------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

---

#### 4.3.1.5 Proyección de Gastos totales de personal

**Tabla 23**

*Proyección de Gastos totales de personal*

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
Personal con contrato indefinido	140.350.032	147.367.533	154.385.034	161402535	168.420.036
Total	140.350.032	147.367.533	154.385.034	161402535	168.420.036

---

#### 4.3.1.6 Otros gastos de funcionamiento

**Tabla 24**

*Otros gastos de funcionamiento*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Mantenimiento y reparaciones	350.000	4.200.000
Gastos de promoción	350.000	4.200.000
Servicio de agua	120.000	1.440.000
Energía eléctrica	320.000	3.840.000
Internet y telefonía	100.000	1.200.000

Arriendo	450.000	5.400.000
<b>Total gastos fijos</b>	<b>1.690.000</b>	<b>20.280.000</b>
Útiles de aseo	250.000	3.000.000
<b>Total gastos variables</b>	<b>250.000</b>	<b>3.000.000</b>
<b>Total gastos de funcionamiento</b>	<b>1.940.000</b>	<b>23.280.000</b>

---

#### 4.3.1.7 Total, Gastos

**Tabla 25**

*Total, Gastos.*

ITEM	1	2	3	4	5
Total, Gastos	140.350.032	147.367.533	154.385.034	161402535	168.420.036
de Personal					
Total, Fijos de	20.280.000	21.294.000	22.308.000	23.322.000	24.336.000
Funcionamiento					
Total, Gastos	160.630.032	168.661.533	176.693.034	184.724.535	192.756.036
Fijos					
Gastos	3.000.000	3.150.000	3.300.000	3.450.000	3.600.000
Variables de					
funcionamiento					
<b>Total</b>	<b>163.630.032</b>	<b>171.811.533</b>	<b>179.993.034</b>	<b>188.174.535</b>	<b>196.356.036</b>

---

### 4.3.1.8 Estructura de costos Variables

**Tabla 26**

*Estructura de costos Variables Lámparas*

Materiales	Costo Unitario	Costo* 6.807
		Unidades
Calabaza	2000	13.614.000
Corte de madera	4000	27.228.000
Barniz	400	2.722.800
Pintura	400	2.722.800
Bombilla	4000	27.228.000
Interruptor	3000	20.421.000
Enchufe	1000	6.807.000
Cable	500	3.403.500
Costo Total		81.003.300
Costo Total Unitario		11.900

**Tabla 27**

*Estructura de costos Variables Cofres*

Materiales	Costo Unitario	Costo* 6.909
		Unidades
Calabaza	2000	13.818.000
Base de guadua	225	1.554.525
Barniz	400	2.763.600
Pintura	400	2.763.600
Bisagra	3000	20.727.000
Cerrojo para cofres	2000	13.818.000
Costo Total		59.681.125
Costo Total Unitario		8.638

**Tabla 28***Estructura de costos Variables Materos*

Materiales	Costo Unitario	Costo* 8.908
		Unidades
Calabaza	1000	8.908.000
Base de guadua	225	2.004.300
Barniz	400	3.563.200
Costo Total		14.475.500
Costo materia prima		1.625
Total		

**Tabla 29***Estructura de costos Floreros.*

Material	Costo Unitario	Costo* 5.172 Unidades
Calabaza	2000	10.344.000
Base de guadua	225	1.163.700
Barníz	400	2.068.800
Pintura	400	2.068.800
Costo total		15.645.300
Costo total unitario		3.025

**4.3.1.9 Costo unitario total****Tabla 30***Costo unitario total*

Ítem	Costo unitario	Gasto unitario	Costo y Gasto total
Matero	1.625	\$5.868	7.493
Florero	3.025	\$5.868	8.893
Cofre	8.638	\$5.868	14.506
Lámpara	11.900	\$5.868	17.768

**4.3.1.9.1 Porcentaje de utilidad y precio de venta**

**Tabla 31***Porcentaje de utilidad y precio de venta*

Ítem	Total, costo y gasto	Porcentaje de utilidad	Precio de venta	Margen de utilidad
Matero	7.493	50.04%	15.000	7.507
Florero	8.893	55.5%	20.000	11.107
Cofre	14.506	58.5%	35.000	20.494
Lámpara	17.768	60.5%	45.000	27.232

Para hallar los ingresos, la empresa dependerá de los mismos que sean percibidos por concepto de la venta de sus productos.

Mediante el estudio de mercados realizado, se obtuvo que, de los participantes que fueron encuestados, el 78% se encuentran en disposición de adquirir productos artesanales de calabaza, distribuidos de la siguiente manera: Materos, florero, cofre, lámpara; todos por unidad, lo que representa 87.081 del total de la población.

Analizando la proyección de la demanda y siendo objetivas las consideraciones, se estipulará para el primera año el 33% de la personas que están dispuestos a adquirir el producto; lo que representará un total de 8.908 para los materos, 5.172 para los floreros, 6.609 para los cofres y 6.897 para las lámparas, por los cuales estarían dispuestos a cancelar un valor de

10.000\$, 15.000\$, 20.000\$ y 40.000\$ respectivamente, el precio se estipulo según los costos de producción de cada uno de los productos y por ser el de mayor acogida.

**Tabla 33**

*Total ventas*

Descripción	Cantidad	Vr/Producto	Vr/total anual
Materos	8.908	15.000	133.620.000
Florero	5.172	20.000	103.440.000
Cofre	6.909	35.000	241.815.000
Lámpara	6.897	45.000	310.365.000
Total	27.886		789.240.000

**Proyección de ventas totales**

Años	1	2	3	4	5
Ítems					
ventas	789.240.000	828.702.000	870.137.100	913.643.955	959.326.152

**4.3.1.10 Depreciaciones.** La depreciación se hará con el sistema de línea recta que consiste en tomar el valor del bien frente a su vida útil, que, para maquinaria, muebles y equipos, es de diez (10) años y para el equipo de cómputo cinco (5) años.

**Tabla 34***Depreciaciones maquinaria, mueble y equipo*

Años	0	1	2	3	4	5
Equipo de oficina	5.850.000					
Depreciación	0	585.000	585.000	585.000	585.000	585.000
Equipo de comunicación y computación	4.600.000					
Depreciación	0	920.000	920.000	920.000	920.000	920.000
Maquinaria y equipo	12.144.000	1.214.400	1.214.400	1.214.400	1.214.400	1.214.400
Depreciación	0	2.719.400	2.719.400	2.719.400	2.719.400	2.719.400
Total	22.594.000					
Depreciación						

4.3.1.11 **Capital de trabajo.** Capital de Trabajo (C.T.) = Gastos totales (año 1) x 4 meses / 12 meses

$$C.T. = 163.630.032 \times 4$$

12

$$C.T. = \$54.543.344$$



Mediante estos datos, resulta pertinente tener en Bancos como respaldo para la puesta en marcha del negocio un total de \$ 54.543.344.

#### 4.3.1.12 Balance general

##### Tabla 35

##### *Balance general*

**BALANCE GENERAL INICIAL  
LA CASA DE TRUENO ARTESANÍAS**

---

ACTIVO		
ACTIVO FIJO		
BANCOS	\$54.543.344.	
Mueble y equipo	\$8.520.000	
Maquinaria y equipo	\$16.340.000	
TOTAL ACTIVO FIJO		\$79.403.344
TOTAL ACTIVOS		
PASIVO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aportes sociales		
TOTAL PATRIMONIO		\$79.403.344

TOTAL PASIVO MÁS

\$79.403.344

PATRIMONIO

**4.3.1.13 Estado de resultados****Tabla 36***Estado de resultados proyectado*

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	789.240.000	828.702.000	870.137.100	913.643.955	959.326.153
-Costos	170.804.925	179.345.171	188.312.429	197.728.050	207.614.452
-Gastos	163.630.032	171.811.533	180.402.109	189.422.214	198.893.324
Utilidad Bruta	454.805.043	477.545.296	501.422.560	526.493.688	552.818.372
Depreciación	2.719.400	2.719.400	2.719.400	2.719.400	2.719.400
Utilidad AI	452.085.643	474.825.896	498.703.160	523.774.288	550.098.972
Impuestos. 35%	158.229.975	166.141.473	174.448.546	183.170.973	192.329.521
Util. D Imptos.	293.855.668	308.548.451	323.975.873	340.174.666	357.183.399
Reserva legal	29.385.566	30.854.845	32.397.587	34.07.466	357.183.39
10%					
Util. Neta	264.470.102	277.693.606	291.578.286	306.157.200	321.465060

#### **4.4 Evaluar el impacto social y ambiental derivado del funcionamiento de la empresa en formación.**

4.4.1.1 **Impacto Social.** La puesta en marcha de la idea de negocio además de generar desarrollo económico y empleo en la región, busca a través de un modelo de negocio verde e inclusivo integrar en su cadena de generación de valor actores de sectores vulnerables como campesinos y artesanos. Para la producción de la calabaza se plantean alianzas con agricultores que posean disponibilidad de tierras, se les proveerá las semillas y se darán las instrucciones para el desarrollo adecuado del cultivo, la producción será comprada directamente a precios justos y razonables, esto genera la posibilidad de aumentar los ingresos y calidad de vida a familias campesinas de la zona.

La actividad artesanal en Colombia se caracteriza por sus dificultades para el comercio a precios justos y dignos, en su mayoría los artesanos no se cuentan formalizados o registrados en bases oficiales del estado, por lo que vincular personas de este sector aporta a la búsqueda de equidad social con oportunidades directas para actores económicos rezagados.

Dentro de las bondades de la actividad artesanal resalta su capacidad para la promoción y divulgación de historias y rasgos culturales del contexto en que se desarrollan, en el caso puntual de la región, apostar por la promoción de la cultura y cosmovisión del pueblo Bari. La casa del Trueno Artesanías tiene como objeto la oferta de productos inspirados en el patrimonio cultural de Ocaña, así como también del patrimonio ambiental y ancestral de la región del Catatumbo, hecho que apuesta por la promoción de rasgos positivos que a su vez ayuden a contrarrestar la imagen negativa generada por la estigmatización de la zona y sus dificultades sociales y de orden público.

#### 4.4.1.2 Impacto ambiental

Los desechos generados por el uso de recipientes, envases y embalajes fabricados a partir de plástico y sus derivados, terminan acumulados en bosques, vertederos y otros ecosistemas que se ven afectados por la resistencia que tienen dichos materiales a la descomposición, dañando especies animales que se alimentan con los desechos o quedan atrapadas en ellos. Esto impacta directamente en la degradación de la fauna y flora; a la vez que se compromete la calidad de los recursos naturales necesarios para la supervivencia humana.

Teniendo en cuenta los problemas socioambientales de la región del Catatumbo, la creación de dicho proyecto podría significar una importante alternativa para el uso y aprovechamiento del suelo en la generación de cadenas de valor que replacen o sustituyan los cultivos ilícitos característicos de la zona.

Si bien la materia prima principal para la producción de artesanías (en este caso la calabaza) se trata de un recurso renovable no maderable, también se usan accesorios eléctricos y pinturas que al ser desechados de manera incorrecta pueden resultar tóxicos para fuentes hídricas y ecosistemas.

La apuesta ecológica de la elaboración de artesanías, con base en el fruto de la lagenaria siceraria, se convierte en una apuesta sostenible y sustentable para todo tipo de compradores.

## 5. Conclusiones

De acuerdo al estudio de mercado que se realizó se puede concluir que, así como existe un importante número de personas que no tienen conocimiento de productos elaborados en calabaza, exactamente el 66%, también existe un importante potencial del 77% que compran artesanías y un 78% que estarían dispuestos a comprar productos artesanales elaborados en calabaza.

Los resultados demuestran que no existe un sitio o tienda específica donde se adquieran productos artesanales por parte de la comunidad ocañera, lo que nos sugiere el uso no solo de canales directos de venta si no que se deben hacer importantes esfuerzos por generar alianzas a través de canales cortos que permitan exhibir los productos en diferentes puntos estratégicos de la ciudad.

De acuerdo al estudio técnico administrativo se pudo establecer que el proyecto cumplió con los requerimientos de maquinaria, instalaciones, localización, terrenos aptos para el cultivo, factibilidad de los procesos, personal y puestos de trabajo necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

El desarrollo del cultivo permitió evidenciar de primera mano la viabilidad de las condiciones ambientales de Ocaña para el desarrollo de cultivos de calabaza.

Respecto a la capacidad adquisitiva de los clientes potenciales los datos sugieren enfocar los esfuerzos productivos hacia productos que conservando su calidad y estética artesanal no

consuman o demanden altas cantidades de tiempo y esfuerzo en los diseños artísticos, de tal modo que no se impacte de manera drástica el precio final de los productos artesanales.

En relación al estudio financiero realizado se pudo estimar el valor necesario para la inversión inicial y hacer proyecciones de ingresos y egresos haciendo posible proyectar la generación de la utilidad neta anual de \$264.470.102. Lo anterior denota que este proyecto tiene la capacidad de suplir los costos y gastos necesarios para su creación y crecimiento, superando su punto de equilibrio y demostrando así su viabilidad financiera. Así mismo las condiciones ambientales de la ciudad permiten el desarrollo de este cultivo, generando una alternativa para el uso y aprovechamiento del suelo que generen cadenas de valor que aportan al desarrollo regional y local.

Se puede concluir que la mayoría de las materias primas para la fabricación de los productos son renovables, se debe tener en cuenta que también tienen otros materiales que son de origen industrial que hace necesario se disponga de estas de manera adecuada con el fin de mitigar su impacto ambiental.

La materialización de dicha empresa sería un impulso económico y cultural que permite la generación de empleo e ingresos para sectores vulnerables o rezagados como campesinos y artesanos de la región, de esta manera se puede lograr impactar socialmente de manera positiva.

## **6. Recomendaciones**

Si bien se presenta un enfoque bastante amplio en la fabricación de productos artesanales es importante mantener una canalización de esfuerzos en el desarrollo de productos que brinden soluciones al sector del empaque y embalaje, igualmente se debería mantener un enfoque en la no utilización de productos derivados del petróleo como tintes y pinturas para su decoración.

Es necesario el uso de estrategias de marketing verde que permitan comunicar los atributos ambientales de los productos, fomentando prácticas de consumo responsable y apostando por una mayor concientización de los efectos derivados de las decisiones de compra por parte de los consumidores.

Resulta importante la ejecución de planes y acciones en cuanto a la aplicación de un sistema de gestión ambiental que refleje una lógica entre la imagen proyectada y el actuar de la empresa.

## Referencias

- Aacademia de historia de Ocaña. (s.f.). Pueblo primitivos. *Hacaritama*.
- Arevalo y Pacheco, 2. (2011). Carecterizacion de la actividad economica empresarial en la ciudad de Ocaña. Ocaña, Colombia.
- artesanias de Colombia. (23 de junio de 1997). *diagnostico de Ocaña*. Obtenido de <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/4289/1/INST-D%201997.%208.pdf>
- Centro de Innovación Tecnológica artesanal sipan, ministerio de comercio exterior y turismo de Peru. (s.f.). Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/22\\_L%C3%ADnea\\_artesanal\\_de\\_mates\\_burilados\\_2012\\_.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/22_L%C3%ADnea_artesanal_de_mates_burilados_2012_.pdf)
- Centro de Innovación Tecnológica Turístico - Artesanal Sipán. (2012). LINEA ARTESASNAL DE MATES BURILADOS TECNOLOGOA E INNOVACION. LAMBAYEQUE, PERU.
- Centro Nacional de Memoria Historica. (2018). *Catatumbo Memorias de vida y dignidad*. Bogota: Panamericana Formas e Impresos s.a.
- CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL. (10 de JULIO de 2018). POLÍTICA DE CRECIMIENTO VERDE . BOGOTA, CUNDINAMARCA, COLOMBIA.
- Fondo Emprender SENA. (s.f.). *fondoemprender.com*. Obtenido de <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Que%20es%20FondoEmprender.aspx>
- García, L. E. (s.f.). *vive Ocaña Tierra que amaña*. Obtenido de <https://viveocana.com/pueblos-primitivos/>



- Garcia, M. J. (1993). *el departamento caro filosofia politica y economica para el sur del cesar, sur de bolivar y provincia de Ocaña*. Soluciones Editoriales Ltda.
- Garcia, M. J. (1993). *El Departamento Caro filosofia politica y economica para el sur del cesar, sur de bolivar y provincia de Ocaña* (Vol. 9). (E. mapache, Ed.) Ocaña, Ocaña, Colombia: Soluciones editoriales Ltda.
- Gonzales, C. M. (s.f.). *Artesania, lo util y lo bello*. Obtenido de [file:///C:/Users/Breidis/Downloads/Artesanias\\_lo\\_util\\_y\\_lo\\_Bello%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Breidis/Downloads/Artesanias_lo_util_y_lo_Bello%20(1).pdf)
- Monteiro, T. A., Giuliani, A. C., Cavazos-Arroyo, J., & Kassouf. (2015). MEZCLA DEL MARKETING VERDE: UNA PERSPECTIVA TEÓRICA. *Cuadernos De Cimbage*.
- Navarro-Hoyos, S. (s.f.). *LA ARTESANÍA COMO INDUSTRIA CULTURAL: DESAFÍOS Y*. Obtenido de <https://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3519.pdf>
- niño, J. A. (01 de 06 de 1971). *repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/*. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/445/5/INST-D%201971.%205.pdf>
- ONU. (s.f.). *WWW.UNDP.ORG*. Obtenido de [https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wp-content/uploads/sites/3/2016/10/12\\_Spanish\\_Why\\_it\\_Matters.pdf](https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/wp-content/uploads/sites/3/2016/10/12_Spanish_Why_it_Matters.pdf)
- Porter, M. (1985). La ventaja competitiva.
- Prieto, M. P. (14 de 05 de 2007). *artesanias de manizales*. Obtenido de <http://artesantiasdemanizales.blogspot.com/2007/05/historia-de-la-artesana-colombiana.html#:~:text=Despu%C3%A9s%20de%20la%20independencia%20de,figurativo%20y%20bajo%20su%20representabilidad>.

Prieto, M. P. (s.f.). *artesanias de manizales*. Obtenido de

<http://artesaniasdemanizales.blogspot.com/2007/05/historia-de-la-artesana-colombiana.html#:~:text=Despu%C3%A9s%20de%20la%20independencia%20de,figura%20y%20bajo%20su%20representabilidad>.

Taymer Miranda, A. S. (2007). El Desarrollo sostenible. Perspectivas y enfoques. *scielo*.

UNESCO. (2017). Obtenido de

<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>