

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ASOCIATIVA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANÍAS EN MADERA DE
DISEÑO NATURAL EN EL MUNICIPIO DE PALMAS DEL SOCORRO
SANTANDER COLOMBIA**

**YANETH CALDERÓN LOZADA
SARA INÉS PINTO BARRERA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
SOCORRO
2008**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ASOCIATIVA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANÍAS EN MADERA DE
DISEÑO NATURAL EN EL MUNICIPIO DE PALMAS DEL SOCORRO
SANTANDER COLOMBIA**

**YANETH CALDERÓN LOZADA
SARA INÉS PINTO BARRERA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director
GERARDO ALBERTO NORATO HERNÁNDEZ
Profesional en Gestión Empresarial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
SOCORRO
2008**

A mis padres, a mis hijos, motor y alma en la ejecución de este proyecto, a todos los demás miembros de mi familia por su paciencia en todos los altibajos que hubo a lo largo de este camino.

YANETH

A Dios, por ser mi guía espiritual y amigo incondicional, proveedor de fuerza y valor para seguir sin desfallecer, a los mas grandes amigos espirituales, morales y sentimentales que tengo como son mis padres, mi esposo y mi hijo, que son los dueños de mis triunfos y sacrificios obtenidos con el transcurrir de los años. Y a todos aquellos anónimos nacidos y por nacer, que siempre me acompañan y estarán presentes en la realización de mis metas y la ejecución de "Mi proyecto de vida".

SARA

AGRADECIMIENTOS

Los mejores compañeros del hombre, en el largo proceso cuando enfrenta a la vida, son sus logros, triunfos y éxitos alcanzados.

Nunca podrá el conformismo ser el pilón de trabajo en este proceso, pero será, la satisfacción por: el deber cumplido y la meta alcanzada, el alimento que permita seguir adelante en la busca de más y mejores obras.

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

La Universidad Industrial de Santander, Institución de la cual nos enorgullece ser sus egresadas, a su personal docente y administrativo.

Al Profesor Gerardo Noratto, Director de la investigación, por su constante apoyo y motivación.

A los artesanos Javier, Mercedes, Nohra, María Ramos y Flor Alba, demás amigos, asesora externa, compañeros de trabajo y funcionarios de las diversas instituciones, que de una u otra manera colaboraron aportando información válida para el proyecto.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	21
1. GENERALIDADES	25
1.1 ASPECTOS GENERALES	25
1.1.1 Antecedentes	24
1.1.2 Origen	26
1.1.3 Evolución	27
1.1.4 Contexto geográfico	33
1.2 PROPIEDADES QUÍMICAS Y QUÍMICO - FÍSICAS DE LA MADERA	42
1.3 ARTESANO	44
1.3.1 Criterios sobre el concepto de artesanía	44
1.3.2 Clasificación	47
1.4 MARCO DE REFERENCIA LEGAL	48
2. ESTUDIO DE MERCADOS	49
2.1 OBJETIVOS	49
2.1.1 Objetivo general	49
2.1.2 Objetivos específicos	49
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	50
2.2.1 Definición, uso y especificaciones del producto	50
2.2.2 Productos sustitutos	50
2.2.3 Complementarios	51
2.2.4 Atributos diferenciaciones del producto con respecto a la competencia	52
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	52
2.3.1 Mercado potencial	52
2.3.2 Mercado objetivo	52
2.4 LA DEMANDA	53
2.4.1 Planteamiento del problema de mercadeo	53
2.4.2 Necesidades de información	53
2.4.3 Ficha técnica negocios comercializadores de artesanías	54

2.4.4	Análisis de la información – negocios comercializadores de artesanías	56
2.4.5	Ficha técnica – turistas que visitan el municipio de Palmas del Socorro	68
2.4.6	Análisis de la información turistas que visitan al municipio de Palmas del S.	71
2.4.7	Demanda actual	83
2.4.8	Proyección de la demanda	86
2.5	ESTUDIO DE LA COMPETENCIA	92
2.5.1	Objetivos	92
2.5.2	Mercado potencial y objetivo.	93
2.5.3	Ficha técnica	94
2.5.4	Análisis de la información	95
2.5.5	Oferta actual	101
2.5.6	Proyección de la oferta	102
2.6	DEMANDA INSATISFECHA	104
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	106
2.8	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	107
2.8.1	Plan publicitario y promocional	107
2.8.2	Nombre de la empresa	108
2.8.3	Logotipo	108
2.8.4	Slogan	108
2.8.5	Análisis de medios	109
2.8.6	Selección de medios	109
2.8.7	Presupuesto	111
2.9	POSIBILIDADES DEL PROYECTO	112
3.	ESTUDIO TÉCNICO	113
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	113
3.1.1	Descripción del tamaño de la empresa	113
3.1.2	Factores que determinan el tamaño de un proyecto	115
3.1.3	Capacidad del proyecto	115
3.2	LOCALIZACIÓN	119
3.2.1	Macrolocalización	119
3.2.2	Microlocalización	119
3.3	INGENIERA DEL PROYECTO	126
3.3.1	Ficha técnica del producto	126

3.3.2 Descripción técnica del proceso	127
3.3.3 Diagrama de operación	131
3.3.4 Control de calidad	131
3.3.5 Recursos	137
3.3.6 Análisis de proveedores	140
3.3.7 Distribución en planta	141
3.3.8 Recurso logístico	142
3.4 CONCLUSIONES TÉCNICAS SOBRE VIABILIDAD DEL PROYECTO	145
4. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO	146
4.1 ESTUDIO LEGAL	146
4.1.1 Análisis de la legislación vigente	146
4.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	150
4.2.1 Constitución de la empresa	150
4.2.2 Estructura organizacional de la empresa	156
4.2.3 Perfil de los cargos	163
4.2.4 Salarios	168
4.3 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	169
5. ESTUDIO FINANCIERO	171
5.1 INVERSIONES	171
5.1.1 Inversión fija	171
5.1.2 Inversión diferida	174
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	174
5.1.4 Balance inicial o de situación inicial	182
5.1.5 Fuentes de financiación	183
5.2 COSTOS	186
5.2.1 Precio de venta	187
5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS	188
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	189
5.5 FLUJO DE CAJA	192
5.6 ESTADO DE RESULTADOS	192
5.7 BALANCE GENERAL	195
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	197
6.1 IMPACTO SOCIAL	197

6.1.1	Generación de empleo	197
6.1.2	Desarrollo regional	197
6.1.3	Mejoramiento de la calidad de vida	197
6.3	EVALUACIÓN AMBIENTAL	197
6.3	EVALUACIÓN FINANCIERA	200
6.3.1	Interés de oportunidad de capital	200
6.3.2	Valor presente neto	201
6.3.3	Relación beneficio - costo	202
6.3.4	Tasa Interna de Retorno	202
6.3.5	Análisis de las razones financiera	204
	CONCLUSIONES	207
	RECOMENDACIONES	209
	BIBLIOGRAFÍA	210
	ANEXOS	212

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Población estimada Municipio Palmas del Socorro	34
Cuadro 2. Población del municipio por edades y sexo 2007	34
Cuadro 3. Clase de artesanías que se vende en los negocios	57
Cuadro 4. Personas a quienes se les vende la mercancía	58
Cuadro 5. Sitio donde se adquieren las artesanías que venden	59
Cuadro 6. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo	60
Cuadro 7. Estratos socioeconómicos que se atienden	61
Cuadro 8. Si se les ofreciese artesanías rústicas utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región, elaboradas totalmente a mano, las adquiriría para la venta en su establecimiento?	62
Cuadro 9. Productos considerados de fácil venta en los establecimientos	63
Cuadro 10. Cantidades consideradas como probables para vender en productos artesanales mensualmente	64
Cuadro 11. Modalidad de adquirir los productos	65
Cuadro 12. Clase de artesanías que se conoce	66
Cuadro 13. Clase de artesanías que le agrada comprar	71
Cuadro 14. Ciudad donde adquiere artesanías	72
Cuadro 15. Lugar donde adquiere artesanías	73
Cuadro 16. Motivo de compra en el lugar preferido	74
Cuadro 17. Frecuencia y cantidad de compra de artesanías	75
Cuadro 18. Le gustaría comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano?	76
Cuadro 19. Productos preferidos	77
Cuadro 20. Finalidad de compra de las artesanías	78
Cuadro 21. Lugar de procedencia de los turistas	79
Cuadro 22. Demanda actual de almacenes de artesanías	80

Cuadro 23. Intensión de comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaboradas totalmente a mano	83
Cuadro 24. Frecuencia de compra de artesanías	84
Cuadro 25. Cantidad de preferencia de compra	84
Cuadro 26. Demanda actual de los productos por los turistas	85
Cuadro 27. Índice promedio de crecimiento de los almacenes de artesanías durante los últimos cinco años	85
Cuadro 28. Demanda proyectada en almacenes comercializadores de artesanías	86
Cuadro 29. Demanda de unidades proyectada en almacenes comercializadores de artesanías al año por producto.de la competencia	87
Cuadro 30. Comportamiento de la afluencia de turistas al municipio durante los últimos cinco años	87
Cuadro 31. Proyección de crecimiento de la cantidad de turistas que visitan el municipio de Palmas del Socorro	88
Cuadro 32. Proyección de crecimiento de la cantidad de compra anual de los elementos ofrecidos	89
Cuadro 33. Proyección de crecimiento de la cantidad de compra por temporada por producto	90
Cuadro 34. Demanda total anual proyectada por producto	92
Cuadro 35. Clase de artesanías que se vende en los negocios	95
Cuadro 36. Sitio donde se adquieren las artesanías que venden	96
Cuadro 37. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo en pesos	97
Cuadro 38. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo en cantidades	98
Cuadro 39. Grado de elaboración de sus propios elementos comercializados y participación de estos en el inventario total.	99
Cuadro 40. Políticas de venta con los productos en la competencia	100
Cuadro 41. Oferta actual de almacenes de artesanías.	102
Cuadro 42. Índice promedio de crecimiento de los almacenes de artesanías durante los últimos cinco años	102
Cuadro 43. Oferta proyectada en almacenes comercializadores de artesanías	103
Cuadro 44. Oferta proyectada en almacenes comercializadores de artesanías al año por producto	103
Cuadro 45. Demanda insatisfecha de elementos artesanales de madera	105

Cuadro 46. Presupuesto de lanzamiento	111
Cuadro 47. Presupuesto primer mes	112
Cuadro 48. Presupuesto anual de publicidad	113
Cuadro 49. Capacidad total diseñada	116
Cuadro 50. Capacidad instalada	118
Cuadro 51. Capacidad utilizada proyectada	118
Cuadro 52. Personal requerido proyectado	119
Cuadro 53. Impacto ambiental	122
Cuadro 54. Concentración del mercado	122
Cuadro 55. Vías de penetración al sector	122
Cuadro 56. Instalaciones locativas	123
Cuadro 57. Zonas de parqueo	123
Cuadro 58. Canon de arrendamiento	123
Cuadro 59. Disponibilidad de servicios públicos	124
Cuadro 60. Facilidad de transporte para la adquisición de insumos	124
Cuadro 61. Puntuación a los grados	125
Cuadro 62. Calificación y puntaje de grados a factores	125
Cuadro 63. Herramientas	137
Cuadro 64. Insumos requeridos	139
Cuadro 65. Equipo de oficina	139
Cuadro 66. Equipo de computo	140
Cuadro 67. Sueldos por cargo, año 2008	168
Cuadro 68. Detalle de la inversión fija, maquinaria y equipos	172
Cuadro 69. Detalle de la inversión fija muebles y enseres	173
Cuadro 70. Detalle de la inversión fija equipos de computo	173
Cuadro 71. Total inversión fija	174
Cuadro 72. Detalle de la inversión de activos diferidos	174
Cuadro 73. Cantidad de producción	175
Cuadro 74. Costos de la materia prima	176
Cuadro 75. Costos mano de obra directa	178
Cuadro 76. Costos indirectos de fabricación	178
Cuadro 77. Costos de administración y ventas	179
Cuadro 78. Costo mano de obra administr.....	179

Cuadro 79. Depreciaciones	180
Cuadro 80. Valor total de la producción	182
Cuadro 81. Balance general al inicio del proyecto	182
Cuadro 82. Capital de inversión	183
Cuadro 83. Fuentes de financiación	184
Cuadro 84. Financiación	185
Cuadro 85. Clasificación de costos	186
Cuadro 86. Precios de venta proyectados	187
Cuadro 87. Política de ventas	188
Cuadro 88. Cartera comercial	188
Cuadro 89. Ventas	189
Cuadro 90. Punto de equilibrio	190
Cuadro 91. Flujo de caja	193
Cuadro 92. Estado de pérdidas y ganancias	194
Cuadro 93. Balance General al final de cada periodo	195
Cuadro 94. Valor presente neto	203
Cuadro 95. Relación beneficio costo	203
Cuadro 96. Tasa Interna de Retorno	203
Cuadro 97. Razones financieras	206

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Rastrojos altos, vereda Aguabuena y Chapas	38
Figura 2. Expansión agropecuaria, Vereda Chapas	39
Figura 3. Clase de artesanías que se venden en los negocios	57
Figura 4. Personas a quienes se les vende la mercancía	58
Figura 5. Sitio donde se adquiere las artesanías que venden	59
Figura 6. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo	60
Figura 7. Estratos socioeconómicos que se atienden	61
Figura 8. Si se les ofreciese artesanías rústicas utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región, elaboradas totalmente a mano, las adquiriría para la venta en su establecimiento?	62
Figura 9. Productos considerados de fácil venta en los establecimientos	63
Figura 10. Cantidades consideradas como probables para vender en productos artesanales mensualmente	64
Figura 11. Modalidad de adquirir los productos	65
Figura 12. Clase de artesanías que se conoce	66
Figura 13. Clase de artesanías que le agrada comprar	72
Figura 14. Ciudad donde adquiere artesanías	72
Figura 15. Lugar donde adquiere artesanías	73
Figura 16. Motivo de compra en el lugar preferido	74
Figura 17. Frecuencia y cantidad de compra de artesanías	75
Figura 18. Le gustaría comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano?	76
Figura 19. Productos preferidos	77
Figura 20. Finalidad de compra de las artesanías	78
Figura 21. Lugar de procedencia de los turistas	79
Figura 22. Demanda total anual proyecta por producto	80
Figura 23. Clase de artesanías que se venden en los negocios	92
Figura 24. Sitio donde se adquiere las artesanías que venden	96

Figura 25. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo	97
Figura 26. Grado de elaboración de sus propios elementos comercializados y participación de estos en el inventario total	98
Figura 27. Demanda total anual proyecta por producto	99
Figura 28. Canales de comercialización propuestos	104
Figura 29. Convenciones diagramas de flujo	132
Figura 30. Diagrama de proceso 1	133
Figura 31. Diagrama de proceso 2	134
Figura 32. Diagrama de proceso 3	135
Figura 33. Diagrama de proceso 4	146
Figura 34. Diseño de planta	144

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Acta de constitución de una empresa Asociativa de trabajo	212
Anexo B. Estatutos Empresa asociativa de trabajo	214
Anexo C. Modelo de reglamento de una EAT	219
Anexo D. Ley 10 de 1991	221
Anexo E. Decreto número 1100 de 1992 y otras consideraciones	229
Anexo F. Fotografías de los productos	249
Anexo G. Encuesta para los negocios comercializadores de artesanías para analizar la demanda	253
Anexo H. Encuestas para los turistas que visitan el municipio	255
Anexo I. Encuesta para los negocios comercializadores de artesanías para analizar la competencia	258
Anexo J. Distintivos de ropa	260
Anexo K. Volante	261
Anexo L. Tarjeta de presentación	262

GLOSARIO

ADEREZAR: componer o acompañar una pieza de manera con algo que le añade gracia o adorno.

HORADAR: agujerear piezas de manera atravesándolas de parte a parte con el fin de unirlos y formar el producto final.

INMUNIZACIÓN NATURAL: inmunidad que adquiere la madera por su exposición a los cambios del clima a través del tiempo.

LABRAR LA MADERA: trabajar la madera reduciéndola al estado o forma conveniente.

LIJAR: alisar o limpiar la madera con lija o papel de lija

MADERA RECUPERADA: corresponde a los troncos de árboles de diversas formas y tamaños que dejan las crecientes de los ríos en sus orillas.

PULIR: componer, alisar o perfeccionar la madera, dándole la última mano para mayor primor o adorno.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ASOCIATIVA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANÍAS EN MADERA DE DISEÑO NATURAL EN EL MUNICIPIO DE PALMAS DEL SOCORRO SANTANDER COLOMBIA.

AUTORES: CALDERÓN LOZADA, Yaneth
PINTO BARRERA, Sara Inés

PALABRAS CLAVES: Artesanías, madera, recuperada, rio, mesas, fruteros, espejos.

DESCRIPCIÓN O CONTENIDO:

La población que se beneficia del proyecto son los habitantes del Municipio de Palmas del Socorro y los turistas que visitan la localidad. El producto principal es la elaboración de artesanías en madera de diseño natural, recuperada de río, se producen mesas, espejos, fruteros y lámparas y su comercialización tanto en el mismo municipio como en otras localidades a través de los negocios comercializadores de artesanías que están dispuestos a participar de este negocio. Existe un mercado altamente insatisfecho, por lo cual la oportunidad coyuntural es alta.

De acuerdo al tamaño del negocio, se diseño un sistema de organización acorde con este parámetro. Los diagramas de flujo del proceso, obedecieron a la real necesidad de plasmar en forma escrita el procedimiento correcto para un óptimo servicio. El modelo de organización propuesto es funcional y de fácil implementación por los sistemas de producción sugeridos.

A nivel financiero se concluye que la propuesta de mejoramiento genera una inversión para este proyecto de \$43.553.579, la participación es del 80% con recursos propios (aportes de los asociados) y del 20% para conseguir a través de un crédito en una entidad financiera. En la evaluación económica practicada a este proyecto, se define atractivo para inversión, cumple con los requerimientos para ser rentable. Beneficio/Costo (1.1794), Tasa interna de retorno (58), VPN (\$36 millones de pesos).

* Proyecto de Grado

** Instituto de Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Gerardo Alberto Noratto Hernández.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY ASSOCIATIVE PRODUCER AND SALESPERSON OF CRAFTS IN WOOD OF NATURAL DESIGN IN THE MUNICIPALITY OF PALMS OF THE AID SANTANDER COLOMBIA.

AUTHORS: CALDERÓN LOZADA, Yaneth,
PINTO BARRERA, Sara Inés

KEY WORDS: Crafts, wood, recovered, river, tables, fruit, mirrors.

DESCRIPTION OR CONTENT:

The population that benefits of the project is the inhabitants of the Municipality of Palms of the Socorro and the tourists that visit the town. The main product is the elaboration of crafts in wood of natural design, recovered of river, tables take place, mirrors, fruit bowls and lamps and its commercialization so much in the same municipality as in other towns through the business salespersons of crafts that you/they are willing to participate of this business. A highly unsatisfied market exists, reason why the opportunity of the situation is high.

According to the size of the business, you design a system of in agreement organization with this parameter. The diagrams of flow of the process, obeyed the real necessity of capturing in written form the correct procedure for a good service. The proposed organization pattern is functional and of easy implementation for the suggested production systems.

At financial level you concludes that the proposal of improvement generates an investment for this project of \$43.553.579, the participation it is of 80% with own resources (you contribute of the associates) and of 20% to get through a credit in a financial entity. In the economic evaluation practiced to this project, he/she is defined attractiveness for investment, it fulfills the requirements to be profitable. Benefit / Cost (1.1794), it Appraises it interns of return (57%), VPN (\$36 million pesos).

* Project of Degree.

** Institute of Education at Distance. Managerial Administration. Director: Gerardo Alberto Noratto Hernández.

INTRODUCCIÓN

Las maderas y las semillas que dejan las crecientes de los ríos, se convierten en las manos de los artesanos, en piezas exclusivas de colección al ser procesadas.

Lo que parece una novedosa técnica de fabricar muebles, es en realidad el rescate de las más viejas técnicas ancestrales de la región. Las maderas que se recuperan conservan su forma original y de acuerdo a ella, son utilizadas para elaborar objetos no solo decorativos sino utilitarios de diversos e innovadores diseños en muebles y elementos útiles para el hogar y oficina.

Con base en el interés de los habitantes del Municipio de Palmas del Socorro, en especial el grupo de cinco jóvenes rurales emprendedores, se plantea la necesidad de conformar y organizar una empresa asociativa para producir y comercializar artesanías en madera de diseño natural.

Esta propuesta se justifica en los siguientes elementos de juicio:

- a. La materia prima básica se encuentra en la zona y es de producción constante sin ir en detrimento del equilibrio ambiental, no generando impacto ambiental negativo.
- b. La mano de obra dispuesta para la realización de este trabajo se encuentra 100% capacitada y en la zona.
- c. Las autoridades municipales y el SENA les dieron a los cinco jóvenes agrupados y productores de las artesanías, la primera ayuda tanto en capacitación como en herramientas, y se encuentran a la expectativa del aprovechamiento de las facilidades otorgadas.
- d. A nivel de mercados, existen diversidad de ferias expoartesanales a nivel departamental y a nivel nacional en las cuales se puede llevar un stand ofrecer y vender los productos de manera diversa, contactando con ello clientes que luego van a seguir requiriendo de estos productos no necesariamente en épocas de feria sino en el sitio de producción base.

- e. Adicional a las ferias expoartesanales, existe la oportunidad de mercado con almacenes especializados en elementos artesanales exclusivos, elegantes y especiales tanto en la ciudad de Bucaramanga como otras ciudades intermedias del departamento de Santander con enfoque turístico.
- f. Este tipo de piezas artesanales no se venden a precios de competencia, se venden como piezas únicas, y quienes se interesan en ellas, no reparan en el precio. Sin embargo los mismos no son exorbitantes para ciertos segmentos, son piezas exclusivas pero al alcance de todos los segmentos socioeconómicos.
- g. Se pretende evitar la desmotivación en estos jóvenes emprendedores, que conllevaría a abortar el proyecto o a un estancamiento poco lucrativo y degenerativo del proceso empresarial.
- h. Se busca mejorar el nivel en la calidad de vida de los jóvenes emprendedores comprometidos con este proyecto, incrementando sus ingresos, generando empleo, y minimizando el riesgo de deserción por parte de sus integrantes.
- i. Crear un gancho comercial turístico, es decir, generar un motivo más para que el turista visite al Municipio, y encuentre allí la base productiva de estas piezas artesanales exclusivas para su adquisición.
- j. Se cuenta con la capacidad intelectual, de tiempo y conocimiento por parte de las investigadoras del presente proyecto para su elaboración y posterior ejecución logística con el grupo de jóvenes rurales emprendedores.
- k. La elaboración de este proyecto es una oportunidad para poner a prueba las capacidades y conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Gestión Empresarial por parte de las investigadoras.

Con este proyecto se pretende identificar y evaluar la problemática en el municipio de Palmas del Socorro en su parte urbana y rural, como sujeto productivo. Como sujeto de mercado se pretende abarcar el departamento de Santander a nivel de sus mercados artesanales y ferias de exposición.

La temática Desarrollada es una factibilidad para la creación de una empresa asociativa productora y comercializadora de artesanías en madera de diseño natural en el municipio de Palmas del Socorro, Santander - Colombia y para ello se requiere realizar previamente los estudios pertinentes del caso.

La factibilidad es un estudio integrador y concluyente, que se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos especialmente sobre fuentes primarias de información. Su objetivo es definir con la mayor exactitud posible sus consecuencias económicas. Es decir, se realizan estudios de mercados, técnicos, administrativo, legal y organizacional para ser lo suficientemente demostrativo y extraer los elementos monetarios que permitan evaluar el aspecto financiero del proyecto, es decir, justificar la valoración de los diferentes ítems.

Así mismo, es realizar la simulación de un proyecto, con el fin de determinar como operaría, una vez puesto en marcha como empresa, determinando las consecuencias económicas que de él se deriven.

El estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas, que condicionan el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este. Entre ellas se puede mencionar: la tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingresos de la misma, el precio de los servicios competitivos y complementarios, el crecimiento de algún renglón estratégico de la economía, las políticas del gobierno, entre otras.

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado, las restricciones de orden financiero y los flujogramas.

El estudio administrativo y legal supone la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, identificación de canales de comunicación y tipo de empresa.

Toda organización social posee un andamiaje jurídico e institucional que regula los derechos y los deberes, en las relaciones establecidas entre sus diferentes miembros. Este contexto parte desde la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresan en forma prohibitiva o permisiva.

La estructura financiera del proyecto se compone de las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos que concurren en la elaboración, administración, venta y financiación de cada uno de los productos, el ingreso derivado de las ventas de los mismos; toda esta información proyectada a cada uno de los períodos que comprometen el horizonte del proyecto.

La evaluación financiera del proyecto demuestra la viabilidad en términos económicos para la puesta en marcha del proyecto, demostrando a través de indicadores de gestión de tipo cuantitativo, el desarrollo del proyecto con las condiciones financieras planteadas.

Tanto como evaluar financieramente un proyecto, lo es analizarlo desde el punto de vista social, es decir, el impacto que trae a la comunidad la puesta en marcha del mismo, ya sea de manera favorable o desfavorable, y como contribuye con el mejoramiento en el nivel de la calidad de vida de la misma.

El medio ambiente es hoy por hoy un factor de vital importancia al momento de plantear proyecto de inversión económica y social, dado que del buen uso de los recursos depende la sostenibilidad en el tiempo de la empresa, así mismo porque la regulación en materia de normas que propenden por la protección al medio ambiente exigen tener en cuenta los riesgos latentes al respecto, así como tener clara la forma de mitigar o evitarlos. El impacto ambiental y sus medidas de contingencia son un factor clave en la formulación de un proyecto de factibilidad.

Las autoras.

1. GENERALIDADES

1.1 ASPECTOS GENERALES

1.1.1 Antecedentes. En marzo 3 de 2006 se inició en el Municipio de Palmas del Socorro, un curso con 23 alumnos para desarrollar un proyecto con jóvenes rurales en diseño de artesanías en madera de recuperación, esto es, con resideros maderables derivados del deterioro natural de los árboles ya sea por efecto del tiempo o de la misma naturaleza.

Las actividades se realizaron en el salón parroquial de este municipio. Luego de algunas caminatas por la resaca el Azufrado en la vereda Ensilada, recopilan buena cantidad de material y es llevado al sitio de trabajo, donde empiezan a elaborar algunas piezas tales como lámparas, bases para columpios, sillas, comedores, etc.

En el mes de abril se hace entrega por parte del Municipio y de algunas entidades comprometidas con el proyecto (SEPEGA, Alcaldía Municipal, Concejo Municipal) de las herramientas en el Salón Parroquial, acompañada del Acta correspondiente. De igual manera el SENA hizo entrega de insumos y materiales para el curso, tales como maderas de arrayán, madera aserrada, colbón, boxer, tintes, thinner, sellados, lijas, lazo de 3/8, conos de cabuya de tres cabos, entre otros.

Los alumnos por iniciativa propia se tomaron el taller para empezar a trabajar incluso fuera de los horarios establecidos desde muy tempranas horas y en algunas ocasiones hasta altas horas de la noche, para con esto incrementar sus ingresos ya sí fortalecer el programa “jóvenes rurales”.

Con las piezas ya elaboradas de óptima calidad y dignas de exposición se participó en algunos eventos:

- En el programa RESA del Comité de Cafeteros, en el mismo municipio

- En la VI Feria de las colonias EXPOUNAGA – 2006 en Bogotá, los días 11 al 24 de julio.
- En la I Rueda de Negocios Internacional de Turismo y Artesanía, Bucaramanga 28 y 29 de julio de 2006.
- En Unisangil, San Gil, 18 al 20 de agosto de 2006.

Adicionalmente se mantienen actualmente en exhibición en el taller artesanías para la venta.

Se han hecho contactos con personas de España, pensando en una posterior promoción de esos productos en el país Ibérico.

1.1.2 Origen. La artesanía de los guanes, gracias a los cultivos de algodón, se basaba en la industria textil con la fabricación de mantas, también trabajaron el fique y la fibra de Ceiba para fabricar hamacas, costales y mochilas. Para decorar sus telas utilizaban pinturas naturales, pinceles y rodillos. La cerámica decorada y la fabricación de utensilios de barro de uso doméstico y ritual eran muy comunes. Los productos artesanales eran utilizados para el trueque de oro y sal con otros grupos indígenas de la región.

Las artesanías de Santander juegan un papel importante en el desarrollo de la región porque son la imagen de la cultura y laboriosidad que la caracteriza. Muestra de ello es la creciente participación de Santander en los principales eventos artesanales a nivel nacional y el incremento del número de artesanos y comunidades artesanales con productos que conservan los métodos tradicionales, así como los que sobresalen con diseños más contemporáneos. La Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Programa Negocios en Santander, permanentemente brindan apoyo a la labor artesanal; por eso se ha preocupado por propiciar la participación en diversos eventos feriales y programas de capacitación en temas de desarrollo, diseño, exhibición de productos y catálogos virtuales.

Actualmente la industria artesanal del departamento es muy amplia y abarca diversos sectores como son: textil y confección, joyería, alimentos, cuero y marroquinería,

tejeduría, madera, cerámica, entre otros.¹

1.1.3 Evolución.² Joyas, textiles, cestas, sombreros, figuras y utensilios de madera, barro y cuero, venidos del sur, del centro, del litoral y de las selvas, componen el vasto y variopinto panorama de la artesanía colombiana, en la que se ocupan las manos y el talento de 350 mil personas. Los primorosos productos, hechos domésticamente o en pequeñas empresas, abastecen los detalles del mercado nacional y se exportan a países desarrollados, donde se aprecia el sello de lo personal y de lo genuino.

Cerca de millón y medio de colombianos tienen que ver, en forma directa o indirecta, con la labor artesanal. Setenta por ciento de los mismos habitan en zonas rurales o indígenas, y sesenta por ciento son mujeres, que trabajan en los ratos que les dejan libres los oficios hogareños. Se podría afirmar que los objetos hechos a mano son la principal alianza de las comunidades indígenas con la civilización, pues éstos constituyen su muestra cultural ante el país y el mundo. De esta manera, las artesanías son el pasaporte de los campesinos, de las mujeres y de los indígenas, ante una sociedad que aparentemente marcha ya por carriles del todo alejados de la paciencia y de las labores manuales y únicas. Las ventas artesanales de Colombia al exterior sumaron en el año 2000 cerca de 19 millones de dólares, de los cuales la mitad fue aportada por objetos cerámicos. El segundo renglón lo ocupó la joyería especialmente la hecha en oro, con tres y medio millones de dólares, que representaron casi una quinta parte del total exportado. Este par de productos, cerámica y bisutería, han mantenido en los últimos años un nivel sostenido de auge exportador, en tanto que los demás rubros artesanales muestran en las estadísticas, oscilaciones abruptas de año en año.

La participación por subsectores en las ventas de artesanías al exterior no corresponde a la distribución porcentual por oficios exhibida por esta actividad económica. Según el Censo Económico Nacional del Sector Artesanal, adelantado por Artesanías de Colombia en 1988 con base en cerca de 60 mil encuestas, la mayor cantidad de artesanos, el 57

¹ Sistema Nacional de Información Cultural. Sinic.

² Sistema Nacional de Información Cultural. Sinic.

por ciento, se concentra en labores de tejeduría. Les siguen *los que trabajan la madera*,³ con el 13 por ciento. Los ceramistas son apenas el siete por ciento del total. Como se observa, si bien los tejedores son mayoritarios en el panorama de la actividad artesanal, quienes más venden a otros países son los ceramistas, que apenas componen una minoría.

Un mapa artesanal de Colombia mostraría bien definidas las zonas productoras. Al sur, el departamento de Nariño es el núcleo principal, con un 14 por ciento de participación en el número de artesanos del país. En el centro, Boyacá y Tolima representan respectivamente el ocho y el cinco por ciento del total nacional. El resto se lo llevan cuatro de los departamentos de la costa atlántica, Sucre con el diez por ciento, Córdoba con el nueve, Cesar con el siete y Atlántico con el 16. Las zonas indígenas son importantes productoras de artesanías, pero dada la baja densidad de su población, su dispersión por el territorio nacional y las dificultades de comunicación con selvas, sierras y sabanas, no alcanzan a marcar importantes porcentajes en los indicadores y encuestas. No obstante, como ya se anotó, la producción artesanal indígena es importante, porque es quizá la única a través de la cual estas comunidades generan valor con destino al intercambio.

A mediados de los años 70, Colombia comenzó un proceso altamente innovador en materia de diseño, un proceso que tiene hoy al país como líder en América Latina en desarrollo futurista de este sector. En ese momento no existía el diseño como carrera en la educación superior, y eran los arquitectos y los artistas quienes se interesaban por la investigación e innovación. La empresa estatal Artesanías de Colombia creó entonces la Escuela Taller de Diseño, dirigida en sus comienzos por el pintor Carlos Rojas. Este centro se propuso rescatar oficios y objetos, diversificar y mejorar el nivel de producción, sin atentar contra la tradición. El impulso generado desde la Escuela contribuyó a que se crearan las facultades de diseño, ya en la década de los 80. Y en los últimos diez años, es evidente la ingerencia del diseño en el trabajo artesanal colombiano, mediante un trabajo interactivo entre diseñadores y comunidades de artesanos.

² Sistema Nacional de Información Cultural. Sinic.

Desde el punto de vista económico, la irrupción del diseño situó las artesanías colombianas en la dinámica del mundo globalizado, contribuyó a la incorporación de mayor valor agregado a los objetos, y proyectó el desarrollo del sector a largo plazo. Varias iniciativas complementaron esta acción. La creación, en 1995, del Laboratorio de Diseño para el Desarrollo de la Artesanía y la Pequeña Empresa, experiencia única en Latinoamérica, cuya labor consiste en investigar el origen de la materia prima de los productos, el proceso de consecución y adecuación de la misma, sus características físicas y posibilidades de manejo, la tecnología involucrada en la confección del artículo artesanal. El objetivo final, de acuerdo con Artesanías de Colombia, es proponer cambios de contenido hasta convertir la artesanía en un producto altamente competitivo, bello, útil y económico, sin afectar jamás los valores culturales tradicionales del oficio y sus artífices". El Laboratorio tiene tres unidades con sedes propias en Pasto, Armenia y Bogotá, cada una de las cuales atiende a los artesanos de las regiones circundantes.

También en 1995 se creó la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo, entidad de educación no formal que capacita mediante talleres teórico-prácticos, no sólo en materias técnicas de cada oficio, sino en organización de producción y en procesos de comercialización. La Escuela rescata procesos y oficios en vía de extinción y especializa a maestros artesanos.

Por otra parte, desde 1991 viene celebrándose en las instalaciones de Corferias, en Bogotá, la Feria Expoartesanías, que es la más reconocida en América Latina. Tiene lugar una semana antes de Navidad y es visitada por muchedumbres que admiran, año tras año, las innovaciones que ofrecen los artesanos de todos los rincones del país. A mediados de 2001, Artesanías de Colombia abre en la Zona Rosa de la capital de la República un almacén con productos de alto contenido de diseño, similares a los que se exhiben en cada evento de Expoartesanías. Hace seis años se creó el Concurso Nacional de Productos de Diseño para Artesanías, que al comienzo estaba abierto sólo a estudiantes y luego se extendió a profesionales del diseño. Las innovaciones premiadas se exponen igualmente en Expoartesanías y han significado un estímulo para los artistas

del diseño, que encuentran en las artesanías un campo donde hacer propuestas y donde aplicar sus conocimientos e imaginación.⁴

Artesanías de Colombia, con base en el Estudio Ocupacional del sector artesanal, estima que 260.000 personas están vinculadas directamente al sector artesanal en calidad de artesanos, y que 1.200.000 están relacionadas con el sector ya sea como artesanos de dedicación temporal o como agentes comerciales, de prestación de servicios de desarrollo y otros aspectos de la actividad artesanal.

En 1994 Artesanías de Colombia realizó el Censo Económico Nacional del Sector Artesanal en 1994, y se actualizó en 1998. La cifra de censados ascendió a 58.821 artesanos que dieron información sobre aspectos sociográficos tales como la localización geográfica, la educación, el aprendizaje del oficio artesanal, la vivienda, la producción, en cuanto a tecnología, las materias primas, la mano de obra y los oficios artesanales, la organización, el mercado y la comercialización, con base en los resultados se sustenta la información del siguiente Diagnóstico del Sector Artesanal que, pese a las dificultades en los aspectos enumerados, demuestra que el país cuenta con una gran riqueza en todas las regiones.

Factores sociales.

- **Localización geográfica:** en la distribución de la población artesana se distinguen los departamentos de Nariño que concentra 14.3% de la población, Sucre 10.06%, Córdoba 9.34%, Boyacá 8.43%, Cesar 6.95%, Atlántico 6.52%, y Tolima 5.15%. en la población artesana es importante la participación de la mujer, especialmente en los departamentos de Nariño, Córdoba, Cesar y Bolívar.
- **Nivel de escolaridad:** El grado de analfabetismo en 1998 ascendía a 17%, cifra superior al total del país el cual es de 13%, y cuya mayor concentración corresponden a los departamentos de Córdoba, Sucre, Guajira, Cesar y Bolívar. La mitad de la población artesanal no ha completado la primaria a la que solo ha llegado el 18%, lo

⁴ Artesanos exportadores de Colombia. Universidad Sergio Arboleda. 2007

cual ocurre en mayor medida en los departamentos de Nariño, Sucre, Boyacá, Tolima, Córdoba. Únicamente el 8% ha logrado cubrir la educación secundaria. Las implicaciones de esta información es relevante para el diseño y ejecución de programas y proyectos de capacitación para el sector.

- **Organización gremial:** La organización gremial ha sido mínima, solo el 17% de la población participa en ella. Actualmente el modelo grupal más representativo corresponde a la asociación que representa 21.26% de los artesanos que se encuentran organizados en el país. Además esta se concentra en las áreas urbanas, por lo que las pocas organizaciones existentes revelan la problemática de las ciudades desarrolladas o formadas con base en procesos arítmicos de crecimiento causados por oleadas de inmigración que alimentan, entre otras causas, el desempleo.

Factores económicos.

- **Los oficios artesanales:** los oficios de más congregación de fuerza de trabajo son la tejeduría (en todas sus diversas variantes), con 57.52%, la madera con 13.48% y la cerámica alfarería con 7.37%. otros oficios artesanales que se destacan son el cuero y productos lúdicos, los cuales señalan una relativa importancia poblacional de 8%.
- **Producción:**
 - **Mano de obra:** las características sobre la mano de obra son la escasa división del trabajo y la vinculación del núcleo familiar a los procesos productivos que revisten una gran tendencia a la informalidad y de inestabilidad, e decir, alta rotación de personal y aguda tendencia hacia otras actividades económicas.
 - **Materias primas:** la ubicación de los grupos artesanales corresponde en alto grado con el origen de las materias primas naturales básicas (cada vez mas escasas), con que se erige una acentuada expresión cultural de trabajo y creación que caracteriza la historia productiva de las regiones artesanas. El desabastecimiento es notorio cuando las materias primas proceder de procesos biológicos vegetales, dada su naturaleza estacional que obliga a los artesanos a

practicar técnicas de adecuación y almacenamiento. Las materias primas de origen mineral y de procesamiento industrial, están condicionadas por el precio y volumen de compra que chocan con la limitada capacidad financiera e iliquidez de capital de trabajo del artesano. El 71% de los casos utiliza la modalidad e compra al detal.

- **Tecnología:** el proceso tecnológico de producción artesanal se fundamenta en el trabajo preponderantemente manuales y uso de herramientas relativamente simples, pues el 84% de la población artesanal usa de forma predominante herramientas con bajo agregado tecnológico. Las razones que dan origen a esta situación, entre otras, son la baja de investigación sobre adaptación y adecuación de procesos apropiados que permitan la competitividad de la artesanía. En las zonas rurales la dispersión de los talleres dificultan las soluciones comunitarias.
- **Diseño:** la aplicación de los principios del diseño e inspiración propio es un recurso de 20% de los artesanales, en 47% de los talleres revelan la tendencia a la imitación de modelos que se transfieren en las regiones por observación directa. Otra opción, menos frecuente, es la copia de diseños de revistas y solicitudes específicas de clientes.
- **Organización en la producción:** otra característica de la producción artesanal es la escasa organización de los talleres. No existe una división funcional del trabajo ni presenta especialización en las etapas básicas de los procesos productivos. Pero existen lugares con marcada dedicación a un oficio artesanal específico que dan lugar a la división local del trabajo en grandes campos de actividad, dentro de la cadena productiva, como ocurre con las tendencias a la especialización y en el cultivo de materia prima, el eslabón de la adecuación de ésta y otros a la fase de elaboración del producto final.
- **Comercialización:** la dinámica del sector, en el ámbito nacional, se distribuye en 85.16% de ventas en el municipio de origen, 8.18% en otros municipios y solamente el 3.45% en otros departamentos.⁵

⁵ Artesanos Exportadores de Colombia. Universidad Sergio Arboleda. 2007

1.1.4. Contexto geográfico. El municipio de Palmas del Socorro está localizado a 6°25' latitud norte y a 73°17' longitud oeste del meridiano de Greenwich, sobre un plano inclinado de oriente a occidente, donde predominan los pisos térmicos medio y cálido, con pequeñas ondulaciones. Su altura varía entre 800 - 1900 de 1.200 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.). En el extremo norte limita con el Socorro, por el sur oriente con Confines, por el occidente con Simacota, Chima y Guapota. Dista a 127 Km. de Bucaramanga y a 8 Km. del Socorro y su extensión municipal es de 57,02km² para la cabecera municipal es de 0.18 km² y para el área rural corresponde a 56.79 km². Para el municipio de Palmas del Socorro se tienen restricciones porque no cuenta con estaciones climatológicas en el Municipio ni en un área cercana fuera de este.

Sin embargo, según datos del Atlas ambiental de la Gobernación de Santander, el Municipio presenta climas cálido y templado y se corrobora con los datos extractados del IDEAM⁶, donde relaciona temperatura y alturas, los valores latitudinales del municipio varían entre 750 hasta 1800 m.s.n.m.

En alturas menores de 1000 m.s.n.m se presentan rangos de temperatura mayor de 24° C y en alturas mayores de 1000 m.s.n.m se dan valores menores de 24° C, lo cual determina que el municipio presenta clima cálido para alturas menores de 1000 m.s.n.m y clima templado para alturas mayores de 1000 m.s.n.m.

La población estimada del Municipio de Palmas del Socorro para el año 2006 de acuerdo a los resultados del CENSO DANE 2005, corresponde a un total de 2.391 personas de las cuales en la cabecera municipal viven 622 y el área rural 1.769: (ver cuadro 1).

⁶ IDEAM, Área operativa N°. Estudios de la temperatura para el departamento de Santander.

Cuadro 1. Población estimada Municipio Palmas del Socorro.

SECTOR	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	%
URBANO	312	310	622	26%
RURAL	979	790	1.769	74%
TOTAL	1.291	1100	2391	100%

Fuente: Indicadores Básicos Santander 2007. Gobernación de Santander.

En cuanto a la clasificación por edades, se observa que la mayor parte de la población urbana se concentra en las edades comprendidas entre los 14 y los 39 años, lo que señala que la población de Palmas del Socorro es relativamente joven (ver Cuadro 2).

Cuadro 2. Población del municipio por edades y sexo 2007.

EDADES	TOTAL	FEMENINO	MASCULINO
De 0 a 5 años	186	86	100
De 5 a 9 años	283	130	153
De 10 a 14 años	257	118	139
De 15 a 19 años	203	93	110
De 20 a 29 años	302	138	164
De 30 a 39 años	363	167	196
De 40 a 49 años	274	126	148
Mas de 50 años	523	242	281
Total	2.391	1.100	1291

Fuente: Indicadores Básicos Santander 2007. Gobernación de Santander.

Formaciones vegetales – materia prima para el proyecto. Conceptualización general. La determinación de las formaciones vegetales resulta conveniente para zonificar la vegetación en clímax aun existente, ya que nos permite comparar Biomas que poseen una fisionomía homogénea independiente de su composición florística (Odum, 1971).

Estas formaciones son biocenosis que se extienden sobre áreas geográficas amplias y están determinados por el microclima, algunos biomas se extienden en forma poco

continua y constituyen una unidad más o menos definida, pero otros son discontinuos y sus diferentes componentes se hallan separados geográficamente, debido a las variaciones locales de las condiciones climáticas y edáficas, determinando cuales han de ser las diferentes comunidades pertenecientes a la misma formación que se diferenciaran en su composición florística o categorías taxonómicas. (Odum, 1971).

Muchas de estas comunidades presentan una estructura o disposición espacial determinada en la distribución de sus miembros, dividiéndose horizontalmente en subcomunidades, la estratificación de las comunidades terrestres alcanza su máxima complejidad en el bosque cuando se distinguen típicamente cinco subdivisiones verticales en estos biomas:

1. El suelo del bosque.
2. El herbáceo.
3. Arbustos.
4. El estrato de los árboles.
5. Epífito.

Cada una de ellas puede presentar varias divisiones; el aire que se encuentra por encima del dosel de la Selva, se puede considerar en ocasiones que constituye una subdivisión de la comunidad.

El suelo del bosque es una subdivisión compleja de la biocenosis, en la cual se realiza la actividad biológica más intensa, como la descomposición del material vegetal, protagonizada por los organismos saprofitos, estos, están comprendidos por: los mohos, hongos superiores y bacterias. Los cuales intervienen en procesos de biodegradación de la materia orgánica (hojarasca, troncos caídos, y otro material vegetal y animal), transformándolos en productos asimilables, que sirven como fuente de nutrientes para las especies que se desarrollan en sus alrededores.

La hojarasca o mantillo, además, cumple un papel fundamental en la neutralización de la energía liberada por el impacto de las gotas de lluvia que no son retenidas por el follaje, esta capa conformada por los residuos generados de la dinámica de recambio de la

vegetación mantiene la temperatura y humedad del suelo constante a la vez que retiene y suministra lentamente el agua de forma que controle la saturación de líquido, convirtiéndose de esta manera en un aislante térmico impidiendo la desecación del suelo. De esta forma, la hojarasca genera un micro hábitat o micro ecosistemas específicos para un gran número de macroinvertebrados y microorganismos, los cuales cumplen un papel importante en la infiltración del agua debido a las cavidades que algunos construyen modificando así la estructura del suelo, también es una fuente de materia orgánica, elemento importante en el comportamiento hidrológico del suelo porque puede conformar agregados muy estables y resistentes a la erosión pluvial, que contribuyen a la porosidad, infiltración y retención del agua.

El estrato herbáceo tiene una altura variable, que alcanza un metro aproximadamente y coincide con frecuencia en partes con la de los arbustos cuya altura suele oscilar entre 1 metro por lo general aunque a veces se presenta hasta los 5 metros; el estrato arbóreo no siempre es uniforme ya que podemos encontrar árboles que superan los 30 metros.

Los bosques son sistemas dinámicos donde la biota conformada por diferentes poblaciones de especies que interaccionan, mantienen el equilibrio pasivo sobre los caudales de las cuencas, de tal manera que se ejerce un control sobre las inundaciones y una disminución de las tasas de sedimentación.

La vegetación cumple un papel vital en el manejo hídrico, a causa de su capacidad de retención de agua durante los períodos secos, sin alterar la calidad de forma que se optimiza neutralizando el escurrimiento superficial promoviendo la circulación de agua a través del suelo disminuyendo las pérdidas por evaporación, al igual que reduce la cantidad del rendimiento hídrico total facilitando el reintegro del agua a la atmósfera por medio de la transpiración.

La velocidad de caída de las gotas de agua en el interior del bosque es menor que fuera de éste, debido al papel que desempeña el follaje del bosque, lo que disminuye los procesos por el contacto directo con el suelo desnudo, de igual manera la capa de hojarasca o mantillo relativamente homogénea que cubre la superficie del bosque sirve también de amortiguador.

Parte del ciclo que el agua recorre dentro de las formaciones vegetales se inicia con la retención de esta por el follaje, el dosel es la matriz de cobertura que conforma la vegetación observada desde el aire, aquí se constituye el punto de contacto entre la lluvia y los ecosistemas en equilibrio, de esta forma se retrasa el impacto del agua lluvia sobre el suelo. Las raíces son los puntos de absorción del agua por el suelo, la ruptura del suelo por parte de las raíces genera depósitos temporales de agua que posteriormente son utilizados por la planta, el proceso de avance de las raíces a través del suelo contribuye al proceso de pedogénesis de forma mecánica.

El bosque Neotropical, siendo este la formación vegetal más importante en Colombia por la gran extensión que ocupa así como por constituir en su mayor parte el clímax geográfico, caracterizándose por la riqueza de especies de árboles que componen sus comunidades, se caracteriza por ser higrophyta, es decir, se mantiene siempre verde durante todo el año, por presentar una variedad de formas biológicas en sus diferentes estratos, con existencia de bejucos leñosos, epifitas y por la exuberante vitalidad del bioma (Cuatrecasas, op. Cit).

La vegetación se encuentra formando asociaciones o formaciones vegetales, estas últimas se pueden denominar biomas dentro de los paisajes naturales que se constituyen en elementos que nos permite valorar en forma cualitativa la diversidad biológica y su importancia, por ser estas fácilmente identificables y constituirse como la mayor unidad en el estudio de las comunidades locales. En algunas comunidades se advierte una estratificación compleja, mientras que otras la dimensión vertical esta tan comprimida que toda la biocenosis consta esencialmente de un solo estrato.

Las comunidades vegetales colombianas están sumamente influenciadas por el clima tropical la cual se caracteriza por una débil oscilación anual de temperaturas máximas y mínimas, durante todo el año.

La temperatura atmosférica es originada por la altitud que ocasiona una diferenciación de zonas de vegetación según los pisos térmicos o niveles altitudinales. Las lluvias varían según la región pero en general las precipitaciones son altas. (Cuatrecasas, op. Cit).

Las formaciones vegetales en el Municipio. Los Biomas o formaciones vegetales son comunidades fácilmente identificables, constituyéndose como la mayor unidad en el estudio de las comunidades terrestres.

Están representadas básicamente en el Municipio por formación Subandina, existen unas pequeñas franjas ubicado en la vereda Chapas y Aguabuena notorias por su extensión y conservación (ver Fotografía 1), aunque hay presencia de otras manchas y corredores de menor tamaño en diferentes sectores del Municipio, principalmente en los márgenes de los afluentes; esta formación ha sufrido una devastación de sus elementos formadores del paisaje por la expansión de la frontera agropecuaria (ver Figuras 1 y 2).

Figura 1. Rastrojos altos, veredas Aguabuena y Chapas



Esta siendo intervenido con el fin de expandir la frontera agropecuaria de la zona.

Figura 2. Expansión agropecuaria, Vereda Chapas.



La precipitación para el área de estudio se presenta por lo general dos estaciones húmedas anuales con otras dos menos húmedas o relativamente secas (bimodal). Es decir, relativamente alta que corresponde a la Zona Andina según Cuatrecasas lo cual define la zona de vida para esta región, que corresponde a la formación vegetal Subandina que es Subhirophyta.

Los subtipos de formación son: selva Inferior, bosque subandino y andino entre otros subtipos que están reguladas principalmente por el factor temperatura y en menor grado la humedad. Muchas de las especies integrantes de los bosques se pueden encontrar en las diferentes formaciones o en distintos rangos altitudinales. El Municipio está representado por la Formación Vegetal Subandina (ver Mapa Df-8), según Cuatrecasas esta Formación se extiende desde los 1.000 metros de altura pero no supera los 2.400 metros el cual es el límite para esta formación, las precipitaciones oscilan entre 1.000 y 4.000 mm anuales regularmente distribuidos.

Los recursos naturales actuales. El Municipio presenta diferentes zonas de gran importancia biológica o potencialidades biológicas desde el punto de vista de su caracterización y composición florística, faunística e hidrológica y protección del suelo, en el área rural se destaca las quebradas La Verdina, La Panelas, Macanillo, Las Lajitas, Las Guimes y El Pescado entre otros afluentes que son sitios estratégicos por ser punto de recarga hídrica donde se encuentran protegidas por rastrojos altos o bajos (ver Fotografía 6) y ciertas manchas de rastrojos altos y bajos muy intervenidos en la veredas Chapas, Aguabuena (finca Las Pavas),

que presenta una pérdida de su cobertura vegetal por el cambio de uso al suelo por la introducción de cultivos misceláneos y adecuación de terrenos para la ganadería).

Es decir, los factores que más afecta a los pequeños parches y corredores aun existentes es la acelerada expansión de la frontera agrícola y ganadera, la cual se da por la deforestación y quema de la cobertura vegetal; la falta de verdaderas políticas de mecanismos de acciones y manejo de los recursos naturales por parte de las instituciones que están relacionadas con el Municipio o la región, ha hecho quizás que las comunidades o asentamientos humanos no tengan conciencia de la acelerada destrucción de los ecosistemas, además la falta de incentivos forestales para que los mismos campesinos se conviertan en los propios guardianes de la vegetación existentes.

Las pequeñas franjas de vegetación que conforman corredores de protección, están formando por vegetación de bajo porte, se encuentran elementos como en el estrato arbóreo de zonas abiertas y de corredores entre otras especies: *Ficus sp* (Higuerón), *Anacardium excelsum* (Caracolí), *Didimopanax sp*, *Cecropia sp* (Yarumo), el estrato arbustivo lo conforman *Cyatheaceae*, *Guazuma ulmifolia* (Guazimo), *Solanaceae*, *Urticaceae*, *Vitaceae*, otras franjas se localizan sobre el área de influencia se ubican en la margen del Río Suárez que corresponde al Municipio, la Vereda Ensellada y Barro Negro donde se localizan unos corredores de protección del suelo y migración de animales.

Ventajas de los recursos. Las quebradas en su recorrido presentan unas franjas de vegetación, aunque están intervenidas (Corredores de Protección). En las diferentes veredas se localizan manchas y corredores de vegetación que cumplen funciones de protección y conservación del suelo.

Desventajas y consecuencias. Falta de ejecución de políticas concretas de manejo y un control sobre los recursos naturales por parte de las corporaciones y las autoridades del Municipio lo que esta conllevando a:

1. Pérdida de la cobertura vegetal por la tala o quema para la expansión de la frontera agropecuaria.
2. La pérdida de la diversidad biológica por la alteración de los ecosistemas naturales.

3. Cambios de usos del suelo por la introducción de cultivos y ganadería.
4. Contaminación de fuentes hídricas con agroquímicos.

La Formación Subandina. En el Municipio esta formación se caracteriza porque se extiende desde los 1.000 a los 1.900 m.s.n.m, con precipitaciones regularmente distribuidos anualmente de 2200-3500mm y temperaturas que oscilan entre 18-24° C según Atlas Ambiental. Se localiza en todo el territorio del Municipio (ver mapa de Formaciones Vegetales), pero es un bioma que está en constante transformación debido a que ha sido sustituido por la introducción de cultivos misceláneos, ganadería y por la expansión de asentamientos humanos en las zonas rurales, la vegetación principalmente se ubica en las orillas de las quebradas tomando el nombre de vegetación rarápía y pocas en el borde del río Suárez que son pequeños rastrojos bajos sumamente intervenidos, pero son manchas que no superan los 5 metros de espesor a lado y lado de los afluentes. La poca cobertura de vegetación en estos afluentes ha colaborado que los niveles de agua sean poco voluminosos y las consecuencias de deslizamientos y procesos erosivos sean frecuentes, ya que no hay una vegetación protectora que cumpla esta función eficientemente.

Este bioma que ha sufrido mucho gracias a su fácil acceso y por ser muy fértiles sus laderas y partes planas, lo cual está prácticamente deteriorado, debido que la vegetación se desarrolla en lugares y climas aptos para la agricultura o para la ganadería. La vegetación existente esta representada por elementos característicos como el Guazimo (*Guazuma ulmifolia*), *Eugenia sp* (Arrayán), *Eugenia sp* (Pumoroso), Caracolí (*Anacardium excelsum*), Yarumo (*Cecropia sp*), Chachafruto (*Erythrina edulis*), Guadua (*Bambusa guadua* y *B. Vulgaris*), Aguaco (*Cyathea sp*). *Byrsonima sp* (Ciruelo), *Nacedero*(*Trichanthera gigantea*) entre otras especies de importancia ecológica.

El reemplazo de la cobertura vegetal actualmente se presenta de una manera acelerada por la expansión de la frontera agropecuaria, para el establecimiento de cultivos misceláneos como café, cítricos, tomate, maíz, yuca, leguminosas, pastos naturales y manejados entre otros. La expansión ha traído como consecuencia la pérdida de la vegetación primaria ya sea por quemas, deforestación selectiva quedando el suelo expuesto a procesos perturbadores locales como la erosión, lo que ha colaborado en gran

parte a la sedimentación y reducción en los volúmenes de agua de quebradas que irrigan la zona. La pérdida de la vegetación en el territorio del Municipio es tan acelerada a través del tiempo y el espacio de generación en generación en donde solo en algunos sectores se ha conservado la vegetación, como por ejemplo en los drenajes que se forman entre las distintas montañas, las partes altas y las laderas pasan de un uso natural a practica culturales como lo son las zonas agrícola y ganadera. En esta formación vegetal, la cual se ha transformado casi por completo, se aprecian, además, extensas zonas cubierta por gramíneas y pastos naturales y manejados. Los cuales no prestan funciones adecuadas para proteger el suelo contra las perturbaciones naturales locales (lluvias, viento, erosión etc.), se localizan principalmente en la vereda Barro Negro y los sectores de Aguabuena y Chapas.

La agricultura en esta zona de estudio, es sumamente rudimentaria ya que los procesos técnicos son escasos por tratarse de sistemas agrícolas de subsistencia o autoconsumo, presentándose una sobreexplotación de los suelos, aunque se presentan extensas zonas cultivadas de caña panelera, sin embargo, no se aplican técnicas que colaboren a la protección del ambiente y la ecología ya que hay frecuentemente la utilización de químicos que han contribuido en la contaminación de las aguas, el aire y el suelo.

La tala indiscriminada de los bosques en zonas montañosas pone en peligro cada día más su función protectora. La apertura de carreteras en sitios inestables sin una adecuada planificación y estudios previos en la zona del impacto también contribuye en cierta forma con la pérdida de la capa vegetal. La deforestación proviene de la necesidad del campesino de establecer cultivos de subsistencia y pastos para el ganado. Las talas indiscriminadas, han originado desestabilización en los suelos que en cierto modo son frágiles, originando deslizamientos en épocas de lluvias. Se realizó un corte de información

1.2 PROPIEDADES QUÍMICAS Y QUÍMICO- FÍSICAS DE LA MADERA.

Para hacer un aprovechamiento óptimo de la madera desde el punto de vista químico es necesario conocer su composición química, cuyos compuestos surgen de la combinación de los elementos C, H y O, la que se compone, de forma general, de dos grupos de

sustancias: extraíbles y los componentes de la pared celular, estos últimos comprenden la lignina, celulosa y hemicelulosa (Hans, B. y Anders, R., 1995).

Cada uno de estos componentes presenta distintas estructuras químicas. Sus proporciones, en los vegetales leñosos, comprende los siguientes rangos de valores (Díaz A., 1986), (Cartagena, M. del C., 1994): lignina, entre 25 y 35 % (maderas blandas), entre 17 y 25 % (maderas duras); celulosa, entre 40 y 45 %, prácticamente igual tanto para maderas duras que para maderas blandas); hemicelulosa, 20 % (maderas blandas), entre 15 y 35 % (maderas duras).

Por otra parte se puede decir que los árboles no podrían alcanzar tanta altura si sus troncos no estuvieran impregnados de **lignina**, cuya propiedad de aglutinamiento proporciona la dureza y rigidez necesaria a los haces de fibras celulósicas.

La pared secundaria, que constituye la mayor parte de la madera, contiene cerca del 75 % de la lignina (Tancredi, N., 1995.). Esta sustancia da a la pared celular una gran resistencia, dureza e impermeabilidad, lo que va a permitir en futuras aplicaciones, desarrollar sobre ella un proceso regulado de gasificación y la creación de poros, obteniéndose carbón activado.

A modo de resumen, podemos añadir que en las coníferas la relación lignina hemicelulosa-celulosa es de 30:20:50 % en masa y en las latifolias la relación es en igual orden, de 20:30:50 (Díaz, A., 1986).

Existen diferentes vías para el aprovechamiento tecnológico de los residuos lignocelulósicos. Considerando la naturaleza de los procesos a emplear pueden distinguirse de forma general los procedimientos químicos-hidrolíticos, biológicos y termoquímicos (Cordero, T., 1987; Rodríguez, J. J., 1990).

1.3 ARTESANO

Un **artesano** es una persona que realiza labores de artesanía. Contrariamente a los comerciantes, no se dedica a la reventa de artículos sino que los hace él mismo o les agrega algún valor. En varios países es considerado como pequeño empresario (*Pyme*)

Casi todas las ciudades antiguas deben su urbanismo a los artesanos de la construcción.

Los artesanos tienen que competir con "artesanías" de otros países a precios muy baratos, lo que les obliga muchas veces a bajar la calidad de sus trabajos para poder sobrevivir. Los Artesanos se caracterizan por usar materiales típicos de su zona de origen para fabricar sus productos. De esta manera la Artesanía Cual Embajadora, refleja la identidad de cada Región y promueve la cultura de cada pueblo viajando alrededor del mundo.

1.3.1 Criterios sobre el concepto de artesanía. Antes de profundizar en el tema de la protección jurídica, es importante conocer la definición que establece la OMPI, en su Glosario del año 1980:

Artesanía. Es el arte manual consistente en producir a mano cada uno de los ejemplares de una obra, como se practica principalmente en los campos del arte folklórico y de las artes aplicadas.

No obstante esta definición, consideramos que debemos exponerles a ustedes otras disquisiciones sobre dicho concepto.

En el Encarta-2000 se especifica que "**Artesanía** es el conjunto de las artes realizadas total o parcialmente a mano que requiere destreza manual y artística para realizar objetos funcionales o decorativos.

Actualmente, la **artesanía** se ocupa principalmente de la elaboración de alfombras y otros textiles, además de los bordados, la cerámica, la ebanistería y la metalistería. Este oficio

lo practican los artesanos, que trabajan en sus hogares con un equipo mínimo, o en talleres instrumentos y materiales más costosos.

La artesanía es tan antigua como la humanidad. Si bien en principio tenía fines utilitarios, hoy busca la producción de objetos estéticamente agradables, entre las técnicas artesanales más antiguas se encuentran la cestería, el tejido, el trabajo en madera y la cerámica."

En consecuencia, la variedad de lo artesanal se multiplica artificiosa: hay arte popular, entendido como producción de formas estéticamente apreciables por parte de los sectores populares; arte indígena, cuando éstos sectores son indígenas; artesanía, cuando esos objetos no son estéticamente estimables ; industria artesanal, cuando el volumen de esta producción alcanza dimensiones considerables: artesanía urbana, cuando cualquiera de los anteriores procesos se da en las ciudades; arte de aeropuertos, cuando el componente estético se considera devaluado por la modernidad. En Colombia se considera tradicional-popular a la artesanía de origen europeo y contemporáneo a la que produce la cultura de los inmigrantes. En una práctica marcada por la variedad y la difusión, este tipo de clasificación puede multiplicarse indefinidamente.

La voz artesanía expresa un concepto totalizador que abarca toda la producción manual – contenga o no una expresión artística – trabajada o realizada con herramientas simples, frecuentemente de factura artesanal. Es por ello que incluso las propias construcciones habitacionales tradicionales, que siempre encontramos enmarcadas en la esfera de la arquitectura popular, no escapan del todo a este concepto.

Al igual que las demás manifestaciones propias de la tradición cultural, la **artesanía** es popular aunque no todos la practiquen . Casi siempre es anónima: su autoría se pierde en el tiempo y el espacio; y su producción responde a necesidades objetivas de la comunidad, sean estas de índole económica, doméstica o religiosa.

Según el artículo publicado por Germán Bercovitz en su libro, obra plástica y derechos patrimoniales de su autor en su edición de 1997, el "concepto de **artesanado** es un concepto amplio que comprende múltiples artes diversas y que tienen como característica distintiva común la realización artesanal, manual; así como un cierto sentido de

singularidad de los objetos, y de calidad distinta de la del objeto producido industrialmente. En cierto sentido, tiende más al anonimato que otras artes como la pintura, escultura, etc. Añade además, que toda forma de artesanado puede presentar particularidades propias en los intereses a tutelar."

En lo que coinciden todos los estudiosos del tema, es que la **artesanía** es un arte manual, que responde a necesidades de la comunidad y que tiene un carácter anónimo y que además, debe ser tutelada, en cuanto a su carácter artístico, por las normas que regulan la propiedad intelectual. Todas estas definiciones, nos dan la medida del auge que han tomado las obras de **artesanías** como objeto de consumo y además vinculada a una actividad económica netamente cultural y, es aquí donde radica la importancia de su protección jurídica.

Artesanía. Actividad de producción de bienes que se realiza a través de las especialidades que circunscriben los oficios y que se llevan a cabo con predominio de la energía humana de trabajo, física y mental, complementada, generalmente, con herramientas y maquinas relativamente simples; condicionada por el medio ambiente físico (factor de delimitación del espacio) y por el desarrollo histórico (factor de circunscripción sociocultural en el tiempo). Actividad con la que se obtiene un resultado final individualizado (producto específico), que cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte dentro de un marco cultural determinado al cual contribuye a caracterizar en cada momento de su historia.

La artesanía es la actividad de transformación para la producción de bienes, a través de oficios que se llevan a cabo con predominio de la energía humana, de trabajo físico y mental, complementada generalmente con herramientas y máquinas relativamente simples, y condicionada por el medio ambiente físico y por el desarrollo histórico. Con esta actividad se obtiene un resultado final individualizado (producto específico), que cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte, puesto que expresa valores culturales de un contexto social al cual contribuye a caracterizar.

1.3.2

Clasificación

Artesanía indígena. Producción de bienes útiles, rituales y estéticos, condicionada

directamente por el medio ambiente físico y social. Constituye expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Es elaborada para satisfacer necesidades sociales e integra, como actividad práctica, los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, conocimiento que es transmitido directamente a través de las generaciones.

Artesanía tradicional popular. Producción de objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizada en forma anónima por determinado pueblo que exhiba un completo dominio de materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con las que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, y cuyas tradiciones están constituidas por el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos.

Artesanía contemporánea o neoartesanía. Producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socio culturales y niveles tecnológicos. Culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo.

Carpintería. Oficio de producción de una gran gama de objetos en madera de muy diversas clases y diferentes tipos de acabado, mediante los procedimientos técnicos de corte, talla, labrado, torneado, calado, cepillado, armada y pegado cuyo diseño sigue los imperativos de la funcionalidad del producto. El equipo de trabajo esta compuesto por instrumentos de corte, labrado, pulimento, armada, tales como serruchos, sierras de bastidor, garlopas, cepillos, pulidoras, formaletas, billamarquines, formones, gubias, mazos, martillos. También se ejecuta con sierras circulares y sinfines, tornos, caladoras,

cepilladoras, taladros, en su mayoría movidos por energía eléctrica. Otras más directamente relacionadas con las técnicas son hachas, azuelas, machetes, hachuelas.

Feria artesanal. Espacio físico y operativo (que bien puede ser parte de la vivienda), delimitado para la ejecución de las actividades de un oficio o rama especializada de la producción generalmente, enmarcado en una expresión cultural particular actividades mediante las que los ejecutores participantes, al mismo tiempo que transmiten o asimilan los conocimientos de la profesión de acuerdo con sus respectivos niveles profesionales, elaboran una determinada clase de bienes mediante la transformación de unas materias primas, para lo que utilizan los elementos técnicos allí instalados

1.4 MARCO DE REFERENCIA LEGAL

Constitución política de Colombia

Fecha	de	Expedición:	Octubre	3	de	1991.
Entidad	que	la Emite:	Asamblea	Nacional		Constituyente.
Objeto	de	la norma:	Es	la	carta	política fundamental.

Ley 10 de 1991

Por lo cual se regulan las Empresas Asociativas de Trabajo

Decreto numero 1100 de 1992

Por el cual se reglamente la Ley 10 de 1991

Véanse anexos A al E.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Identificar las características de la población conformada por el grupo de almacenes comercializadores de artesanías en los municipios de Bucaramanga, San Gil, Socorro, Curiti, Barichara y Parque Nacional Chicamocha del Departamento de Santander, que permita conocer aspectos referentes a la demanda y oferta que puedan tener de productos artesanales típicos con referencia a productos similares.

2.1.2 Objetivos específicos.

- Describir los productos artesanales en madera recuperada de río a ofrecer por parte de la nueva empresa artesanal a la población objetivo.
- Identificar el mercado potencial y objetivo del proyecto para enfocar el proyecto en materia comercial.
- Medir la demanda que posee el producto de la nueva empresa artesanal para conocer las necesidades de este tipo de productos en el mercado, así como los gustos y tendencias del mismo.
- Medir la oferta o competencia que posee el producto de la nueva empresa artesanal a fin de determinar la participación en el mercado de esta identificando así, el mercado no cubierto aún.

- Diseñar los canales de comercialización aptos para dar a conocer y distribuir el producto.
- Definir las estrategias de precios bajo los cuales se comercializará el producto
- Diseñar la estrategia publicitaria y los medios de promoción del producto ofrecido por la nueva empresa artesanal.

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

2.2.1 Definición, uso y especificaciones del producto. El producto principal generado por el grupo de jóvenes emprendedores del Municipio de Palmas del Socorro, son las artesanías rústicas y utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano, entre los cuales se tienen:

- Lámparas: Lámpara de 70 cm con chucho (calabazo tinturado, envejecido, lijado) con perforaciones para crear ambientes de luz muy agradables.
- Mesas: Mesa de 70 x 1 m, utilizando madera de arrayán con vidrio de 6 líneas, templado de una altura de 50 cm tintinado y enserada, con un peso aproximado entre 50 y 70 kilos ensamblado con tarugos de zapan, color café.
- Fruteros: piezas únicas e irrepetibles, pues conservan las formas naturales de la madera, además tienen tamaños y formas caprichosas. La textura y peso varía de acuerdo a la clase de madera: arrayán, cedro, tbigaro, cugi, móncoro, etc.
- Espejos: Espejo de 50 x 70 cm utilizando madera de arrayán con anclaje a la pared por medio de dos tornillos, tintura con tintillas en color caramelo y miel, acerado con cera virgen de abejas y un espejo de muy buena calidad.

Véase anexo A, fotografías de los productos a ofrecer.

Materia prima: Madera de río de diseño natural, semillas, raíces, frutos secos, fibras. Para muebles rústicos se utiliza el arrayán.

Fuentes de abastecimiento de insumos:

- la materia prima utilizada es la madera encontrada en las resacas de los ríos aledaños al municipio y en las orillas de las quebradas, las cuales se encuentran inmunizadas en forma natural por el proceso mismo de la naturaleza.
- Las semillas que emanan de los árboles
- Las fibras como el fique, la hoja de cañabrava y la nacuma que se producen en la región y que estos artesanos conocen y manejan su procesamiento.
- Los frutos secos como el chucho y la calabaza que son también producidos en la región.

Usos: El producto tiene su principal uso en la decoración de hogares, oficinas, negocios y fincas de recreación y descanso.

2.2.2 Productos Sustitutos. Los productos sustitutos son artesanías elaboradas en:

- Útiles y artesanías en general elaborados en Barro
- Artesanías elaboradas en Porcelanicron
- Objetos decorativos tallados en Madera
- Objetos decorativos elaborados a base de Fique
- Muebles y lámparas elaborados en Guadua
- Objetos decorativos elaborados en Fibra de vidrio
- Arte country

2.2.3 Complementarios. Los productos complementarios son:

- Cojines decorativos para las sillas,
- Bombillos para las lámparas
- Carpetas bordadas o tejidas para las mesas
- Frutas en cristal, barro, metal u otro material que complementen los fruteros

2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia. Los atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia son:

- Diseños exclusivos
- Piezas únicas
- Maderas rústicas
- Elaborados totalmente a mano
- Madera inmunizada naturalmente que aseguran su durabilidad
- Objetos utilitarios y decorativos
- Diseños que evocan el pasado
- Colores naturales

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Por una parte hace referencia a la cantidad de almacenes de artesanías de diversa naturaleza y que están localizados en el área de influencia del proyecto. Por otra parte son los turistas de Palmas del Socorro que tendrán la intención de adquirir los productos.

2.3.2 Mercado objetivo. Los productos estarán dirigidos a: a) las personas de los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6, los cuales pueden ser habitantes del municipio de Palmas y turistas del mismo Municipio. b). los clientes de los almacenes de artesanías de Bucaramanga, San Gil, Socorro, Curití, Barichara y Parque Nacional Chicamocha.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Planteamiento del problema de mercadeo. El grupo de jóvenes emprendedores ubicados en el municipio de Palmas de Socorro, tiene una producción constante de piezas únicas artesanales en madera, las que se consideran el PRODUCTO. Este producto está dirigido a las personas que se encuentran ubicadas en los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6, toda vez que su PRECIO está fijado de acuerdo al esfuerzo realizado para la elaboración de estas piezas, dada también su exclusividad. Desde hace dos años se venden solamente en el Municipio Palmas del Socorro a los turistas que visitan estas hermosas tierras, la empresa se encuentra estancada es decir no proyecta un crecimiento que le permita llegar a los mercados regionales y de esta manera mejorar la calidad de vida de sus asociados. Con la denominación de San Gil como Capital turística del Departamento concentra cada día más turistas nacionales y extranjeros, situación que muestra una excelente oportunidad para vender los productos artesanales a los visitantes que cada temporada van en aumento, por lo tanto se pretende ampliar el mercado, es decir fijar una PLAZA más amplia para lograr vender más cantidad de productos, penetrar otros mercados, y así lograr más utilidad. Se considera que uno de los aspectos que facilitarían esta labor está concentrado en la PROMOCION que sobre el particular se realice, sin embargo, para poder determinar con exactitud como solucionar este problema de mercadeo, se debe realizar una investigación de mercados donde se conozca y determine específicamente el mercado de la demanda y el mercado de la oferta o competencia para el producto escogido - artículos artesanales en madera de río.

2.4.2 Necesidades de información. Para la realización del estudio de la demanda las investigadoras requieren:

- Obtener datos reales de la población – negocios comercializadores de artesanías en la zona demarcada como mercado objetivo.
- Saber si los propietarios de los negocios estarían dispuestos a la venta de los productos realizados por la empresa objeto de estudio.

- Conocer el gusto por los productos que la empresa en cuestión ofrecería, dada su capacidad de producción.
- Cuantificar la cantidad de compra y la frecuencia de la misma.
- Establecer en términos concretos, el portafolio de productos a ofrecer a la población objeto.
- Conocer la capacidad de pago de los turistas que adquieren este tipo de artesanías.

2.4.3 Ficha técnica negocios comercializadores de artesanías (almacenes).

<p>Tipo de investigación</p>	<p>El tipo de investigación desarrollada es de carácter <u>exploratorio</u> inicialmente, dado que con este tipo de estudio se recopila la información preliminar a través de entrevistas, observaciones, conversación directa.</p> <p>El tipo de investigación descriptivo se utilizó también para poder establecer características demográficas de unidades investigadas.</p> <p>Así mismo se utiliza la investigación <u>concluyente</u>, dado que su aplicación se realiza a través de encuestas y planes de muestreo. Con este tipo de investigación se busca conocer las tendencias gustos y preferencias de la población, hacia este nuevo producto.</p>
<p>Método de investigación</p>	<p>El método científico permitió demostrar la veracidad de los hechos o características de la problemática tratada delimitando el problema que se va a tratar, éste (el método) permite organizar la metodología correcta a seguir en el conocimiento y proseguir con la observación para corroborar la realidad de la vivencia del adulto mayor, posteriormente consignarlos en la investigación adelantada; la inducción para analizar ordenada, coherente y lógicamente el problema de investigación partiendo de verdades particulares y concluyendo con verdades generales donde se narren los rasgos descubiertos; la deducción facilita el</p>

	proceso de explicaciones particulares contenidas en la situación general; finalmente analizar y sintetizar para conocer la realidad de la problemática estudiada a fin de poder presentar soluciones que vayan en beneficio de la persona objeto de la investigación.
Fuentes de información	<p>Fuentes primarias. A fin de obtener la información requerida para la investigación de mercados, se utilizarán fuentes primarias, para lo cual a partir de cuestionarios para aplicar, se harán las correspondientes averiguaciones.</p> <p>Fuentes secundarias. La investigación implica el uso de fuentes secundarias tales como Planeación Municipal, Banco de Datos del Dane, Plan de Desarrollo Municipal. En tales sitios se encuentra información perteneciente al Censo de población, estratificación de la misma, número de empresas existentes, actividad, patrimonio, entre otra información.</p>
Técnicas de recolección de información	La encuesta.
Instrumento	Cuestionario estructurado aplicado al mercado objetivo. Véase anexos F.
Modo de aplicación	Aplicando el instrumento “cuestionario estructurado” de forma personal.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	<ul style="list-style-type: none"> • Elemento muestral: El propietario del establecimiento que vende artesanías. • Unidad muestral: El establecimiento que comercializa artesanías.
Proceso de muestreo	El tipo de muestreo a trabajar es el aleatorio simple.
Censo principales almacenes que comercializan artesanías.	<p>La población de negocios objeto de estudio se distribuye así:</p> <p>Negocios en Curití: Ecofibras Negocios en Barichara: Tierra Arte</p>

	<p>Negocios en San Gil: Centro Artesanal Uribe Parque el Gallineral Feria artesanal Tierra Arte</p> <p>Negocios en B/manga: Artesanías el Bosque Arte Colonial Eknia Tierra Arte</p> <p>Negocios en PANACHI: Tierra Arte</p> <p>Con esta población se realizará un censo. <i>Se aclara que los negocios de artesanías que venden exclusivamente muebles rústicos, vasijas y elementos de barro cocido, tejidos en tela entre otros, no se tuvieron en cuenta para este estudio.</i></p>
Marco muestral	Listado del censo, obtenido de la investigación en fuentes secundarias. Oficina de Planeación Municipal y EOT del municipio de Palmas del Socorro.
Alcance	Municipio de Palmas del Socorro y negocios definidos en el ítem denominado Cálculo de la muestra.
Tiempo de aplicac.	1 mes a partir del 01 de octubre de 2007.

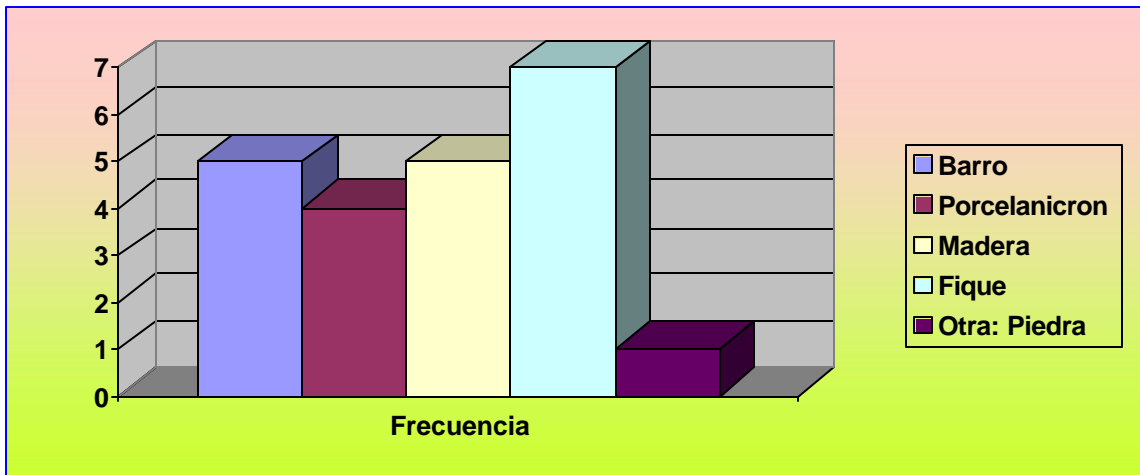
2.4.4 Análisis de la información - negocios comercializadores de artesanías (almacenes). Al aplicar el instrumento a la población definida como comercializadores de artesanías (ocho), a través de un censo, se ha podido establecer la información que a continuación se muestra:

1. Qué clase de artesanías vende en su negocio?

Cuadro 3. Clase de artesanías que se vende en los negocios.

Tipo	Frecuencia	Composición
Barro	5 / 8	63%
Porcelanicron	4 / 8	50%
Madera	5 / 8	63%
Fique	7 / 8	88%
Otra: piedra, iraca, cuero, totumo.	1 / 8	13%

Figura 3. Clase de artesanías que se venden en los negocios.



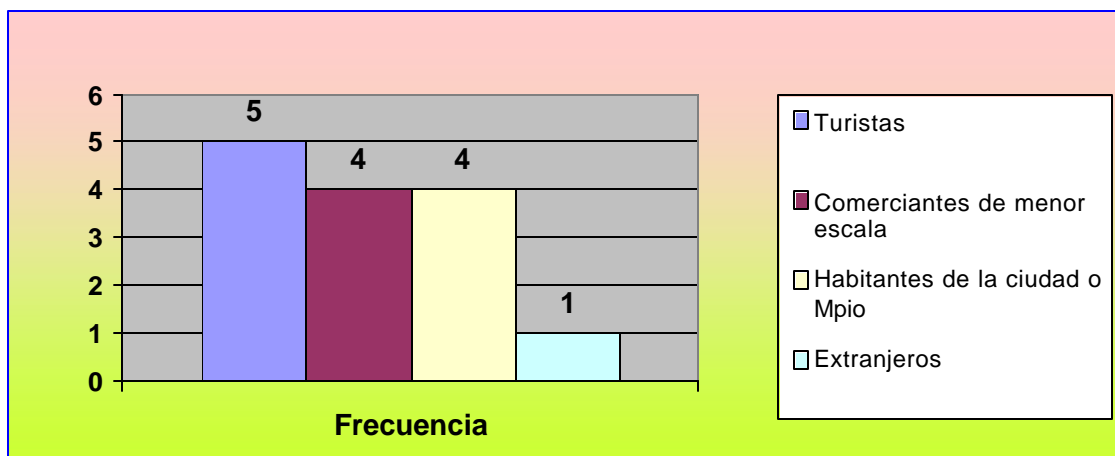
Las artesanías más vendidas en los establecimientos son las elaboradas en fique (32%), en su orden de importancia le siguen las artesanías elaboradas en barro y madera con proporciones equitativas de participación en ventas (23% cada una). Los de menor venta son las elaboradas en porcelanicron y en piedra, iraca, cuero y totumo.

2. A quienes le vende su mercancía?

Cuadro 4. Personas a quienes se les vende la mercancía.

Tipo	Frecuencia	Participación
Turistas	5 / 8	63%
Comerciantes de menor escala	4 / 8	50%
Habitantes de la ciudad	4 / 8	50%
Extranjeros	1 / 8	13%

Figura 4. Personas a quienes se les vende la mercancía.



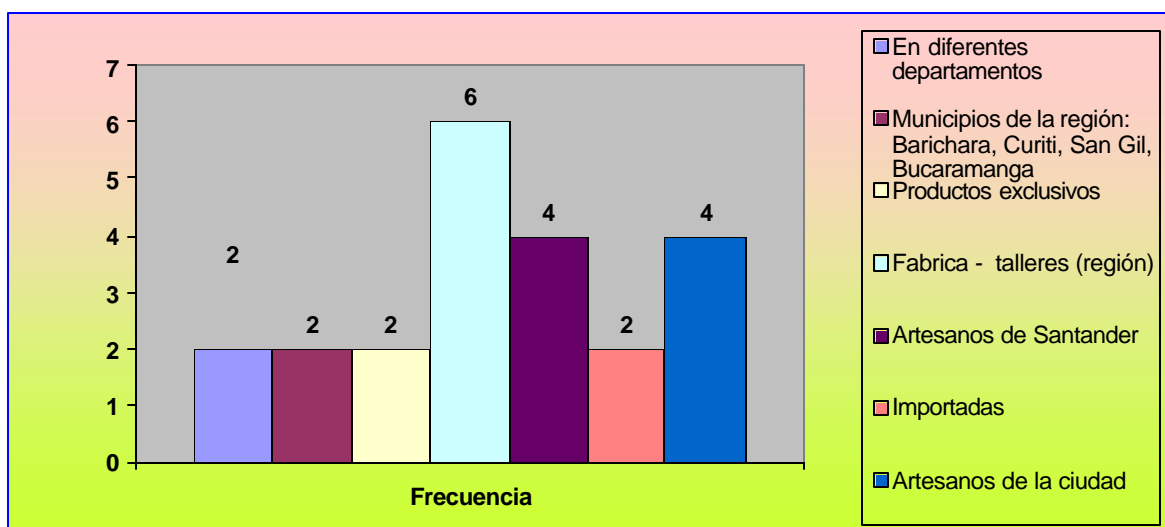
Para los establecimientos analizados es claro que sus mayores mercados son los turistas (63%) y los habitantes de la misma ciudad o municipio (50%). Por tal razón, se visualiza como imperativas las respuestas dadas por ellos en el sentido en que los comerciantes de menor escala, no son los más interesados en adquirir este tipo de mercancías. Su foco poblacional son los turistas y los pobladores natos del municipio. Sin embargo la participación de los comerciantes a menor escala es del 50%.

3. Donde adquiere las artesanías que vende?

Cuadro 5. Sitio donde se adquieren las artesanías que venden.

Tipo	Frecuencia	Participación
En diferentes departamentos	2/8	25%
Municipios de la región: Barichara, Curiti, San Gil, Bucaramanga	2/8	25%
Productos exclusivos	2/8	25%
Fabrica - talleres (región)	6/8	75%
Artesanos de Santander	4/8	50%
Importadas	2/8	25%
Artesanos de la ciudad	4/8	50%

Figura 5. Sitio donde se adquiere las artesanías que venden.



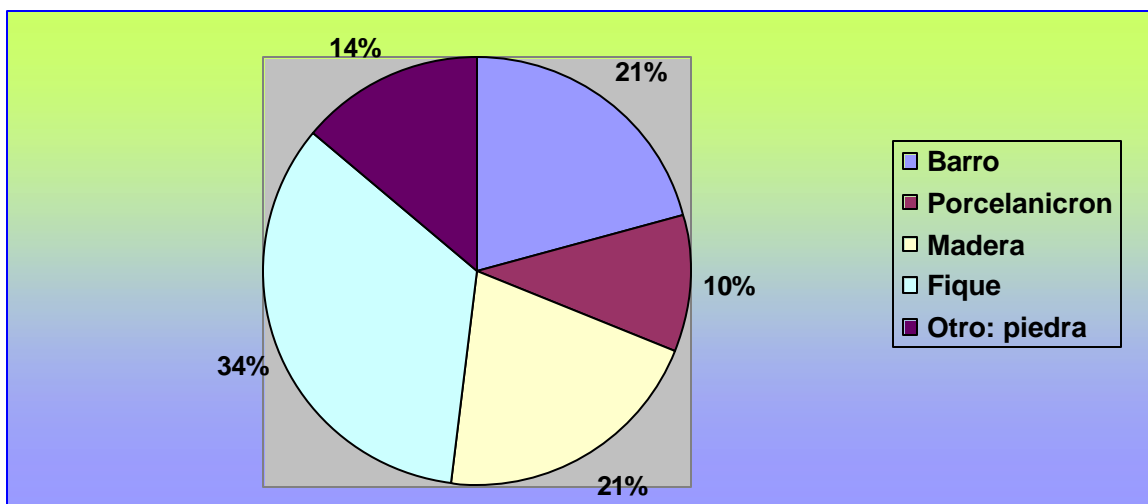
Las respuestas dieron una baraja grande de posibilidades con respecto al sitio donde adquieren las artesanías, tales como: En diferentes departamentos, municipios de la región: Barichara, Curiti, San Gil, Bucaramanga, Productos exclusivos del almacén, fábricas y talleres de la región, Artesanos de Santander, Importadas, artesanos del municipio. Sin embargo se observa preferencia de compra por los productos de la región ya sea municipal o departamental, como muestra de lo autóctono para ofrecer a los visitantes.

4. Qué cantidad mensual vende de artesanías clasificadas por su tipo

Cuadro 6. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo

Tipo	Cantidad promedio en unidades	Cantidad promedio en pesos por establecimiento.	Composición
Barro	347	1.233.333	21%
Porcelanicron	165	625.000	10%
Madera	347	1.242.857	21%
Fique	561	2.022.500	34%
Otras: piedra	231	833.333	14%
TOTAL		5.957.023	100%

Figura 6. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo



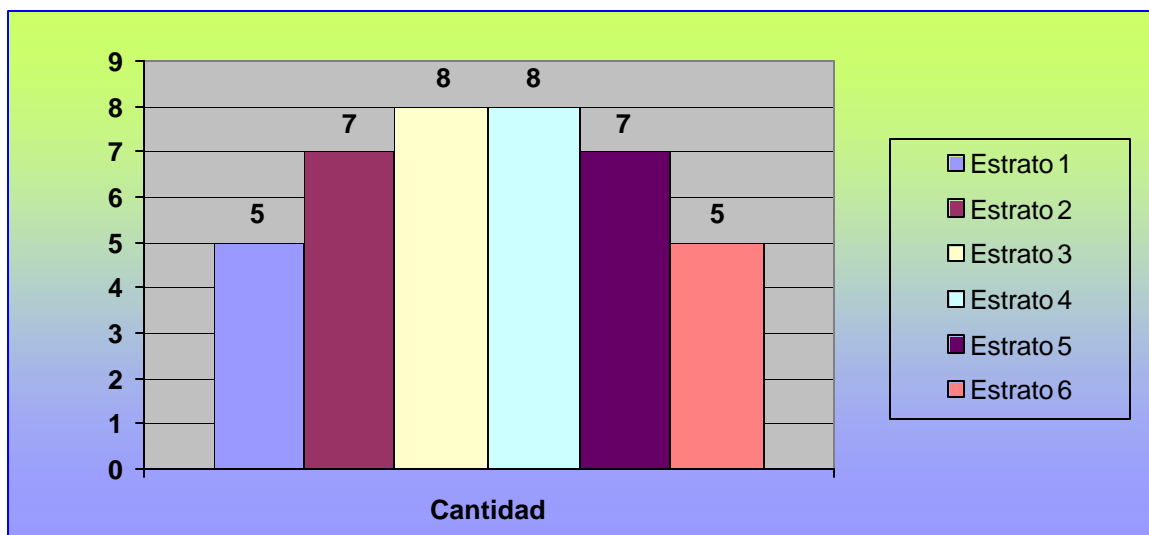
El 34% de las ventas se componen de elementos en fique, el 21% en elementos de madera y en barro, el 14% en elementos de piedra y el 10% en porcelanicron. La tendencia que se observa por los artículos de madera se considera de especial importancia toda vez que capta gran parte de la torta de participación.

5. Que estratos socioeconómicos atiende?

Cuadro 7. Estratos socioeconómicos que se atienden

Tipo	Cantidad	Composición
Estrato 1	5/8	62,5%
Estrato 2	7/8	87,5%
Estrato 3	8/8	100%
Estrato 4	8/8	100%
Estrato 5	7/8	87,5%
Estrato 6	5/8	62,5%

Figura 7. Estratos socioeconómicos que se atienden



Pese a que todos los negocios atienden a todos los estratos socioeconómicos que los visitan, porque no son excluyentes, es claro que las ventas son más significativas en los estratos 3, 4, 5 y 6, dados que son quienes compran realmente una cantidad mayor.

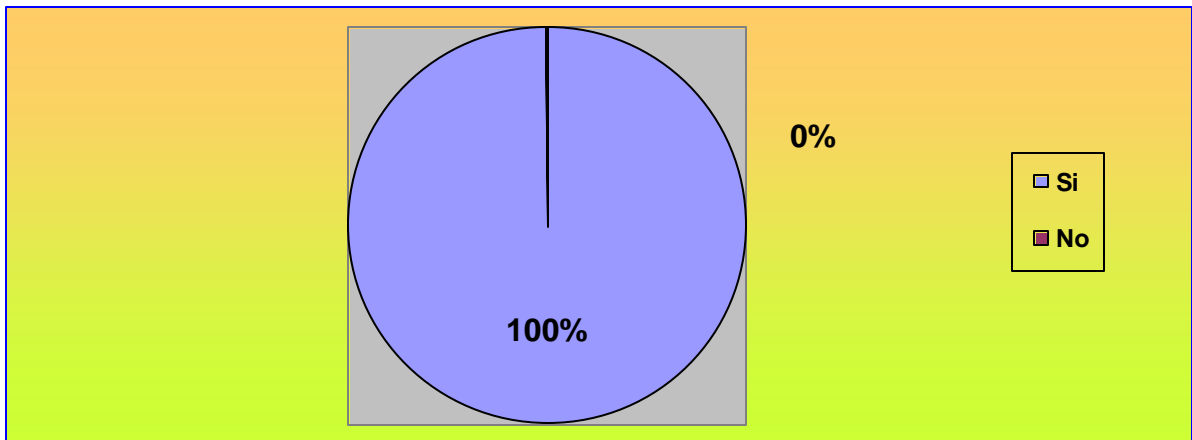
6. Si le ofreciéramos artesanías rústicas utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región, elaboradas totalmente a mano, las adquiriría para la venta en su establecimiento?

Cuadro 8. Disponibilidad de comercializar artesanías rústicas utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región.

Respuesta	Cantidad	Composición
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: autoras del proyecto.

Figura 8. Disponibilidad de comercializar artesanías rústicas utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región.



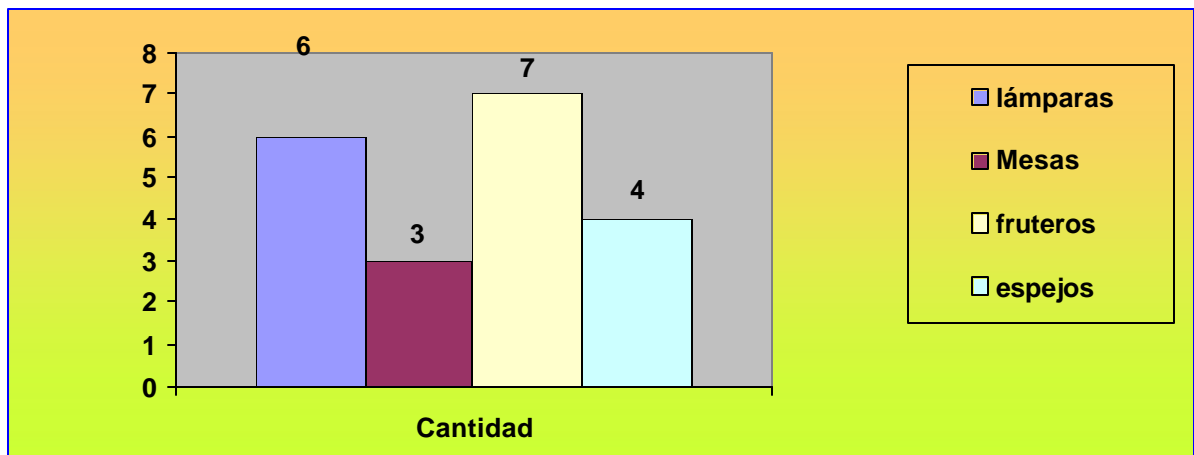
El 100% de la población está dispuesta no solo a conocer este tipo de productos sino también a tratar de venderlos a través de su comercialización en sus establecimientos. Lo consideran interesante y como una nueva oportunidad de negocio.

7. Qué productos de los siguientes considera que vendería con mayor facilidad?

Cuadro 9. Productos considerados de fácil venta en los establecimientos

Tipo	Cantidad	Composición
Lámparas	6 / 8	75%
Mesas	3 / 8	38%
Fruteros	7 / 8	88%
Espejos	4 / 8	50%

Figura 9. Productos considerados de fácil venta en los establecimientos



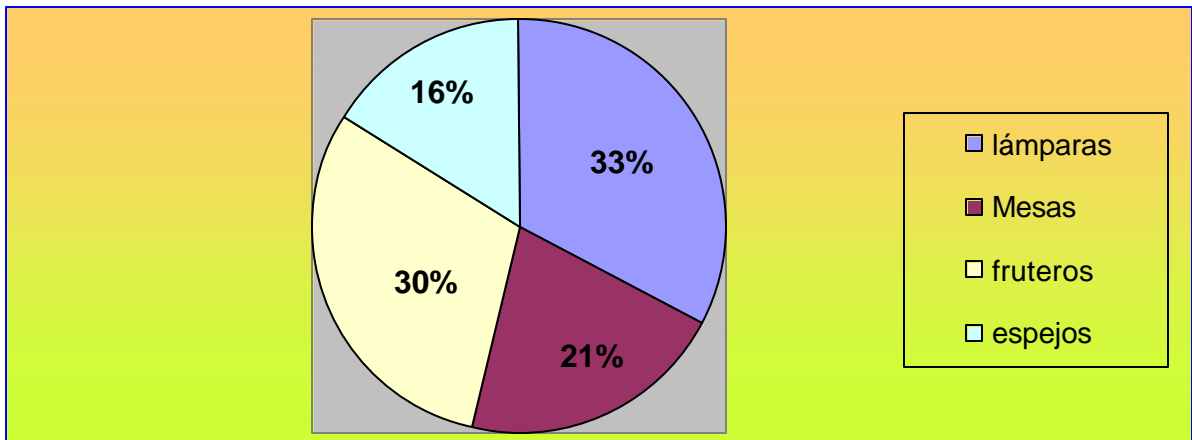
La población opina que los cuatro productos lámparas, muebles, fruteros y espejos tienen alto impacto. Los de mayor aceptación son en su orden: fruteros con el 88% de participación, las lámparas con el 75% de participación, los espejos el 50% de participación y las mesas el 38% de participación. Por lo tanto todos deben hacer parte de su portafolio de productos y éstos se consideran que todos deben liderar el mercado.

8. Qué cantidades considera que mensualmente podría vender de estos productos artesanales enunciados en el numeral anterior.

Cuadro 10. Cantidades consideradas como probables para vender en productos artesanales mensualmente.

Tipo	Cantidad promedio	Composición
Lámparas	53	33%
Mesas	34	21%
Fruteros	49	30%
Espejos	26	16%
TOTAL	162	100%

Figura 10. Cantidades consideradas como probables para vender en productos artesanales mensualmente.



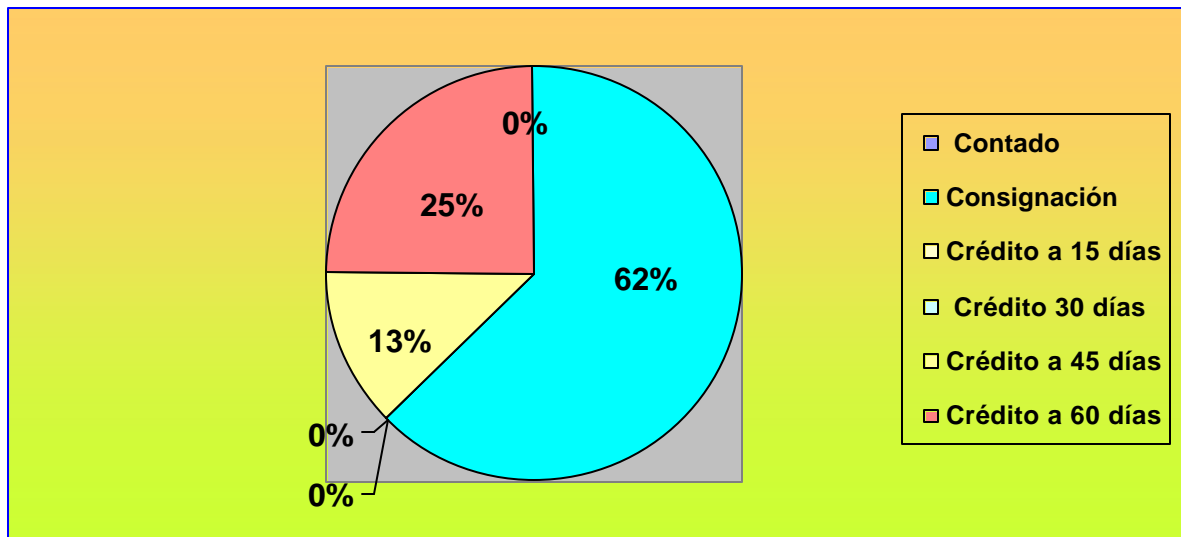
Las lámparas y los fruteros son los elementos con mayor participación entre los que tendrán más probabilidades de ser vendidos. Los espejos son los elementos con menor probabilidad de compra. En promedio se pretende vender 162 unidades mensualmente teniendo en cuenta el mercado ofrecido para promocionar los productos a elaborar por la empresa objeto de estudio.

9. Modalidad de adquirir los productos

Cuadro 11. Modalidad de adquirir los productos.

Tipo	Cantidad	Composición
Contado	0	0%
Consignación	5	62%
Crédito a 15 días	0	0%
Crédito 30 días	0	0%
Crédito a 45 días	1	13%
Crédito a 60 días	2	25%
TOTAL	8	100%

Figura 11. Modalidad de adquirir los productos.



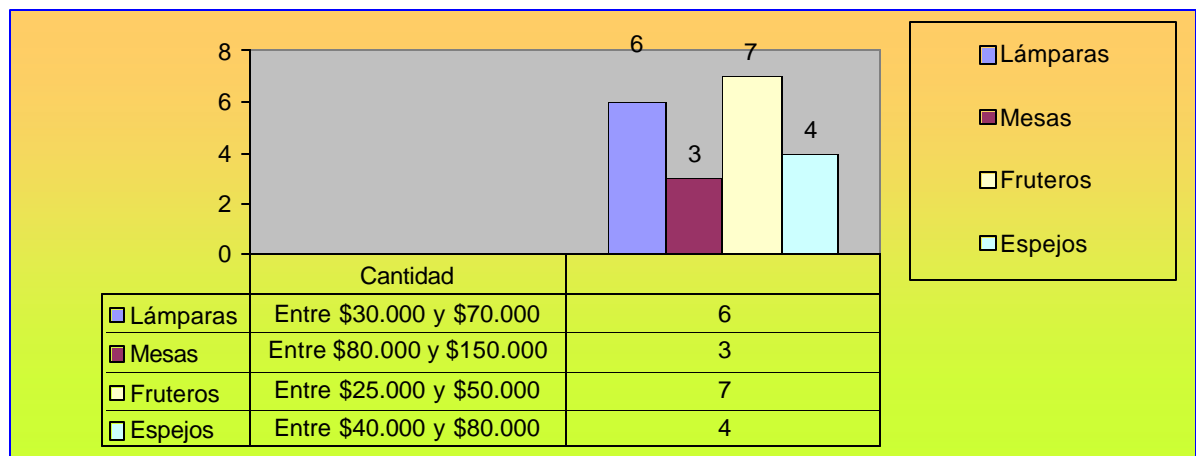
El 62% de la población prefiere no correr riesgo con la mercancía adquirida por tal razón deciden adquirirla en consignación. El porcentaje restante es decir el 27% de la población, si compran el pedido, pero a crédito entre 45 y 60 días, previendo que la mercancía no rote lo suficientemente rápido en su negocio. Opinan que una vez despega el producto y de acuerdo con su rotación hacen las compras a 15 días y a contado.

10. Precios promedio para los productos ofrecidos

Cuadro 12. Precios manejados para productos similares actualmente en los almacenes.

Tipo de artesanía	Precio promedio	Frecuencia	Composición
Lámparas	Entre \$30.000 y \$70.000	6 / 8	75%
Mesas	Entre \$80.000 y \$150.000	3 / 8	38%
Fruteros	Entre \$25.000 y \$50.000	7 / 8	88%
Espejos	Entre \$40.000 y \$80.000	4 / 8	50%

Figura 12. Precios manejados para productos similares actualmente en los almacenes.



Los precios manejados por los comercializadores de artesanías en productos similares a los que se pretenden vender a través del presente proyecto, marcan una tendencia importante en el hecho de conocer el mercado que tipo de precios acepta en los artículos que se van a ofrecer. La permeabilidad del mercado en cuanto a precios en los productos artesanales de madera tienen promedios de acuerdo al tipo de madera utilizada y al tamaño y diseño del mismo, por lo tanto en el cuadro 12 se muestran promedios por rangos. Es así como el artículo más barato está por el orden de \$25.000 (espejos) y el más costoso está en promedio por el orden de los \$150.000 (mesa).

Conclusión general del estudio realizado a los negocios comercializadores de artesanías:

- ✓ Los ocho (8) almacenes encuestados estarían interesados en comercializar las artesanías ofrecidas por la empresa objeto del presente estudio.
- ✓ Las artesanías más vendidas en los establecimientos son las elaboradas en fique, la madera ocupa el segundo lugar de preferencia.
- ✓ Para los establecimientos analizados es claro que sus mayores mercados son los turistas (59%) y los habitantes de la misma ciudad o municipio, por tal motivo estas personas conforman su foco de mercado objetivo. El resto de mercado (la parte minoritaria) lo conforman los comerciantes a menor escala y los extranjeros.
- ✓ Los sitios donde adquieren las artesanías los comerciantes son: En diferentes departamentos, municipios de la región: Barichara, Curití, San Gil, Bucaramanga, Productos exclusivos del almacén, fábricas y talleres de la región, Artesanos de Santander, Importadas, artesanos del municipio. Se observa preferencia de compra por los productos de la región ya sea municipales o departamentales.
- ✓ El 34% de las ventas se componen de elementos en fique, el 21% en elementos de madera y en barro, el 14% en elementos de piedra y el 10% en porcelanicon.
- ✓ Las compras más significativas son realizadas por personas ubicadas en los estratos 3, 4, 5 y 6.
- ✓ El 100% de los almacenes están dispuestos no solo a conocer los productos que la empresa objeto de estudio pretende ofrecer, sino también a venderlos directamente.
- ✓ Los cuatro productos lámparas, muebles, fruteros y espejos tienen alto impacto. Los de mayor aceptación son en su orden: fruteros y lámparas. Los espejos son los elementos con menor probabilidad de compra.
- ✓ En promedio se pretende vender 162 unidades mensualmente teniendo en cuenta el mercado ofrecido para promocionar los productos a elaborar por la empresa objeto de estudio.
- ✓ El 63% de la población prefiere no correr riesgo con la mercancía adquirida por tal razón deciden adquirirla en consignación. El porcentaje restante a crédito entre 45 y 60 días.
- ✓ Los precios manejados por los comercializadores de artesanías en productos similares a los que se pretenden vender a través del presente proyecto, marcan una tendencia

importante en el hecho de conocer el mercado que tipo de precios acepta en los artículos que se van a ofrecer. El artículo más barato está por el orden de \$25.000 (espejos) y el más costoso está en promedio por el orden de los \$150.000 (mesa).

2.4.5 Ficha técnica – turistas que visitan al Municipio de Palmas del Socorro.

<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p>	<p>EL TIPO DE INVESTIGACIÓN DESARROLLADA ES DE CARÁCTER <u>EXPLORATORIO</u> INICIALMENTE, DADO QUE CON ESTE TIPO DE ESTUDIO SE RECOPILA LA INFORMACIÓN PRELIMINAR A TRAVÉS DE ENTREVISTAS, OBSERVACIONES, CONVERSACIÓN DIRECTA.</p> <p>EL TIPO DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVO SE UTILIZÓ TAMBIÉN PARA PODER ESTABLECER CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE UNIDADES INVESTIGADAS.</p> <p>ASÍ MISMO SE UTILIZA LA INVESTIGACIÓN <u>CONCLUYENTE</u>, DADO QUE SU APLICACIÓN SE REALIZA A TRAVÉS DE ENCUESTAS Y PLANES DE MUESTREO. CON ESTE TIPO DE INVESTIGACIÓN SE BUSCA CONOCER LAS TENDENCIAS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LA POBLACIÓN, HACIA ESTE NUEVO PRODUCTO.</p>
<p>Método de investigación</p>	<p>El método científico permitió demostrar la veracidad de los hechos o características de la problemática tratada delimitando el problema que se va a tratar, éste (el método) permite organizar la metodología correcta a seguir en el conocimiento y proseguir con la observación para corroborar la realidad de la vivencia del adulto mayor, posteriormente consignarlos en la investigación adelantada; la inducción para analizar ordenada, coherente y lógicamente el problema de investigación partiendo de verdades particulares y concluyendo con verdades generales donde se narren los rasgos descubiertos; la deducción facilita el proceso de explicaciones particulares contenidas en la situación</p>

	general; finalmente analizar y sintetizar para conocer la realidad de la problemática estudiada a fin de poder presentar soluciones que vayan en beneficio de la persona objeto de la investigación.
Fuentes de información	<p>Fuentes primarias. A fin de obtener la información requerida para la investigación de mercados, se utilizarán fuentes primarias, para lo cual a partir de cuestionarios para aplicar, se harán las correspondientes averiguaciones.</p> <p>Fuentes secundarias. La investigación implica el uso de fuentes secundarias tales como Planeación Municipal, Banco de Datos del Dane, Plan de Desarrollo Municipal. En tales sitios se encuentra información perteneciente al Censo de población, estratificación de la misma, número de empresas existentes, actividad, patrimonio, entre otra información.</p>
Técnicas de recolección de información	La encuesta.
Instrumento	Cuestionario estructurado aplicado al mercado objetivo. Véase anexo G.
Modo de aplicación	Aplicando el instrumento “cuestionario estructurado” de forma personal.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	<ul style="list-style-type: none"> • Elemento muestral: el turista que visita a Palmas del socorro. • Unidad muestral: La familia o grupo familiar que haga turismo.
Proceso de muestreo	El tipo de muestreo a trabajar es el aleatorio simple.
Muestra Turistas	Los turistas que visitan al pueblo en forma anual promedio son 3.500 según datos de la oficina de Planeación Municipal del año 2007. Con esta población se realizará un muestreo aleatorio simple.

	<p>De la población definida anteriormente se tomará una muestra así:</p> <p>Se aplica la siguiente formula: ⁷</p> $n = \frac{N (p q) Z^2}{Z^2 (p q) + e^2 (N-1)}$ <p>Donde:</p> <p>Z = valor de la distribución estandarizada para un nivel de confiabilidad escogido del 95%.</p> <p>p = probabilidad de éxito 50%</p> <p>q = probabilidad de error 50%</p> <p>e = error de la estimación de proporción real = 5%</p> <p>n = tamaño de la muestra</p> <p>N = tamaño del Universo = 3500</p> <p>Reemplazando:</p> $n = \frac{(3500) (0.5) (0.5) (1.96)^2}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.05)^2 (3500-1)}$ $n = \frac{(3361.40)}{(3.8416) (0.5) (0.5) + (0.0025) (3499)}$ $n = \frac{0.9604 + 8.7475}{(3361.40)}$ $n = \frac{9.7079}{3361.40} = 346.25 = 346$
--	--

⁷ Estadística, GARCIA PINZON Álvaro, p.179.

	9.7079 n = 346 encuestas
Marco muestral	Listado del censo, obtenido de la investigación en fuentes secundarias. Oficina de Planeación Municipal y EOT del municipio de palmas del Socorro.
Alcance	Municipio de Palmas del Socorro y negocios definidos en el ítem denominado Cálculo de la muestra.
Tiempo de aplicac.	1 mes a partir del 01 de octubre de 2007.

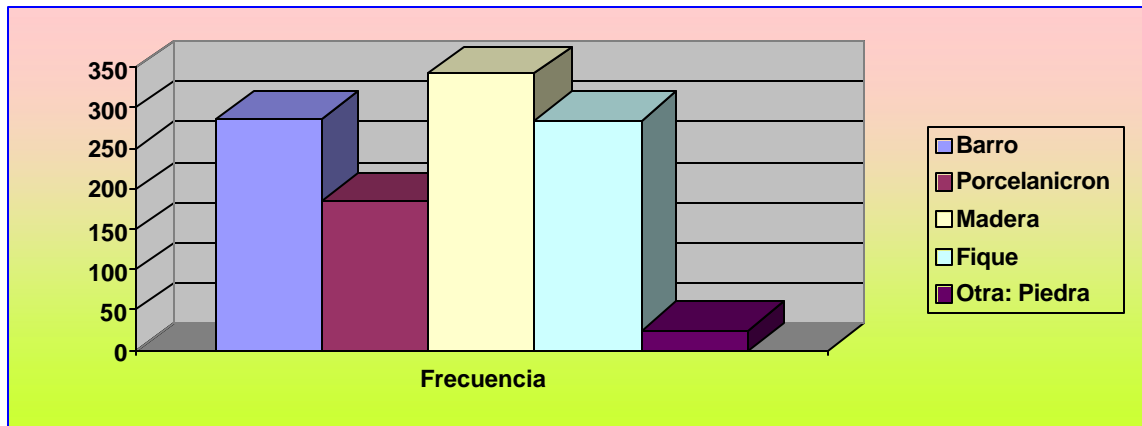
2.4.6 Análisis de información - Turistas que visitan al Municipio de Palmas del Socorro. Este formulario se aplicó a la muestra hallada (346 personas) y las respuestas se dan a conocer a continuación, se hace la aclaración que varios encuestados seleccionaron más de un tipo de artesanías:

1. Qué clase de artesanías conoce y le agrada comprar?

Cuadro 13. Clase de artesanías que se conoce.

Tipo	Frecuencia	Composición
Barro	289 / 346	84%
Porcelanicron	185 / 346	53%
Madera	345 / 346	99%
Fique	286 / 346	83%
Otra: piedra	26 / 346	8%

Figura 13. Clase de artesanías que se conoce.

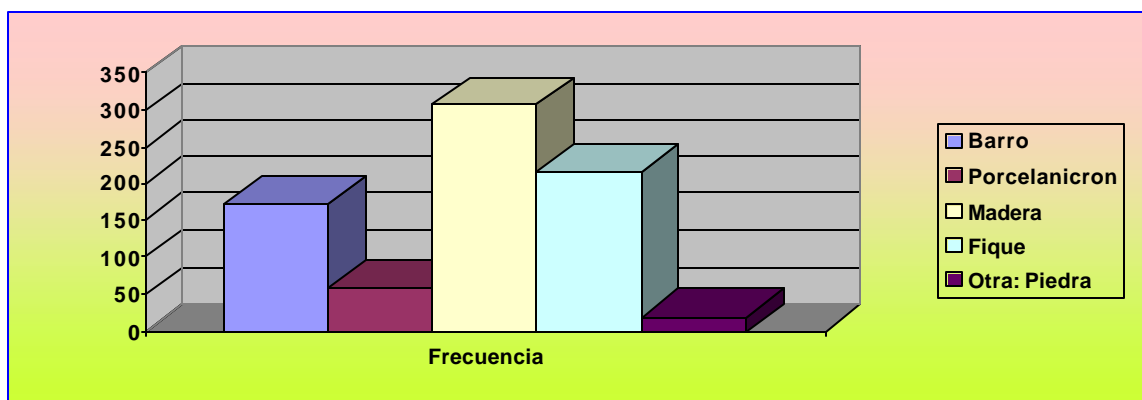


Las artesanías más conocidas por los turistas en los establecimientos son las elaboradas en orden de participación: madera (99%), barro (84%), y fique (83%). Por ende, son las que en mayor medida son adquiridas por estos en sus compras de turismo.

Cuadro 14. Clase de artesanías que le agrada comprar.

Tipo	Frecuencia	Composición
Barro	174 / 346	50%
Porcelanicron	59 / 346	17%
Madera	308 / 346	89%
Fique	215 / 346	62%
Otra: piedra	19 / 346	5%

Figura 14. Clase de artesanías que le agrada comprar.



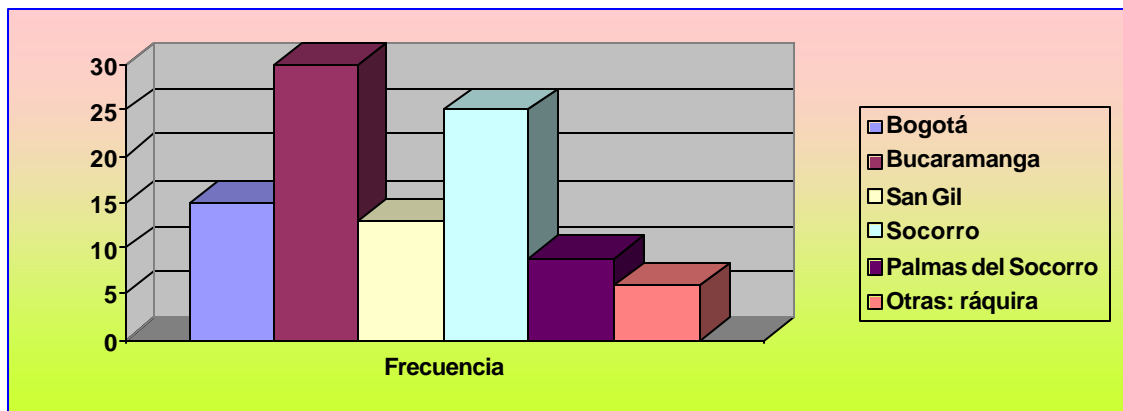
A los turistas que visitan el Municipio de Palmas del Socorro, les agrada comprar en mayor medida los elementos artesanales elaborados en madera (89%), en segundo lugar los elaborados en fique (62%), en tercer lugar los elaborados en barro (50%).

2. Cuando adquiere artesanías en que ciudad y lugar lo hace?

Cuadro 15. Ciudad donde adquiere artesanías

Tipo	Frecuencia	Composición
Bogotá	56 /346	16%
Bucaramanga	148 /346	43%
San Gil	137 / 346	40%
Socorro	163 / 346	47%
Palmas del Socorro	82 / 346	24%
Otras: ráquira	63 / 346	18%

Figura 15. Ciudad donde adquiere artesanías

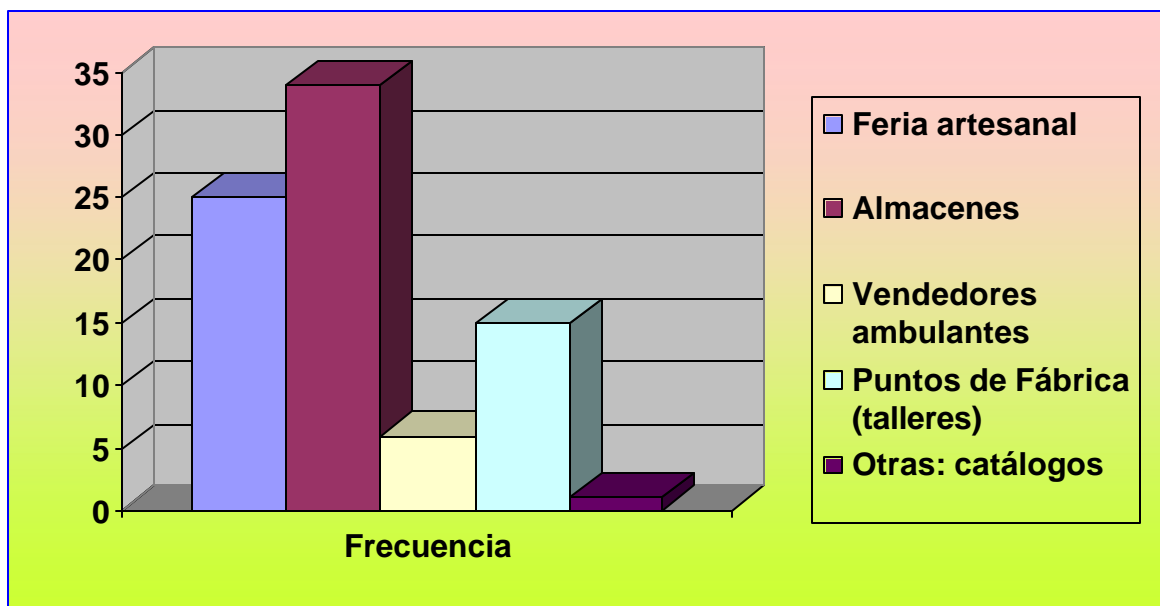


El sitio de mayor ocurrencia de compra de artesanías para los turistas es el Municipio del Socorro (47%), en segundo lugar se encuentra la ciudad de Bucaramanga (43%), le sigue la ciudad de San Gil (40%). Palmas del Socorro ocupa el cuarto lugar de preferencia de sitio de compra de los turistas (24%).

Cuadro 16. Lugar donde adquiere artesanías

Tipo	Frecuencia	Composición
Feria artesanal	223 /346	64%
Almacenes	204 /346	59%
Vendedores ambulantes	22/346	6%
Puntos de Fábrica (talleres)	137/346	40%
Otras: catálogos	15/346	4%

Figura 16. Lugar donde adquiere artesanías



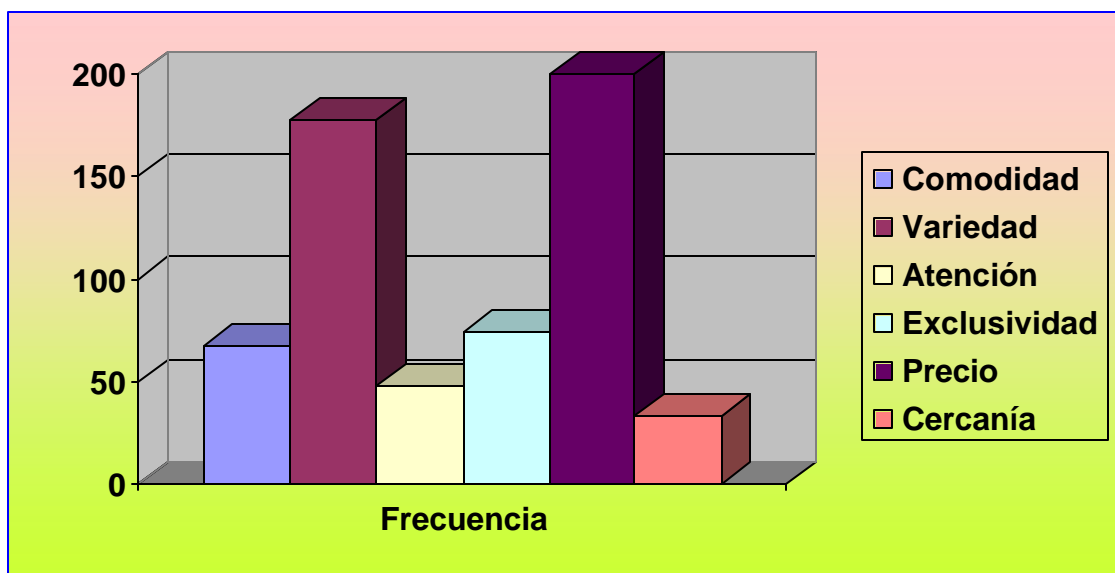
Los sitios preferidos para adquirir artesanías son las ferias artesanales (64%), en segundo lugar se encuentra los almacenes (59%). Los puntos de fábrica ocupan el tercer lugar de preferencia con una participación del 40%. Los catálogos y los vendedores ambulantes no tienen mucha resonancia en el mercado, es así que solo un 6% adquieren las artesanías con vendedores informales.

3. Por qué compra en ese lugar?

Cuadro 17. Motivo de compra en el lugar preferido

Tipo	Frecuencia	Composición promedio
Comodidad	67 /346	19%
Variedad	178 /346	51%
Atención	48 /346	14%
Exclusividad	74 /346	21%
Precio	200 /346	58%
Cercanía	33 /346	10%

Figura 17. Motivo de compra en el lugar preferido



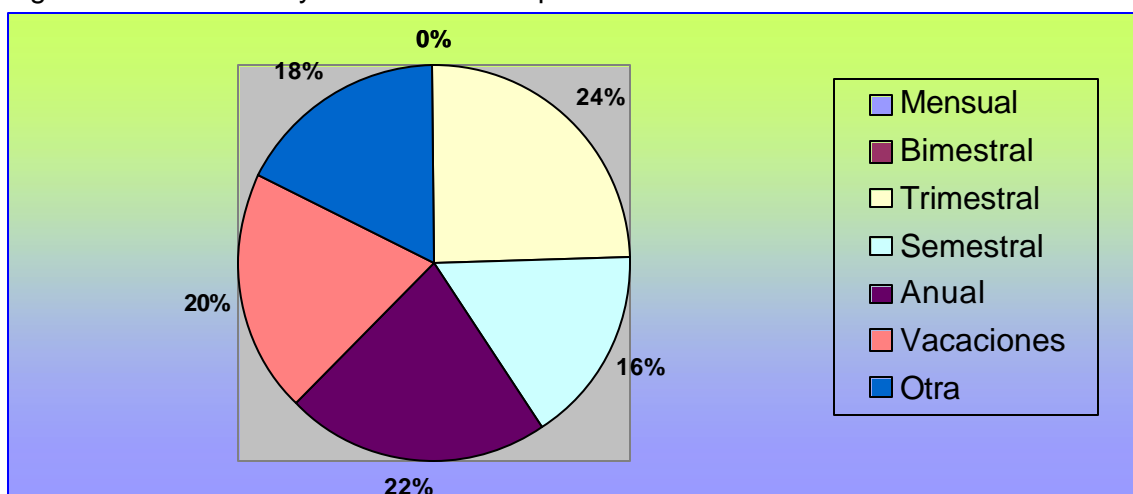
Los motivos que más peso tienen respecto del sitio de compra son: Precio (58%) y variedad (51%). Se considera que son los de mayor impacto al momento de tomar la decisión de compra. Aspectos de especial importancia para tener en cuenta en el mercadeo de los productos a ofrecer por parte de la empresa en estudio.

4. Frecuencia y cantidad de compra de artesanías

Cuadro 18. Frecuencia y cantidad de compra de artesanías

Tipo	Frecuencia	Cantidad promedio en pesos	Composición
Mensual	0	-	0%
Bimestral	0	-	0%
Trimestral	86	184.778	25%
Semestral	54	117.361	16%
Anual	75	160.688	22%
Vacaciones	69	148.125	20%
Otra	62	133.333	18%
PROMEDIO TOTAL	346	148.857	

Figura 18. Frecuencia y cantidad de compra de artesanías



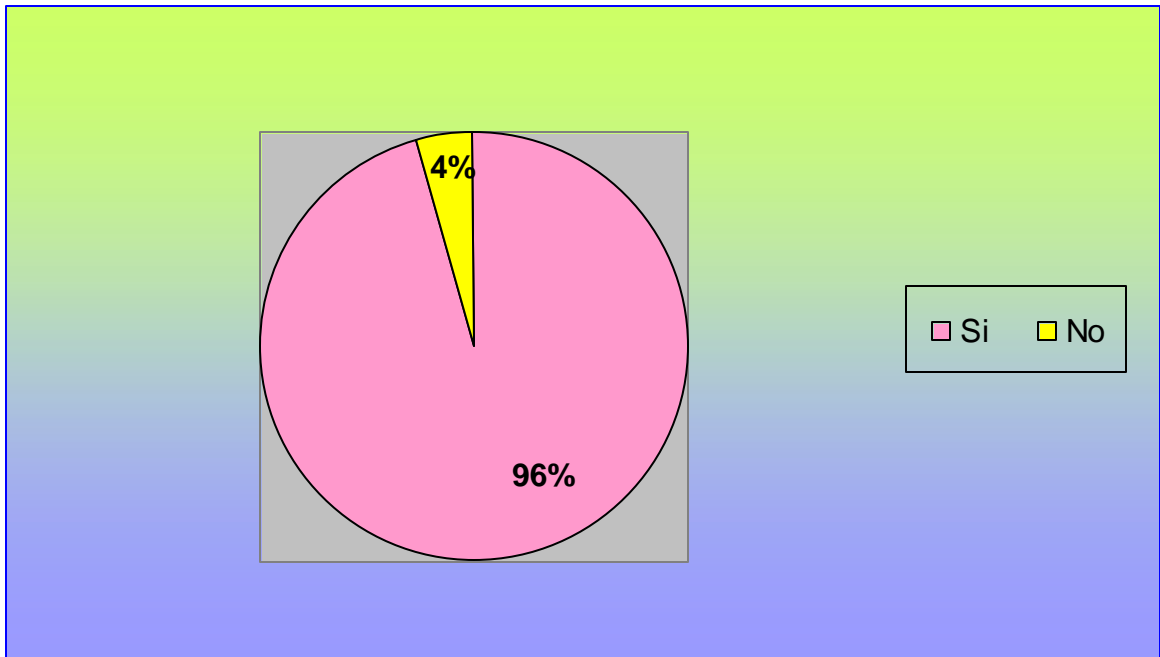
La frecuencia de compra por parte de los turistas está repartida entre trimestral, semestral anual y en vacaciones. La opción otras épocas del año se refiere a viajes esporádicos, regalos para ocasiones especiales, entre otros. En promedio las personas gastan en un periodo promedio por año aproximadamente \$148.857 en compra de artesanías para diferentes situaciones.

5. Le gustaría comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano?

Cuadro 19. Disposición a comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano

Tipo	Cantidad	Composición
Si	332	96%
No	14	4%
TOTAL	346	100%

Figura 19. Disposición a comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano



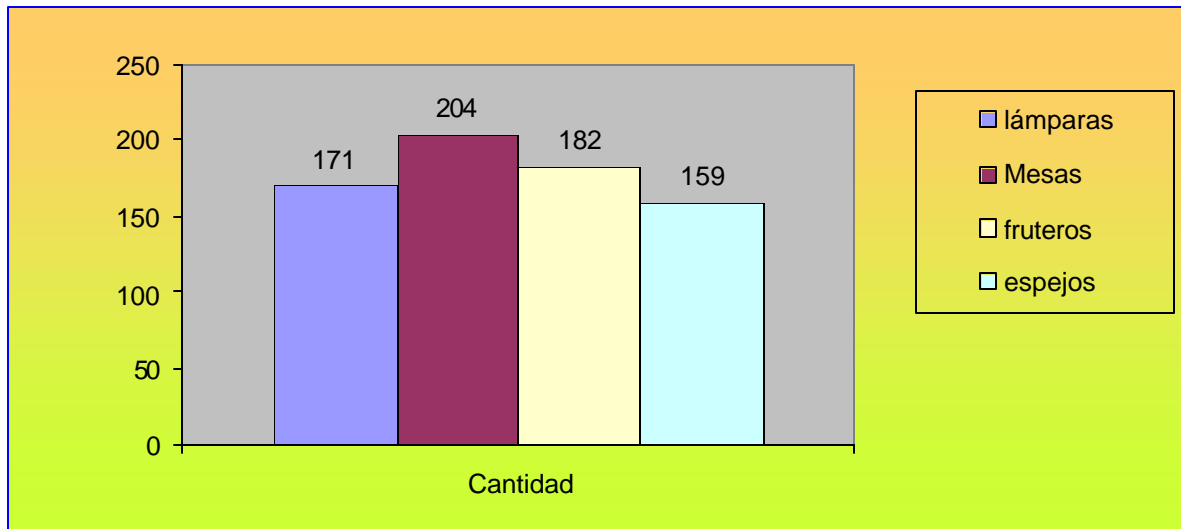
El 96% de la población está dispuesta a adquirir este tipo de productos ofrecidos y elaborados a mano. Es decir, los productos que se pretenden ofrecer con la puesta en marcha del presente proyecto. El 4% no está dispuesto a adquirir este tipo de artículos, dado que no son de su preferencia.

6. De los siguientes elementos elaborados en el taller de Palmas del Socorro, por cual o cuales se inclina en el momento de comprar?

Cuadro 20. Productos preferidos

Tipo	Cantidad	Composición
Lámparas	171 /346	49%
Mesas	204 /346	59%
Fruteros	182 /346	53%
Espejos	159 /346	46%

Figura 20. Productos preferidos



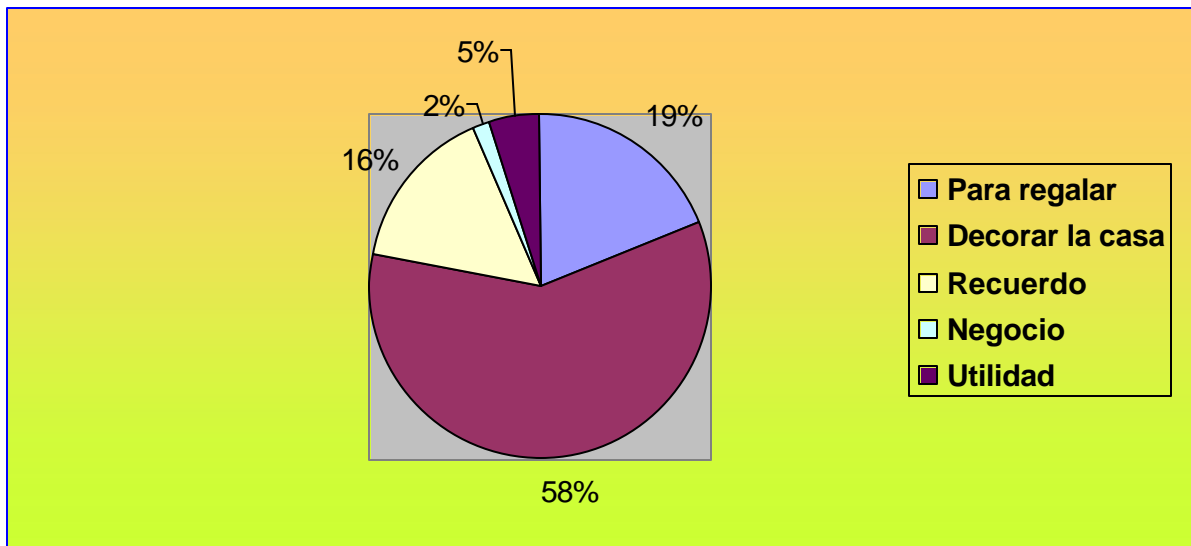
La población prefiere las mesas (59% del total) como primera alternativa de compra, como segunda opción están los fruteros (53% del total), tercera opción las lámparas (49% del total) y como cuarta y ultima opción se encuentran los espejos con una participación del 46% del total. Como se puede observar, todos tienen una preferencia promedio similar, lo que denota que los cuatro productos a ofrecer serán de la total aceptación de los clientes. Estos productos, entre ellos mismos no son excluyentes, se concluye de acuerdo con la forma de respuesta a este interrogante.

7. Con qué finalidad adquiere las artesanías

Cuadro 21. Finalidad de compra de las artesanías

Tipo	Cantidad	Composición
Para regalar	66	19%
Decorar la casa	201	58%
Recuerdo	55	16%
Negocio	7	2%
Utilidad	17	5%
TOTAL	346	100%

Figura 21. Finalidad de compra de las artesanías



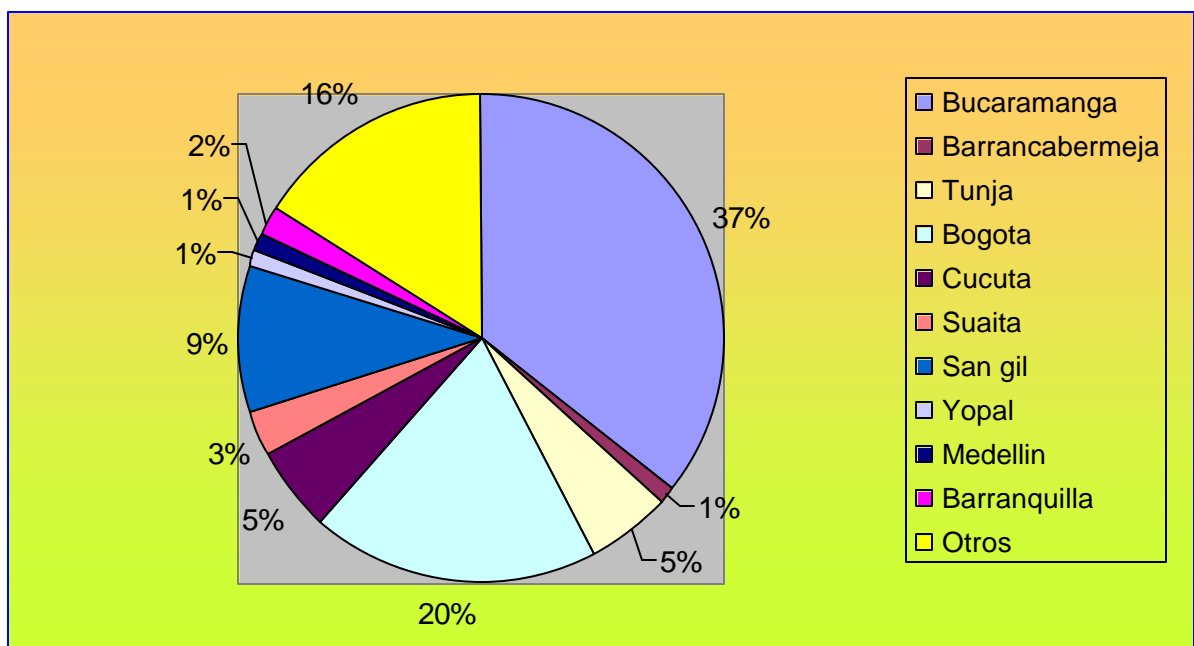
La mayor parte de las artesanías son adquiridas para decorar la casa, en segunda instancia se adquieren para obsequiar y por último algunos las compran por efectos de recuerdos.

8. Lugar de procedencia de los turistas

Cuadro 22. Lugar de procedencia de los turistas

Tipo	Cantidad	Composición
Bucaramanga	124	37%
Barrancabermeja	4	1%
Tunja	19	5%
Bogota	67	20%
Cúcuta	19	5%
Suaita	11	3%
San Gil	33	9%
Yopal	4	1%
Medellín	4	1%
Barranquilla	7	2%
Otros	56	16%
Total	346	100%

Figura 22. Lugar de procedencia de los turistas.



La mayor parte de los turistas que visitan la población de Palmas del Socorro proceden de la ciudad de Bucaramanga (37%). El 20% de Bogotá, el 16% de otros destinos no especificados en la encuesta, el 9% de la ciudad de San Gil.

Conclusión general del estudio de los turistas que visitan al municipio de Palmas del Socorro:

- A los turistas que visitan el Municipio de Palmas del Socorro, les agrada comprar en mayor medida los elementos artesanales elaborados en madera (89%), en segundo lugar los elaborados en fique (62%), en tercer lugar los elaborados en barro (50%).
- El sitio de mayor ocurrencia de compra de artesanías para los turistas es el Municipio del Socorro (47%), en segundo lugar se encuentra la ciudad de Bucaramanga (43%), le sigue la ciudad de San Gil (40%). Palmas del Socorro ocupa el cuarto lugar de preferencia de sitio de compra de los turistas (24%).
- Los sitios preferidos para adquirir artesanías son las ferias artesanales (64%), en segundo lugar se encuentra los almacenes (59%). Los puntos de fábrica ocupan el tercer lugar de preferencia con una participación del 40%. Los catálogos y los vendedores ambulantes no tienen mucha resonancia en el mercado, es así que solo un 6% adquieren las artesanías con vendedores informales.
- Los motivos que más peso tienen respecto del sitio de compra son: Precio (58%) y variedad (51%).
- La frecuencia de compra por parte de los turistas está repartida entre trimestral, semestral anual y en vacaciones. La opción otras épocas del año se refiere a viajes esporádicos, regalos para ocasiones especiales, entre otros.
- En promedio las personas gastan en un periodo promedio por año aproximadamente \$148.857 en compra de artesanías para diferentes situaciones.
- El 96% de la población está dispuesta a adquirir este tipo de productos ofrecidos y elaborados a mano. Es decir, los productos que se pretenden ofrecer con la puesta en marcha del presente proyecto. El 4% no está dispuesto a adquirir este tipo de artículos, dado que no son de su preferencia.

- La población prefiere las mesas (59% del total) como primera alternativa de compra, como segunda opción están los fruteros (53% del total), tercera opción las lámparas (49% del total) y como cuarta y última opción se encuentran los espejos con una participación del 46% del total.
- La mayor parte de las artesanías son adquiridas para decorar la casa, en segunda instancia se adquieren para obsequiar y por último algunos las compran por efectos de recuerdos.
- La mayor parte de los turistas que visitan la población de Palmas del Socorro proceden de la ciudad de Bucaramanga (37%). El 20% de Bogotá, el 16% de otros destinos no especificados en la encuesta, el 9% de la ciudad de San Gil.
- Los ocho (8) almacenes de artesanías encuestados, y que se encuentran dispuestos a comercializar los productos ofrecidos por esta nueva empresa, estiman una demanda mensual en 162 artículos y anual de 1944 de artesanías. Las lámparas comprenderían el 30%, las mesas el 15%, los fruteros el 35% y los espejos el 20%.

Conclusión general de los dos estudios anteriores.

- Se denominan como artesanías solicitadas en mayor medida tanto por los turistas como por establecimientos analizados, las elaboradas en orden de participación: madera, barro, y fique en proporciones equitativas.
- En el municipio de Palmas del Socorro, a los turistas les agrada comprar en mayor medida los elementos artesanales elaborados en madera, fique y barro.
- Los sitios más fuertes de ventas de artesanías son Bucaramanga, San Gil (capital turística de Santander) y Socorro. Y allí en : ferias artesanales, almacenes y puntos de fábrica.
- Los motivos que más peso tienen respecto del sitio de compra son: Precio y variedad.
- La frecuencia de compra por parte de los turistas está repartida entre trimestral, semestral anual y en vacaciones, por lo tanto fue importante definir la cantidad de

compra por época del año para tener aprovisionado un stock necesario en las épocas de mayor venta de artesanías.

- El 96% de la población está dispuesta a adquirir este tipo de productos ofrecidos y elaborados a mano.
- La preferencia por los productos ofrecidos por la empresa son en su orden: las mesas, los fruteros, las lámparas y los espejos.
- La mayor parte de las artesanías son adquiridas para decorar la casa, en segunda instancia se adquieren para obsequiar y por último algunos las compran por efectos de recuerdos.
- Los ocho (8) almacenes de artesanías encuestados, y que se encuentran dispuestos a comercializar los productos ofrecidos por esta nueva empresa, estiman una demanda mensual en 162 artículos y anual de 1944 de artesanías. Las lámparas comprenderían el 30%, las mesas el 15%, los fruteros el 35% y los espejos el 20%.

2.4.7 Demanda actual. En materia de conocer cual es la demanda actual de los artículos ofrecidos por la empresa objeto de estudio se tiene en cuenta los dos tipos de mercado que abarca.

- **Almacenes de artesanías.** En los ocho (8) almacenes de artesanías que se encuentran dispuestos a comercializar los productos ofrecidos por esta nueva empresa, se ha podido estimar una demanda mensual y anual, así:

Cuadro 23. Demanda actual de almacenes de artesanías.

Elemento	% Participación	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Lámparas	30%	53	636
Mesas	15%	34	408
Fruteros	35%	49	588
Espejos	20%	26	312
Total	100%	162	1944

- **Turistas que visitan el municipio de Palmas del Socorro.** Según los datos de la oficina de Planeación Municipal del municipio, actualmente en promedio la municipalidad es visitada por 3500 turistas al año (año 2007). De acuerdo con los datos analizados del estudio de campo en materia de mercados, se ha podido calcular su actual demanda mensual y anual. Se han tomado los porcentajes hallados en la muestra, y por intermedio de la inferencia estadística se aplica a toda la población de turistas, así:

Cuadro 24. Intensión de comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano

Intensión	Composición	Cantidad
Si	96%	3360
No	4%	140
TOTAL	100%	3500

Cuadro 25. Frecuencia de compra de artesanías

Frecuencia de compra	Composición	Cantidad
Mensual	0%	-
Bimestral	0%	-
Trimestral	25%	840
Semestral	16%	538
Anual	22%	739
Vacaciones	20%	672
Otra	17%	571
PROMEDIO TOTAL	100%	3360

Partiendo del supuesto que cada turista de los que tienen intención de comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano, adquiere por lo menos una artesanía, se realiza el siguiente cuadro donde se proyecta la cantidad de compra por tipo de elemento. En el cuadro 25 también se ha tenido en cuenta los porcentajes hallados

en la muestra, y por intermedio de la inferencia estadística se aplica a toda la población de turistas, así:

Cuadro 26. Cantidad de preferencia de compra

Elemento	% Participación	Cantidad de preferencia
Lámparas	24%	806
Mesas	28%	941
Fruteros	25%	840
Espejos	23%	773
Total	100%	3360

A las cantidades halladas en el cuadro 25, se define su demanda de acuerdo a la periodicidad de compra definida por los turistas. Véase cuadro 26.

Cuadro 27. Demanda actual de los productos por los turistas

Tipo	%	Producto			
		Lámparas	Mesas	Fruteros	Espejos
Mensual	0%	0	0	0	0
Bimestral	0%	0	0	0	0
Trimestral	25%	202	235	210	193
Semestral	16%	129	151	134	124
Anual	22%	177	207	185	170
Vacaciones	20%	161	188	168	155
Otra: cualquier época	17%	137	160	143	131
TOTAL	100%	806	941	840	773

De los 3500 turistas que visitan el municipio, 3360 adquirirán al menos un artículo artesanal de los ofrecidos por la empresa en cuestión. 806 comprarían lámparas, 941 comprarían mesas, 840 comprarían fruteros y 773 comprarían espejos.

2.4.8 Proyección de la demanda. Para la proyección de la demanda se han tenido en cuenta dos variables de suma importancia:

- a. Para el caso de los almacenes de artesanías, el crecimiento de sus ventas en términos de porcentajes anuales.
 - b. Para el caso de los turistas, el crecimiento anual, de acuerdo con las cifras manejadas por el municipio de Palmas del Socorro en la oficina de turismo y cultura.
- **Proyección de la demanda de los almacenes de artesanías.** Los almacenes comercializadores de artesanías que han sido analizados y que se encuentran dispuestos a vender los productos ofrecidos por la nueva empresa, han informado de un índice de crecimiento anual, de acuerdo con el comportamiento de sus ventas y la consolidación de sus negocios durante los últimos cinco años, los cuales en promedio se visualizan en el siguiente cuadro.

Cuadro 28. Índice promedio de crecimiento de los almacenes de artesanías durante los últimos cinco años

Año	Índice promedio de crecimiento
2002	5%
2003	4.3%
2004	5.2%
2005	3.8%
2006	6.1%
Promedio total	4.88%

Fuente: Cámara de Comercio sede Socorro. Enero de 2008. Negocios comercializadores de artesanías analizados.

De acuerdo con el cuadro anterior, se adopta como política pronosticar un crecimiento para los próximos cinco años del 4.88% teniendo en cuenta la fluctuación porcentual año a año en el comportamiento de su crecimiento. Así mismo se asume que el comportamiento en el crecimiento de los negocios va directamente proporcional con

sus ventas en los productos que ofrecen, por lo tanto se considera que el comportamiento proyectado en ventas para los productos ofrecidos por la empresa objeto de estudio será del 4.88% promedio para los próximos cinco años.

En virtud de lo anterior, la proyección de ventas de los productos en los almacenes comercializadores de artesanías se visualiza en el siguiente cuadro.

Cuadro 29. Demanda proyectada en almacenes comercializadores de artesanías

Año	Promedio de crecimiento	Demanda proyectada anual
2007	4.88%	1944
2008	4.88%	2039
2009	4.88%	2138
2010	4.88%	2243
2011	4.88%	2352
2012	4.88%	2467

Cuadro 30. Demanda de unidades proyectada en almacenes comercializadores de artesanías al año por producto.

Elemento	% Partic	2008	2009	2010	2011	2012
Lámparas	30%	612	642	673	706	740
Mesas	15%	306	321	336	353	370
Fruteros	35%	714	748	785	823	863
Espejos	20%	408	428	449	470	493
Total	100%	2.039	2.138	2.243	2.352	2.467

- **Proyección de la demanda de los turistas que visitan el municipio de palmas del Socorro.** Los turistas que visitan el Municipio de Palmas del Socorro en la actualidad tienen un promedio de 3500 al año, de acuerdo con los datos proporcionados por Planeación Municipal, sin embargo, se ha tenido que investigar con el mismo

organismo, cual ha sido el comportamiento de aumento o decremento en este índice durante los últimos cinco años, a fin de poder proyectar el crecimiento en este ítem.

A continuación se observa el cuadro 30 con los datos que sobre el particular fueron otorgados por Planeación Municipal de la Alcaldía del Municipio de Palmas del Socorro.

Cuadro 31. Comportamiento de la afluencia de turistas al municipio durante los últimos cinco años.

Año	Promedio de turistas
2002	2800
2003	2980
2004	2920
2005	3150
2006	3324
Actual	3500

Para proyectar el crecimiento de esta población se ha utilizado el método de los mínimos cuadrados bajo la ecuación $Y = a + bX$, los resultados se observan en el cuadro 32.

Ecuación de la recta:

$$Y = a + bX$$

Y = Población por tipo de establecimientos comerciales

X = Períodos

a, b = Coeficientes de regresión

Ecuaciones normales:

$$\Sigma Y = N * a + a \Sigma X \quad (1)$$

$$\Sigma XY = a \Sigma Y + a \Sigma X^2 \quad (2)$$

Una vez efectuados los cálculos estadísticos necesarios para resolver el sistema de ecuaciones 1 y 2, aplicados a una hoja de cálculo en Excel, los valores resultantes para las proyecciones se muestran en el cuadro 32.

Cuadro 32. Proyección de crecimiento de la cantidad de turistas que visitan el municipio de Palmas del Socorro.

Año	Promedio de turistas
2008	3.589
2009	3.739
2010	3.929
2011	4.062
2012	4.203

Partiendo del hecho que se ha realizado la proyección de crecimiento de la cantidad de turistas que visitan el municipio de Palmas del Socorro, durante los próximos cinco años, se tendrá que proyectar de igual manera la demanda de los productos que ofrecerá la nueva empresa. Intensión de compra: el 96% de la población

Cuadro 32. Proyección de crecimiento de la cantidad de compra anual de los elementos ofrecidos.

Elemento	% Participación	Cantidad de compra anual				
		2008	2009	2010	2011	2012
Lámparas	24%	861	897	943	975	1009
Mesas	28%	1005	1047	1100	1137	1177
Fruteros	25%	897	935	982	1015	1051
Espejos	23%	825	860	904	934	967
Total	100%	3589	3739	3929	4062	4203

Cuadro 33. Proyección de crecimiento de la cantidad de compra por temporada por producto.

		AÑO 2008			
Tipo	%	Producto			
		Lámparas	Mesas	Fruteros	Espejos
Mensual	0%	0	0	0	0
Bimestral	0%	0	0	0	0
Trimestral	25%	215	251	224	206
Semestral	16%	138	161	144	132
Anual	22%	189	221	197	182
Vacaciones	20%	172	201	179	165
Otra: cualquier época	17%	146	171	153	140
TOTAL	100%	861	1005	897	825

		AÑO 2009			
Tipo	%	Producto			
		Lámparas	Mesas	Fruteros	Espejos
Mensual	0%	0	0	0	0
Bimestral	0%	0	0	0	0
Trimestral	25%	224	262	234	215
Semestral	16%	144	168	150	138
Anual	22%	197	230	206	189
Vacaciones	20%	179	209	187	172
Otra: cualquier época	17%	153	178	159	146
TOTAL	100%	897	1047	935	860

		AÑO 2010			
Tipo	%	Producto			
		Lámparas	Mesas	Fruteros	Espejos
Mensual	0%	0	0	0	0
Bimestral	0%	0	0	0	0
Trimestral	25%	236	275	246	226
Semestral	16%	151	176	157	145
Anual	22%	207	242	216	199
Vacaciones	20%	189	220	196	181
Otra: cualquier época	17%	160	187	167	154
TOTAL	100%	943	1100	982	904

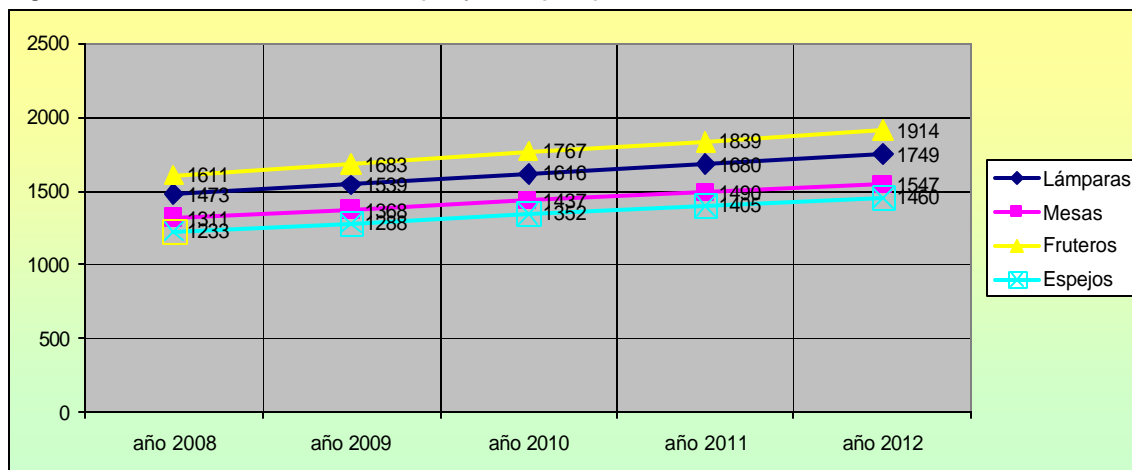
		AÑO 2011			
Tipo	%	Producto			
		Lámparas	Mesas	Fruteros	Espejos
Mensual	0%	0	0	0	0
Bimestral	0%	0	0	0	0
Trimestral	25%	244	284	254	234
Semestral	16%	156	182	162	149
Anual	22%	214	250	223	206
Vacaciones	20%	195	227	203	187
Otra: cualquier época	17%	166	193	173	159
TOTAL	100%	975	1137	1015	934

		AÑO 2012			
Tipo	%	Producto			
		Lámparas	Mesas	Fruteros	Espejos
Mensual	0%	0	0	0	0
Bimestral	0%	0	0	0	0
Trimestral	25%	252	294	263	242
Semestral	16%	161	188	168	155
Anual	22%	222	259	231	213
Vacaciones	20%	202	235	210	193
Otra: cualquier época	17%	171	200	179	164
TOTAL	100%	1009	1177	1051	967

Cuadro 35. Demanda total anual proyectada por producto

Elemento	% Partic	Cantidad de preferencia				
		2008	2009	2010	2011	2012
Lámparas	24%	1473	1539	1616	1680	1749
Mesas	28%	1311	1368	1437	1490	1547
Fruteros	25%	1611	1683	1767	1839	1914
Espejos	23%	1233	1288	1352	1405	1460
Total	100%	5627	5878	6172	6414	6670

Figura 23. Demanda total anual proyecta por producto



2.5 ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

2.5.1 Objetivos.

- **Objetivo General.** Realizar un análisis de la competencia existente para la empresa objeto de estudio en el presente proyecto a fin de conocer su participación en el mercado.

- **Objetivos específicos.**

- Conocer cuales son las empresas que hacen presencia en la zona objeto de estudio que también ofrecen artesanías en madera o algún producto sustituto.
- Conocer que materiales utiliza la competencia para la realización de sus productos, a fin de determinar similitudes en los productos.
- Establecer los precios del mercado que sirvan como comparativos y punto de apoyo en las decisiones con respecto al precio.
- Conocer las políticas de ventas y de distribución de sus productos ofrecidos por la competencia.

2.5.2 Mercado potencial y objetivo. El mercado potencial y objetivo lo compone:

- a. Las empresas productoras de artesanías similares en los mismos materiales o que sustituyan los productos ofrecidos por la nueva empresa y que se encuentren ubicadas en el Municipio de Palmas del Socorro.
- b. Los almacenes donde se pretenden comercializar los productos ofrecidos por MASUAR también se consideran competencia, dado que estos también comercializan artesanías que en determinado momento por su similitud con las de la empresa en estudio, pueden cambiar la preferencia de compra por parte del cliente.

Comentarios a los ítems anteriores:

- a). En la actualidad no existe ninguna empresa que comercialice artesanías similares o iguales o que sustituyan los productos ofrecidos por la nueva empresa, que se encuentre ubicada en el Municipio de Palmas del socorro.
- b). Con respecto a los almacenes comercializadores de artesanías donde se pretenden comercializar los productos ofrecidos por MASUAR y que se encuentran dispuestos a ofrecer los productos que la nueva empresa va a ofrecerles, si se han hallado algunos

factores que denotan competencia. A continuación en el desarrollo de esta etapa de investigación se evidenciará su análisis. Pese a que ya se aplicó el instrumento del anexo F, fue indispensable aplicar otro instrumento para determinar los factores que denotan competencia, así mismo porque el director del proyecto lo consideró necesario.

2.5.3 Ficha técnica.

Tipo de investigación	El tipo de investigación desarrollada es de carácter <u>exploratorio</u> inicialmente, así mismo se utiliza la investigación <u>concluyente</u> .
Fuentes de información	Fuentes primarias. A fin de obtener la información requerida para la investigación de la oferta o competencia, se utilizarán fuentes primarias, para lo cual a partir de cuestionarios para aplicar, se harán las correspondientes averiguaciones. Fuentes secundarias. La investigación implica el uso de fuentes secundarias tales como Planeación Municipal, Banco de Datos del Dane, Plan de Desarrollo Municipal entre otros.
Técnicas de recolección de información	La encuesta.
Instrumento	Cuestionario estructurado aplicado al mercado objetivo. Véase anexo H.
Modo de aplicación	Aplicando el instrumento “cuestionario estructurado” de forma personal.
Definición de población : CENSO	<ul style="list-style-type: none"> • Elemento de Censo: El propietario del establecimiento que vende artesanías.
Censo almacenes	La población de negocios objeto de estudio se distribuye así: Negocios en Curití: Ecofibras Negocios en Barichara: Tierra Arte

	Negocios en San Gil: Centro Artesanal Uribe Parque el Gallineral Feria artesanal Negocios en B/manga: Artesanías el Bosque Arte Colonial Eknia Con esta población se realizará un censo.
Alcance	Negocios definidos en el ítem denominado Censo de almacenes
Tiempo de aplicación	1 mes a partir del 01 de octubre de 2007.

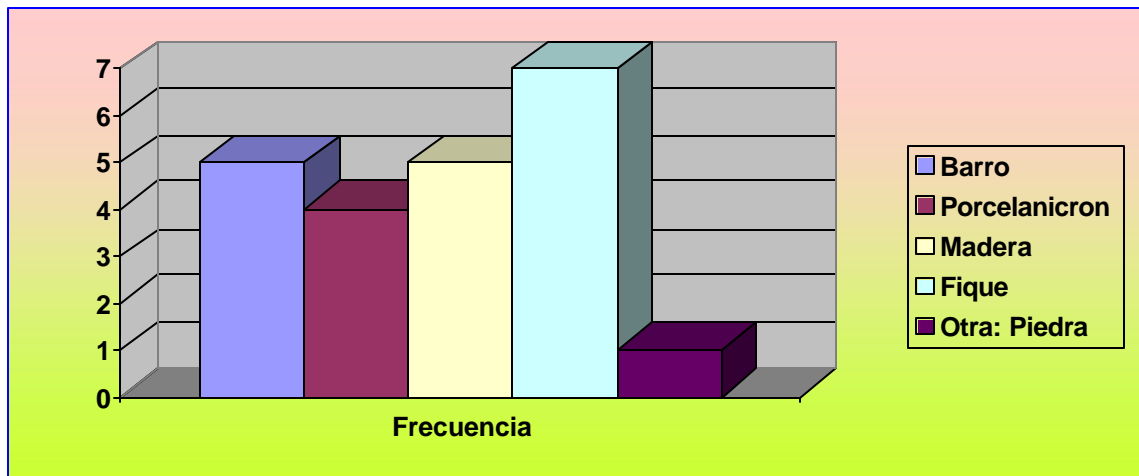
2.5.4 Análisis de la información. Una vez aplicadas las entrevistas a la población definida a través del censo, se han podido extraer los siguientes resultados.

1. Qué clase de artesanías vende en su negocio?

Cuadro 36. Clase de artesanías que se vende en los negocios.

Tipo	Frecuencia	Composición
Barro	5 / 8	63%
Porcelanicron	4 / 8	50%
Madera	5 / 8	63%
Fique	7 / 8	88%
Otra: piedra, iraca, cuero, totumo.	1 / 8	13%

Figura 24. Clase de artesanías que se venden en los negocios.



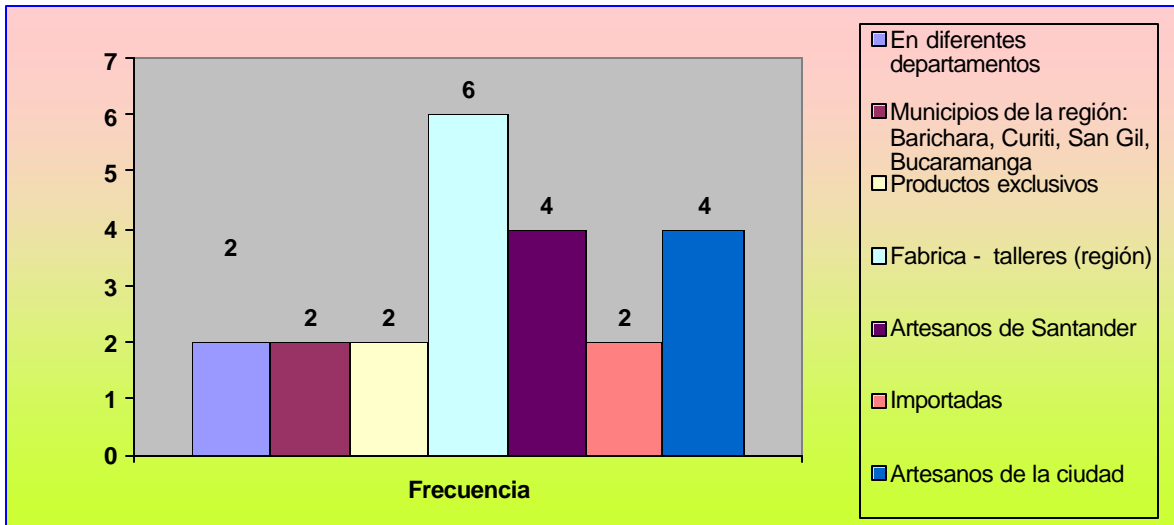
Las artesanías que se venden en los establecimientos son en su orden de participación: las elaboradas en fique (88% del total), las elaboradas en barro y madera con proporciones equitativas de participación en ventas (63% del total para cada una). Los de menor venta son las elaboradas en porcelanicron y en piedra, iraca, cuero y totumo.

2. Donde adquiere las artesanías que vende?

Cuadro 37. Sitio donde se adquieren las artesanías que venden.

Tipo	Frecuencia	Participación
En diferentes departamentos	2/8	25%
Municipios de la región: Barichara, Curiti, San Gil, Bucaramanga	2/8	25%
Productos exclusivos	2/8	25%
Fabrica - talleres (región)	6/8	75%
Artesanos de Santander	4/8	50%
Importadas	2/8	25%
Artesanos de la ciudad	4/8	50%

Figura 25. Sitio donde se adquiere las artesanías que venden.



Las respuestas denotaron muchas posibilidades con respecto al sitio donde adquieren las artesanías. Sin embargo se observa preferencia de compra por los productos de la región ya sea municipales o departamentales, dado también el alto nivel de preferencia por estos artículos por parte de los visitantes.

3. Qué cantidad mensual vende de artesanías clasificadas por su tipo

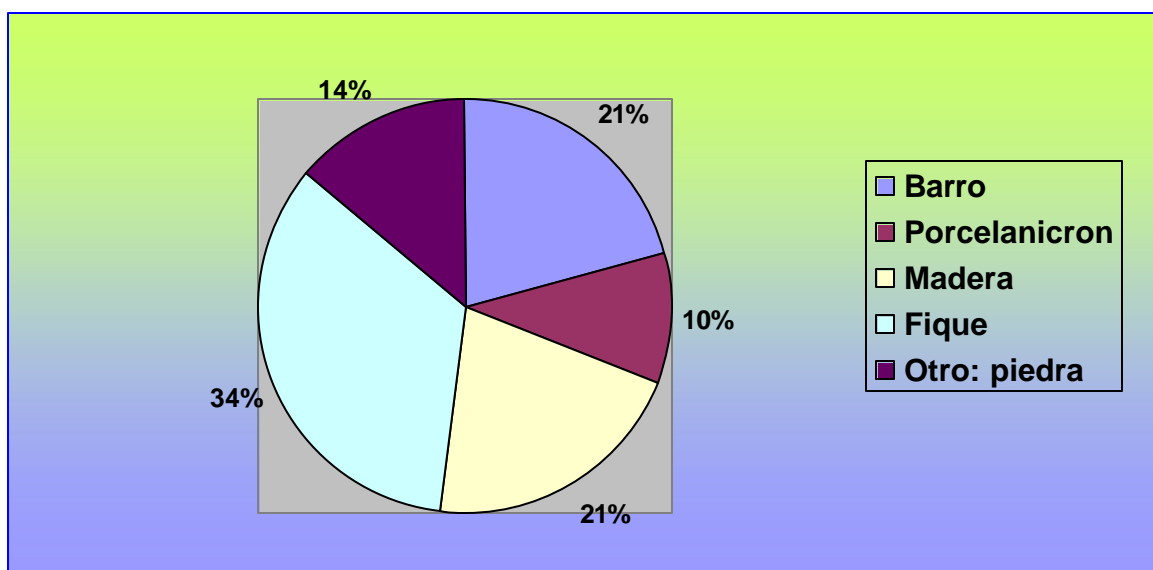
Cuadro 38. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo en pesos

Tipo	Composición	Cantidad promedio mensual en pesos por establecimiento.	Cantidad total promedio mensual en pesos en todos los establecimientos.
Barro	21%	1.233.333	9.866.664
Porcelanicron	10%	625.000	5.000.000
Madera	21%	1.242.857	9.942.856
Fique	34%	2.022.500	16.180.000
Otras: piedra	14%	833.333	6.666.664
TOTAL	100%	5.957.023	47.656.184

Cuadro 39. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo en cantidades

TIPO	Composición	Cantidad en unidades promedio mensual.	Cantidad en unidades promedio total mensual.
Barro	21%	347	2772
Porcelanicron	10%	165	1320
Madera	21%	347	2772
Fique	34%	561	4488
Otras: piedra	14%	231	1848
TOTAL	100%	1650	13200

Figura 26. Cantidad vendida mensualmente de artesanías por tipo



El 34% de las ventas se componen de elementos en fique, el 21% en elementos de madera y en barro, el 14% en elementos de piedra y el 10% en porcelanicron.

La tendencia que se observa por los artículos de madera se considera de especial importancia toda vez que capta gran parte de la torta de participación.

Del 100% de las ventas de los almacenes que comercializan artesanías el 79% comercializa elementos diferentes a los elaborados en madera.

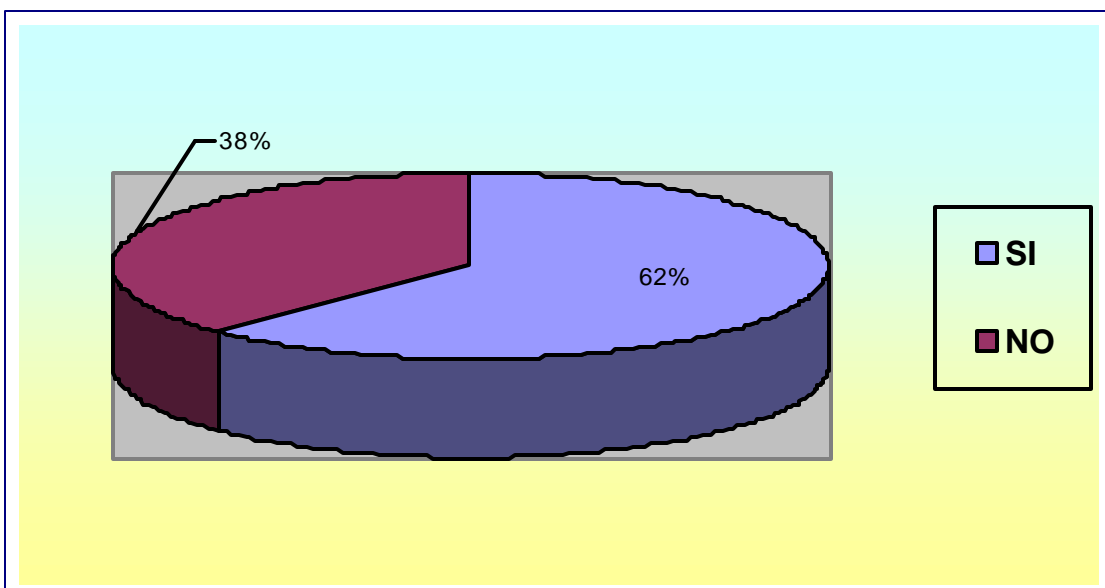
De ese porcentaje el fique es el elemento que mayor participación presenta.

4. Elaboran algunos de los productos que comercializan en su almacén? En qué porcentaje?

Cuadro 40. Grado de elaboración de sus propios elementos comercializados y participación de estos en el inventario total.

Respuesta	Frecuencia	Participación promedio de estos elementos en el inventario
Si	5	62%
No	3	38%
Total	8	100%

Figura 27. Grado de elaboración de sus propios elementos comercializados y participación de estos en el inventario total.



El 62% de los almacenes que comercializan productos artesanales, elabora algunos de sus productos que posee en sus inventarios. Así mismo, la participación de estos elementos en el inventario final es del 62% promedio.

5. ¿Qué políticas de venta tiene con sus productos?

Cuadro 41. Políticas de venta con los productos en la competencia.

Políticas de venta	Frecuencia	Participación
Exhibirlos en el mostrador	7	100%
Entregas del productos a domicilio	2	28.57%
Ventas a crédito	0	0%
Ventas de contado	8	100%

Para el 100% de la población, la política más elemental y funcional que utilizan para vender sus productos, es exhibirlos en el mostrador que poseen. Solo dos almacenes ofrecen el servicio de llevar los elementos vendidos hasta el domicilio de sus compradores.

Ninguno de los almacenes comercializadores de artesanías, vende a crédito, todas sus ventas las hacen de contado.

Conclusión general

- Las artesanías que se venden en los establecimientos son en su orden de participación: las elaboradas en fique (88% del total), las elaboradas en barro y madera con proporciones equitativas de participación en ventas (63% del total para cada una). Los de menor venta son las elaboradas en porcelanicon y en piedra, iraca, cuero y totumo.
- Los sitios donde adquieren las artesanías, son: En diferentes departamentos, municipios de la región: Barichara, Curití, San Gil, Bucaramanga, Productos exclusivos del almacén, fábricas y talleres de la región, Artesanos de Santander, Importadas, artesanos del municipio. Sin embargo se observa preferencia de compra por los productos de la región ya sea municipales o departamentales, como muestra de lo autóctono para ofrecer a los visitantes.
- El 34% de las ventas de la oferta se componen de elementos en fique, el 21% en elementos de madera y en barro, el 14% en elementos de piedra y el 10% en porcelanicon.
- Del 100% de las ventas de los almacenes que comercializan artesanías el 79% comercializa elementos diferentes a los elaborados en madera. De ese porcentaje el fique es el elemento que mayor participación presenta.
- El 62% de los almacenes que comercializa productos artesanales, elabora algunos de sus productos que posee en sus inventarios. Así mismo, la participación de estos elementos en el inventario final es del 62% promedio.
- Para el 100% de la población, la política más elemental y funcional que utilizan para vender sus productos, es exhibirlos en el mostrador que poseen. Solo dos almacenes ofrecen el servicio de llevar los elementos vendidos hasta el domicilio de sus compradores.
- Ninguno de los almacenes comercializadores de artesanías, vende a crédito, todas sus ventas las hacen de contado.

2.5.5 Oferta Actual. En los ocho (8) almacenes de artesanías que se encuentran dispuestos a comercializar los productos ofrecidos por esta nueva empresa, se ha podido calcular su actual oferta mensual y anual, así:

Cuadro 42. Oferta actual de almacenes de artesanías.

Tipo	Composición	Cantidad en unidades promedio mensual.	Cantidad en unidades promedio total mensual.
Barro	21%	347	2772
Porcelanícron	10%	165	1320
Madera	21%	347	2772
Fique	34%	561	4488
Otras: piedra	14%	231	1848
TOTAL	100%	1650	13200

2.5.6 Proyección de la oferta. Para la proyección de la oferta se ha tenido en cuenta el crecimiento de sus ventas en términos de porcentajes anuales. Los almacenes comercializadores de artesanías que han sido analizados, han informado de un índice de crecimiento anual, de acuerdo con el comportamiento de sus ventas y la consolidación de sus negocios durante los últimos cinco años, los cuales en promedio se visualizan en el siguiente cuadro.

Cuadro 43. Índice promedio de crecimiento de los almacenes de artesanías durante los últimos cinco años.

Año	Índice promedio de crecimiento
2002	5%
2003	4.3%
2004	5.2%
2005	3.8%
2006	6.1%
Promedio total	4.88%

Fuente: almacenes de artesanías.

De acuerdo con el cuadro anterior, se adopta como política pronosticar un crecimiento para los próximos cinco años del 4.88% teniendo en cuenta la fluctuación porcentual año a año en el comportamiento de su crecimiento. Así mismo se asume que el

comportamiento en el crecimiento de los negocios va directamente proporcional con sus ventas en los productos que ofrecen, por lo tanto se considera que el comportamiento proyectado en ventas para los productos ofrecidos por la empresa objeto de estudio será del 4.88% promedio para los próximos cinco años.

En virtud de lo anterior, la proyección de oferta de los productos en los almacenes comercializadores de artesanías se visualiza en el siguiente cuadro.

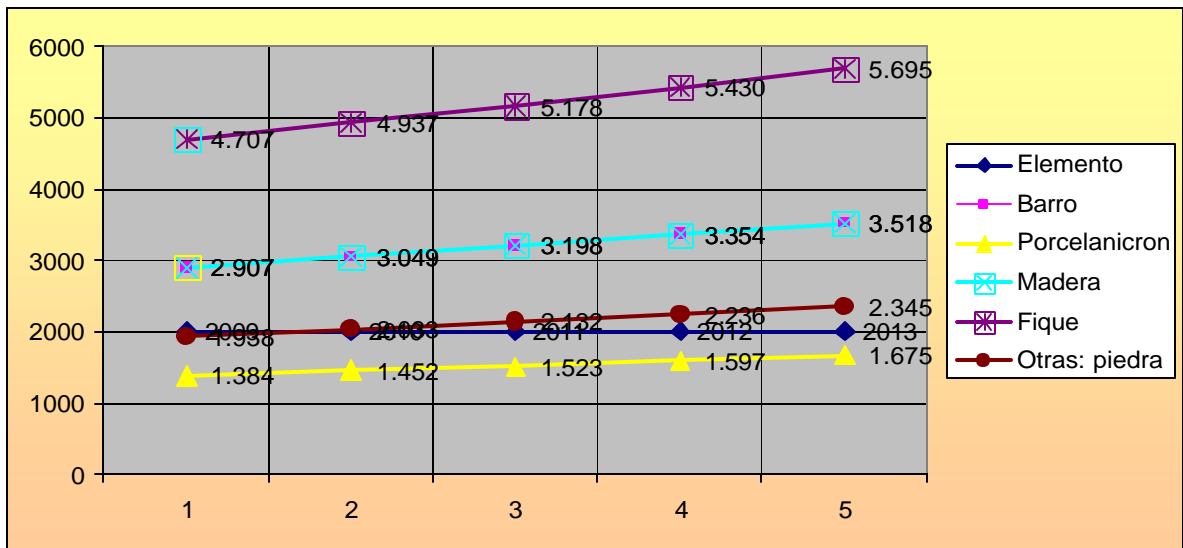
Cuadro 44. Oferta proyectada en almacenes comercializadores de artesanías

Año	Oferta proyectada anual
2008	13.844
2009	14.520
2010	15.228
2011	15.971
2012	16.751
Promedio total	4.88%

Cuadro 45. Oferta proyectada en almacenes de artesanías al año/producto

Elemento	% Partic	2008	2009	2010	2011	2012
Barro	21%	2.907	3.049	3.198	3.354	3.518
Porcelanicron	10%	1.384	1.452	1.523	1.597	1.675
Madera	21%	2.907	3.049	3.198	3.354	3.518
Fique	34%	4.707	4.937	5.178	5.430	5.695
Otras: piedra	14%	1.938	2.033	2.132	2.236	2.345
Total	100%	13.844	14.520	15.228	15.971	16.751

Figura 28. Demanda total anual proyectada por producto



2.6 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se refiere a la relación directa que existe entre la demanda del producto por parte del mercado objetivo y la oferta del mismo por parte de la competencia. Para lo cual la formula que se utiliza es la siguiente:

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Competencia}$$

Se debe tener presente que la demanda demuestra el total de artesanías en madera que requieren tanto los almacenes como los turistas, versus, la cantidad de productos en madera que comercializan los establecimientos analizados.

Cuadro 46. Demanda insatisfecha de elementos artesanales de madera.

DEMANDA	Elemento	% Partic	año 2008	año 2009	año 2010	año 2011	año 2012
	Total	100%	5627	5878	6172	6414	6670

OFERTA	Elemento	% Partic	2008	2009	2010	2011	2012
	Madera	21%	2.907	3.049	3.198	3.354	3.518

DEMANDA INSATISFECHA	Elemento	% Partic	2008	2009	2010	2011	2012
	Madera	48%	2.720	2.829	2.974	3.060	3.152

Sin embargo, para el caso concreto del presente proyecto, se tiene que la demanda por este tipo de artículos se encuentra totalmente insatisfecha, dado que en el mercado objetivo, no se comercializan actualmente este tipo de artículos. **Por lo tanto para los fines del presente proyecto, se toma toda la demanda como demanda insatisfecha.**

Se sustenta el hallazgo de la demanda insatisfecha, en el hecho de que es importante para las investigadoras conocer en el mercado actual, los productos similares que en determinado momento podrían llegar a sustituir los productos ofrecidos por MASUAR, que participación tienen actualmente y como se proyecta su crecimiento a futuro, dadas las actuales condiciones planteadas en el estudio. Sin embargo, y como se dijo en el inciso anterior, no se tendrá en cuenta la demanda insatisfecha para las proyecciones del presente proyecto.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización tendrá como etapas las siguientes:

Un productor del producto, que será MASUAR desde el punto de fábrica.

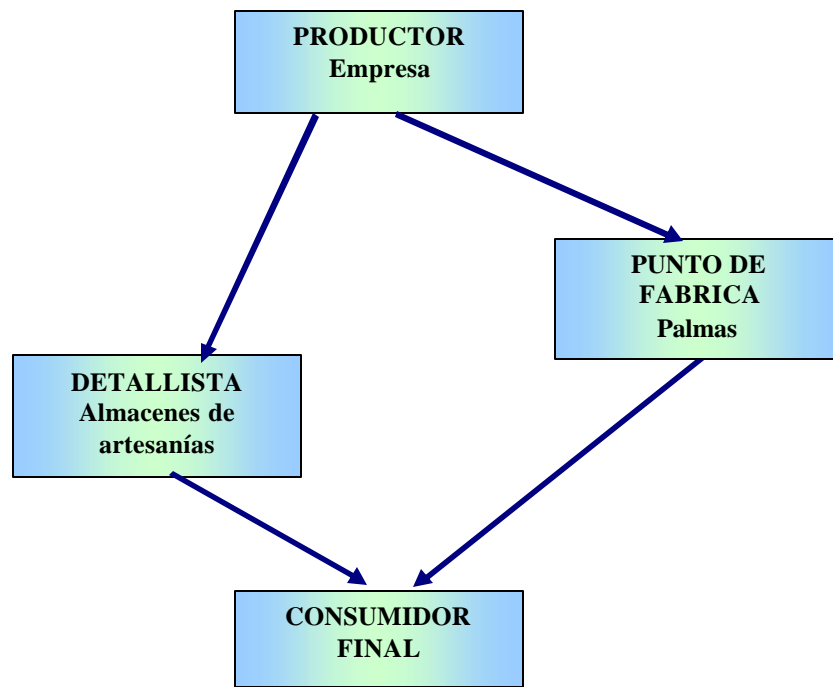
Un Punto de venta que estará ubicado en Palmas del Socorro.

Un detallista que será cada uno de los almacenes que comercializará las artesanías desde los diferentes municipios donde se ha hecho contacto y que asintieron en el estudio de mercados su intención de participar en el proyecto.

Un consumidor final que tanto para el punto de venta en palmas del Socorro como para el detallista, se trata de las personas naturales turistas o propios de la región, que deseen adquirir los productos ofrecidos por MASUAR.

Los canales de comercialización para los nuevos productos será el siguiente:

Figura 29. Canales de comercialización propuestos



- **Ventajas del canal propuesto:**

- Pocos intermediarios en el proceso de venta, lo que disminuye el riesgo de precio.
- Mayor asegurabilidad del producto, menor riesgo de deterioro por cuanto los almacenes detallistas adquieren el producto y responden por el mismo hasta el momento de ser vendido al consumidor final.
- Asegurabilidad del mercado.

- **Desventajas del canal propuesto:**

- Búsqueda constante y esfuerzos altos de fidelización del canal intermediario para asegurar el mercado.
- Altos costos de transporte del producto hasta el punto del intermediario.

2.8 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad es fundamental para el desarrollo de una empresa y obviamente de sus productos, es vital para llegar a sus clientes con un alto grado de efectividad, es importante no sólo dar a conocer el producto sino para desarrollar un plan promocional por medio del cual el cliente adquiera no solamente una idea general de los productos sino que también le permita conocer sus ventajas competitivas.

2.8.1 Plan publicitario y Promocional.

Objetivo. Posicionar a la empresa productora y comercializadora de artesanías en madera de diseño natural MASUAR, mediante los medios adecuados de promoción a fin de informar al mercado de su existencia, persuadir la compra de sus productos y fijar en el punto de recordación del cliente la marca (branding).

2.8.2 Nombre de la empresa. La empresa para sus fines publicitarios y de gestión legal se denominará ASOCIACION ARTE E INNOVACION MADERAS DEL SUAREZ.

Para fines comerciales la sigla de esta empresa es MASUAR.

2.8.3 Logotipo. El diseño del logotipo se encuentra plasmado en la siguiente figura:

Figura 30. Logotipo de MASUAR



El recurso gráfico que denota el logo pretende ilustrar a través de la figura uno de los modelos más exitosos de la empresa, así mismo demuestra el diseño exclusivo, autentico del elemento. De otra parte se observa que este sale de una difuminación azul que simula agua, haciendo referencia a que este artículo ha sido extraído del agua, para llevar relación con el slogan. En su parte inferior se visualiza el slogan que complementa el mensaje transmitido a través de la figura.

2.8.4 Slogan. A través de este se denota que los productos que se van a ofrecer serán elaborados con calidad al 100%, propendiendo por la exclusividad en sus diseños y la

promoción y protección del medio ambiente. El slogan también transmite el mensaje que para la extracción de la madera con la que se elaboran los artículos en MASUAR, no se atenta contra los árboles existentes, se extrae de la madera recuperada que ya se encuentra disponible para utilización y que se halla en el río existente en el municipio de Palmas del Socorro. Finalmente se quiere transmitir que los diseños artísticos son naturales, por lo tanto es arte sacado de las aguas.

“Arte sacado de las Aguas”

2.8.5 Análisis de medios. Existe diversidad de alternativas para dar a conocer una empresa, con grandes ventajas de reconocimiento en el municipio, así por ejemplo se pueden utilizar pasacalles, pautas radiales, impresos, tarjetas y titulares de prensa entre otros. Sin embargo es preciso definir aquellos medios que para el contexto del proyecto, sean los más adecuados y los más efectivos. En el medio existe una emisora que posee alcance a ese municipio, un canal local de tv, y empresas de artes gráficas que elaboran material visual que podría ayudar en la promoción y la fijación visual de la imagen de la misma.

2.8.6 Selección de medios. La empresa MASUAR como medios publicitarios utilizará pasacalles en la etapa inicial de la puesta en marcha de la empresa a fin de dar a conocer su punto de fábrica en el Municipio de Palmas del Socorro, pautas radiales, a través de las emisoras que irradian señal al Municipio y a los municipios aledaños tales como Socorro, Simacota, Oiba, entre otros, y el canal local de TV. de Socorro, dado que estos son los medios que llegan de manera más directa a los clientes principales el producto. Plegables, a través de los cuales se visualice de manera real la belleza de las artesanías producidas por la empresa. Tarjetas de presentación, para contactar personas que hayan demostrado interés en los productos ofrecidos por MASUAR. Pendones, los cuales identificarán a la empresa en los eventos promocionales de conglomerados.

Pasacalles. Se ubicará un ejemplar en un sitio estratégico del Municipio de Palmas del Socorro, en la etapa de iniciación y lanzamiento de la empresa, a fin de que los habitantes y turistas que visiten este municipio ubiquen con rapidez el punto principal de venta e identifiquen los productos.

Radio. Se transmitirán pautas radiales con una duración de 30 segundos, 3 veces al día en los fines de semana en la etapa de lanzamiento de la empresa en las dos emisoras de más rating en el Municipio, en el horario matutino, que es el momento en que la mayor parte del mercado objetivo escucha radio, específicamente en el horario del noticiero.

Televisión local (parabólica). Esta estrategia puede ser utilizada inicialmente en el Socorro y en San Gil a través de los canales comunitarios denominados PASO TV Y ASOPARSA. El radio de acción de estos dos canales son: la provincia guanentina y la provincia comunera, ambos en un 80%. Se pretende pautar en este espacio con una producción en vídeo de la mejor calidad. A través de este medio se pretende lograr un impacto visual de los productos en quienes lo observen a fin de ejecutar un marketing más dinámico y agresivo en el mercado.

Plegables. Elaboración y distribución de plegables de 2 cuerpos, en los cuales se publiciten los productos de la empresa, sean entregados mano a mano, donde se resalten las principales características de los productos y sus variedades, así como la dirección y el teléfono para hacer pedidos o recibir la visita de los interesados.

El objetivo de este elemento publicitario, es lograr llegar a aquellas personas que por sus ocupaciones no logran mirar la televisión local en el horario de la pauta ni logran escuchar las noticias del medio día de las emisoras locales.

Este elemento no será distribuido por debajo de las puertas ni entregado en forma masiva, se pretende entregar en forma individual, personal, mano a mano a fin de lograr un primer contacto con los futuros clientes y darles a conocer en forma breve la calidad de los productos.

Pendones. Como una estrategia de recordación de imagen, se diseñan unos pendones que logren identificar a MASUAR en los diferentes eventos masivos en los cuales participe, tales como ferias, exposiciones, entre otros, así mismo como artículo decorativo en el punto de venta del municipio de Palmas del Socorro.

Tarjetas de presentación. Este medio permitirá suministrar una herramienta fácil y cómoda de llevar por parte de los clientes potenciales, como recordatorio de la existencia de la empresa, ubicación fácil, rápida y efectiva, para efectuar cotizaciones y pedidos.

2.8.7 Presupuesto.

- **Lanzamiento.** Se realizará un acto de lanzamiento de carácter público para los clientes que se desplazan hasta Palmas del Socorro tales como turistas y colonias de este municipio en otras ciudades. Este acto de lanzamiento consistirá en inaugurar con exposición galería y coctail la empresa MASUAR. La exposición se tiene prevista para una semana completa de sábado en la mañana de una semana X, hasta el día domingo por la noche de la semana Y. es decir en total nueve (9) días de galería. El coctail de inauguración del la muestra se realizará el día de la apertura en las horas de la tarde, 6:00 p.m.. En el mismo como gancho publicitario se sortearán algunos productos pequeños con los cuales se pueda dar a conocer de manera real las características que hacen de las artesanías ofrecidas por MASUAR, verdaderas obras de arte.

El presupuesto de lanzamiento para la realización de este evento será el siguiente:

Cuadro 47. Presupuesto de lanzamiento

Actividad	Valor
Alquiler de equipos y animación	\$200.000
Protocolo de coctail, atenciones y sorteos de productos.	\$500.000
Publicidad visual (pasacalles, pendones y plegables)	\$350.000
Alquiler del salón	\$80.000
Total	\$1.130.000

- **Presupuesto anual de publicidad.** Lo correspondiente a gastos de publicidad durante la etapa de lanzamiento del producto, así:

Cuadro 48. Presupuesto anual de publicidad

Cantidad	Nombre	Valor c/u	Valor total
2	Pautas radiales por emisora primer mes	\$2.500	\$300.000.00
16	Comerciales con video en las parabólicas locales de Socorro y San Gil	\$35.000	\$560.000.00
1	Pauta en Paginas Web reconocidas	\$300.000	300.000.00
2000	Plegables de la empresa	\$250	\$500.000.00
5000	Tarjetas de presentación	\$100	\$500.000.00
	Pautas radiales a partir del segundo mes	\$100.000 / mes	\$1.000.000.00
TOTAL			\$3.160.000.00

2.9 POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Comercialmente el proyecto es factible, dado que existe una demanda importante para los productos que se pretenden ofrecer de parte de MASUAR para los turistas y almacenes comercializadores de artesanías en Santander.

El mercado está realmente insatisfecho, dado que actualmente no se ofrece en el mercado este tipo de artesanías en el radio de acción del proyecto.

MASUAR ofrecerá como canales de comercialización el siguiente: Productor, Distribuidor (almacenes comercializadores), punto de venta, consumidor final.

Comercialmente es viable la puesta en marcha de la empresa objeto de estudio dado que la población observa con buenos ojos su creación y con grandes expectativas de adquirir un producto de alta calidad a un precio atractivo, además de ser una empresa naciente en la zona y orgullo de Palmas del Socorro para el resto del Departamento.

3. ESTUDIO TÉCNICO

En la parte técnica se involucran todos los elementos relacionados con el tamaño, localización e ingeniería del proyecto, con el fin de tomar una decisión y enunciar cuales son las magnitudes y procesos generados en cada aspecto para la creación de la empresa MASUAR que desde su perspectiva física y organizacional, pueda adecuarse a las necesidades del mercado.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Se debe partir que el tamaño de una empresa debe ser proporcional a su volumen óptimo de producción en un tiempo determinado, de acuerdo al estudio de mercados y a la capacidad de los equipos requeridos, existe una gran perspectiva de desarrollo de la empresa en estudio, MASUAR.

3.1.1 Descripción del tamaño de la empresa. Mediante el establecimiento del tamaño del proyecto se establecerá la capacidad de producción de MASUAR y su proyección en el tiempo, para atender la demanda, teniendo presente la infraestructura tanto física como en equipos y los factores de carácter económico y financiero y la posterior comercialización de los productos de la empresa.

Para determinar el tamaño de la empresa, se tomó en cuenta toda la demanda existente como demanda insatisfecha. La cual es de 5627 productos artesanales en madera natural. (véase numeral 2.6 del estudio de mercados).

De acuerdo con lo anterior, MASUAR tendrá un cubrimiento inicial promedio del 58% de la demanda insatisfecha, el cual irá incrementando año a año en un mínimo del 19% con respecto al año inmediatamente anterior. Este porcentaje se tomó teniendo en cuenta la capacidad actual del taller de la empresa denominada MASUAR.

Es decir la capacidad diseñada alcanza a cubrir el 58% del total de la demanda en el primer año.

3.1.2. Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Se han tomado como factores determinantes del tamaño del proyecto los siguientes:

- **Tamaño del mercado.** Para el proyecto no es un factor limitante el tamaño del mercado, toda vez que este es dado tanto por lo almacenes comercializadores de artesanías en los municipios vecinos a Palmas del Socorro, como por los turistas que visitan esta localidad cuyo promedio es importante a la hora de estimar la demanda.
- **Disponibilidad de capital o financiera.** La disponibilidad de recursos requeridos para llevar a cabo el proyecto, define la necesidad de recurrir a líneas de financiamiento, a ayudas nacionales e internacionales entre ellas programas de gobierno Municipal y Departamental y Cámara de Comercio disecionados a fortalecer la microempresa, a través de convenios y auxilios que condicionan la ejecución del mismo. Se considera como la variable de más importancia, puesto que de ella depende la puesta en marcha y cobertura del proyecto. Dado que este proyecto requiere de una fuente de financiación para la consecución de todo el equipo necesario para tal fin y su inversión es alta (véase estudio financiero).
- **Disponibilidad de tecnología.** La tecnología es importante para la producción estación de los servicios, sin embargo dado que se trata de un proyecto de producción de artesanías, más que tecnología, lo que se requiere son herramientas de muy buena calidad y éstas si se convierten en un factor condicionante ya que en la medida en que la demanda de los productos aumente se requerirán más herramientas para mayor número de personas trabajando en este arte.
- **Factores ambientales.** La empresa no tendrá impacto negativo con el medio ambiente, su tratamiento de desechos, se realizará teniendo presente todas las recomendaciones que al respecto sugieren las entidades encargadas del manejo ambiental en la localidad. Así mismo las maderas que se utilizan son las que la

misma naturaleza ya ha desechado, es decir, no van a dañar el ecosistema natural del río Suárez.

- **Capacidad administrativa.** La aplicación de teorías administrativas modernas es un factor indispensable en la estructuración y crecimiento de una empresa o institución, principalmente si el objetivo de la organización es la generación de un producto que permita el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados de la misma y de sus familias en general.
- **Disponibilidad de la mano de obra.** En un tipo de empresa como la que plantea el proyecto, existe el suficiente recurso humano calificado tanto profesional (administración y contabilidad) como operativo a bajos costos y alta eficiencia, para cada uno de los cargos de esta, luego no condiciona el tamaño del proyecto.
- **Competencia.** Es un factor a favor, ya que en la municipalidad no existe otra empresa fabricante de artesanías de este tipo, ni de estas características, lo que la constituye en única en el municipio. Así mismo en los almacenes donde se pretende comercializar la mercancía, no existen objetos artesanales de similares características.

3.1.3 Capacidad del proyecto.

- **Capacidad total diseñada.** Hace referencia al máximo posible nivel de producción o prestación del servicio. Con relación al capital, a la infraestructura y equipos disponibles en el mercado, se analiza la capacidad óptima de producción, de acuerdo al tiempo que se requiere, la mano de obra disponible, y los equipos disponibles para realizar la labor.

Horario:

Mañana 7:00 a.m. - 12:00 m.

Tarde 2:00 p.m. - 5 p.m.

Mano de obra:

- 4 operarios calificados
- 4 operarios no calificados

Horas trabajadas por operario:

- 8 diarias
- 48 semanales
- 192 mensuales promedio

Horas de producción real

- 12 horas quincenales recuperando madera del río
- 84 horas reales de producción a la quincena
- 42 horas reales de producción a la semana

Cuadro 49. Capacidad total diseñada

Elemento	Horas proce s	Operarios		Horas semana totales	total prod. Fabricado s/semana	total prod. Fabricado s/mes	total prod. Fabricado s/año	% participaci ón en el mercado	Deman da año 1
		M. O. C	M. O. N. C						
Espejo	6	1	1	84	14	56	672	54%	1233
Mesa	24	1	1	84	3,5	14	168	13%	1311
Lámpara	6	1	1	84	14	56	672	46%	1473
Frutero	3	1	1	84	28	112	1344	83%	1611
TOTAL					59,5	238	2856	51%	5627

- **Capacidad instalada.** La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción disponible permanente con base en los recursos con los que cuenta, refiriéndose principalmente a equipos e instalaciones físicas.⁸ La determinación de la capacidad

⁸ Gestión de Proyectos, Juan José Miranda. Cuarta Edición 2002. Pág. – 119.

instalada de MASUAR permitirá determinar tiempos de respuesta y permitirá conocer las posibilidades de expansión o requerimientos de inversión a largo plazo.

La capacidad instalada debe estar acorde con el mercado así como con los recursos limitantes de la empresa, en el caso específico de MASUAR, su capacidad instalada es de 2856 artículos en total, desglosados así:

Horario:

Mañana 7:00 a.m. - 12:00 m.

Tarde 2:00 p.m. - 5 p.m.

Mano de obra:

4 operarios calificados

4 operarios no calificados

Horas trabajadas por operario

8 diarias

48 semanales

192 mensuales promedio

Horas de producción real

12 horas quincenales recuperando madera del río

1 hora quincenal de carácter administrativo

21 horas reales de ventas semanales en cabeza de un solo operario.

84 horas reales de producción a la quincena

42 horas reales de producción a la semana

Cuadro 50. Capacidad instalada

Elemento	Horas proceso	Operarios		Horas semana totales	total prod. Fabricados /semana	total prod. Fabricado s/mes	total prod. Fabricados /año
		M. O. C	M. O. N. C				
Espejo	6	1	1	82	14	55	656
Mesa	24	1	1	82	3	14	164
Lámpara	6	1	1	82	14	55	656
Frutero	3	1	1	61,5	20,5	82	984
TOTAL					51,25	205	2460

- **Capacidad utilizada y proyectada.** Hace referencia al margen de capacidad utilizada y al grado de participación que se atenderá inicialmente en el mercado.

Para el presente proyecto, la capacidad utilizada es la misma capacidad instalada. La proyección de esta de acuerdo con su crecimiento se visualiza en el siguiente cuadro.

Cuadro 51. Capacidad utilizada proyectada

Elemento	total prod. Fabricados/ año 1	total prod. Fabricados/ año 2	total prod. Fabricados /año 3	total prod. Fabricados/ año 4	total prod. Fabricados /año 5
Espejo	656	781	929	1105	1316
Mesa	164	195	232	276	329
Lámpara	656	781	929	1105	1316
Frutero	984	1171	1393	1658	1973
TOTAL	2460	2927	3484	4145	4933

Uno de los operarios que trabaja fruteros, tendrá medio tiempo la labor de ventas en el punto de venta, por lo tanto su horario de producción se reduce a la mitad.

Cuadro 52. Personal requerido proyectado

Elemento	total operarios año 1	total operarios año 2	total operarios año 3	total operarios año 4	total operarios año 5
Espejo	2,00	2,38	2,83	3,37	4,01
Mesa	2,00	2,38	2,83	3,37	4,01
Lámpara	2,00	2,38	2,83	3,37	4,01
Frutero	2,00	2,38	2,83	3,37	4,01
TOTAL	8,00	9,52	11,33	13,48	16,04
TOTAL APROX	8	10	11	13	16

3.2 LOCALIZACION

Para la localización del proyecto se analizarán tanto la macrolocalización como la microlocalización de MASUAR a fin de encontrar la ubicación óptima de la misma, generando la máxima ganancia.

3.2.1 Macrolocalización. El proyecto estará ubicado en el Municipio de Palmas del Socorro Departamento de Santander.

3.2.2 Microlocalización. Por tratarse de un proyecto de factibilidad se hace necesario estudiar factores como servicios públicos, pobladores, cercanía al mercado, seguridad de la zona, facilidad de acceso, que permitan determinar su microlocalización.

Con base en el estudio de mercados, se tienen como opciones de localización:

Ubicación 1: Calle 6 # 5 – 48. a una cuadra del parque Principal.

Ubicación 2: Carrera 5 # 9 – 47 entrada al pueblo por la vía Socorro - Palmas

Ubicación 3: Sector Macanillo, vereda la Chapa. Ubicado en la vía Bucaramanga – Bogotá.

Entre los tres sitios mencionados, se selecciona uno de ellos a través del método de asignación de puntos.

- **Selección de factores.** Para la micro localización del proyecto se tuvieron en cuenta una serie de factores que afectan la localización de la empresa:
 - Impacto ambiental
 - Concentración del mercado
 - Vías de penetración al sector
 - Instalaciones locativas
 - Canon de arrendamiento
 - Zonas de parqueo
 - Disponibilidad de Servicios públicos
 - Facilidad de transporte para la adquisición de materia prima

- **Definición de factores**
 - Impacto ambiental: el grado de contaminación que se puede causar al medio ambiente.
 - Concentración del mercado: proximidad a la demanda de manera que ella pueda acceder fácilmente a adquirir los productos.
 - Vías de penetración al sector: existencia de suficientes vías en buen estado, que faciliten el acceso al sector.
 - Instalaciones locativas: hace referencia al estado en que se encuentre el local para el funcionamiento de la empresa (servicios públicos, espacio, seguridad, entre otros).

- Canon de arrendamiento: suma de dinero que se paga generalmente en forma mensual por el alquiler del inmueble, donde se instalará la empresa.
 - Zonas de parqueo: espacio disponible para estacionamiento de los carros de los clientes.
 - Disponibilidad de Servicios públicos: disponibilidad de los servicios públicos básicos tales como agua, luz y teléfono.
 - Facilidad de transporte: disponibilidad de los medios de transporte adecuados para la puesta en marcha de MASUAR.
- **Ponderación de factores.** A criterio personal se efectuó la ponderación de factores, teniendo en cuenta algunas de las necesidades de la comunidad en estudio, tales como: la rapidez.

F1	:	Impacto ambiental	:	15%
F2	:	Concentración del mercado	:	20%
F3	:	vías de penetración al sector	:	10%
F4	:	Instalaciones locativas	:	10%
F5	:	Canon de arrendamiento	:	10%
F6	:	Zonas de parqueo	:	10%
F7	:	Disponibilidad de Servicios públicos	:	15%
F8	:	Facilidad de transporte para la adquis. De insumos	:	10%

- **División de los factores en grados.**

Cuadro 53. Impacto ambiental

F1 IMPACTO AMBIENTAL	
Grados	Descripción
1	Medianas molestias: Produce una mediana contaminación e impacto negativo al medio ambiente por efectos de la consecución de la madera para la elaboración de los productos y su tratamiento posterior de transformación de la misma.
2	Pequeñas molestias: Genera contaminación mínima e impacto negativo mínimo al medio ambiente por efectos de la consecución de la madera para la elaboración de los productos y su tratamiento posterior de transformación de la misma.
3	No presenta molestias: no trae consecuencias al medio ambiente.

Cuadro 54. Concentración del mercado

F2 CONCENTRACION DEL MERCADO	
Grados	Descripción
1	Distante de la demanda
2	Cerca a la demanda
3	Muy cerca a la demanda

Cuadro 55. Vías de penetración al sector

F3 VIAS DE PENETRACION AL SECTOR	
Grados	Descripción
1	Vías en mal estado que no permiten el buen desplazamiento de los vehículos.
2	Vías en regulares condiciones
3	Vías en buen estado.

Cuadro 56. Instalaciones locativa

F4 INSTALACIONES LOCATIVAS	
Grados	Descripción
1	Malas adecuaciones: cuando el local se encuentra en forma deteriorada, no es apto para la empresa.
2	Regulares adecuaciones: estado apropiado y con algunas reformas puede ser adaptado para la empresa.
3	Buenas adecuaciones: local apto para el normal funcionamiento.

Cuadro 57. Zonas de parqueo

F5 ZONAS DE PARQUEO	
Grados	Descripción
1	No hay zona de parqueo
2	Reducida zona de parqueo
3	Amplia zona de parqueo

Cuadro 58. Canon de arrendamiento

F6 ZONAS DE PARQUEO	
Grados	Descripción
1	Canon de arrendamiento muy alto
2	Canon de arrendamiento moderado
3	Canon de arrendamiento bajo

Cuadro 59. Disponibilidad de servicios públicos

F7 DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PUBLICOS	
Grados	Descripción
1	Malos servicios: considerados cuando no existen la totalidad de los servicios. (agua, luz y teléfono)
2	Regulares servicios: estos constantemente presentan interrupciones por cortes de los mismos.
3	Buenos servicios: posee todos los servicios en forma eficiente.

Cuadro 60. Facilidad de transporte para la adquisición de insumos

F8 FACILIDAD DE TRANSPORTE PARA LA ADQUISICION DE INSUMOS	
Grados	Descripción
1	Difícil accesibilidad de transporte para la adquisición de insumos
2	Regular accesibilidad de transporte para la adquisición de insumos
3	Accesibilidad total de transporte para la adquisición de insumos

- **Asignación de puntos.** Tomando un total de 1000 puntos, se multiplican por el factor de ponderación para obtener el máximo de puntos por factor.

F1	:	1000 X0.15	=	150
F2	:	1000 X0.20	=	200
F3	:	1000 X0.10	=	100
F4	:	1000 X0.10	=	100
F5	:	1000 X0.10	=	100
F6	:	1000 X 0.10	=	100
F7	:	1000 X0.15	=	150
F8	:	1000 X0.10	=	100

TOTAL				1000
-------	--	--	--	------

- **Puntaje y calificación de grados.** Puntuación a los grados:

Cuadro 61. Puntuación a los grados

FACTORES	GRADOS		
	1	2	3
F1	10	80	150
F2	10	105	200
F3	10	55	100
F4	10	55	100
F5	10	55	100
F6	10	55	100
F7	10	80	150
F8	10	55	100

- **Calificación y puntaje de grados a factores.** De acuerdo a la división de los factores en grados se realiza la calificación y puntaje de los grados a factores. El puntaje de clasificación que se le dará a cada uno de estos lugares estará determinando el sitio más adecuado para la ubicación de la empresa

Cuadro 62. Calificación y puntaje de grados a factores

FACTOR	UBICACIÓN 1		UBICACIÓN 2		UBICACIÓN 3	
	Grado	Valor	Grado	Valor	Grado	Valor
F1	3	150	3	150	3	150
F2	3	200	3	200	2	105
F3	3	100	3	100	2	55
F4	3	100	2	55	2	55
F5	3	100	2	55	1	10
F6	3	100	3	100	3	100
F7	3	150	3	150	2	80

FACTOR	UBICACIÓN 1		UBICACIÓN 2		UBICACIÓN 3	
	Grado	Valor	Grado	Valor	Grado	Valor
F8	3	100	3	100	2	55
TOTAL		1000		910		610

Basados en los resultados del método de selección de puntos la localización mas adecuada para la instalación del proyecto es la ubicación número 1, Calle 6 # 5 – 48. a una cuadra del parque Principal. ya que cumple con casi todas las características requeridas por el proyecto.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto.

Productos principales	<ul style="list-style-type: none"> • Lámparas • Mesas • Fruteros • Espejos
Diseño	<p>Artesanías rústicas y utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano,</p> <ul style="list-style-type: none"> • La materia prima utilizada es la madera encontrada en las resacas de los ríos aledaños al municipio y en las orillas de las quebradas, las cuales se encuentran inmunizadas en forma natural por el proceso mismo de la naturaleza. • Las semillas que emanan de los árboles • Las fibras como el fique, la hoja de cañabrava y la

	<p>macuma que se producen en la región y que estos artesanos conocen y manejan su procesamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los frutos secos como el chucho y la calabaza que son también producidos en la región.
Especificaciones técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Lámparas: Lámpara de 70 cm de alto, con chucho, base de mararratón o raíz de arrayán, tejido en fibra de fique para su parte de la conexión del cable. • Mesas: Mesa de 70 cm x 1 m, con vidrio de 6 líneas, altura de 50 cm, peso aproximado entre 50 y 70 kilos. • Fruteros: Piezas únicas e irrepetibles que conservan las formas naturales de la madera, con tamaños y formas caprichosas. La textura y peso varía de acuerdo a la clase de madera. • Espejos: Espejo de 50 x 70 cm, utilizando madera de arrayán con anclaje a la pared por medio de 2 tornillos, espejo de buena calidad.
Vida útil	<p>Para todos los productos, la vida útil la da la buena utilización y los cuidados que sobre cada uno ejerza el consumidor final o usuario del producto.</p>

3.3.2 Descripción técnica del proceso. En MASUAR se realizarán algunos procesos de tipo operativo.

- **Elaboración de espejo:**

- Los materiales son transportados hasta el sitio de trabajo o taller para ser transformados en un lindo espejo artesanal.
- Recepcionar los materiales y disponerlos en el sitio adecuado para su almacenamiento.

- Organizar los materiales para ser inspeccionados y clasificarlos de acuerdo con sus características y tamaños. Entre los materiales se tiene en cuenta las maderas y los insumos para transformar la madera en el elemento deseado.
 - Verificar la calidad de los materiales, clasificándolos por grupos característicos.
 - Desechar los elementos de madera que definitivamente no sirven para ningún elemento artesanal.
 - Inspeccionar el lavado de la madera.
 - Realizar el proceso de cortado de la madera respetando el diseño natural de la madera.
 - Desbastar con la herramienta adecuada (motosierra y gubias) de diferentes tamaños y lija las piezas.
 - Aplicar sellantes. Tintura con tintillas en color caramelo y miel la madera.
 - Acerar con cera virgen de abejas para lograr un acabado brillante.
 - Pegar el espejo de muy buena calidad.
 - Pegar 2 tornillos en la parte trasera del espejo elaborado para ser colgado.
 - Disponer el espejo terminado para ser llevado al punto de venta.
 - Empacar el espejo terminado para ser transportado hasta el punto de venta
 - Verificar el producto empacado
 - Conducir el producto empacado al punto de venta
 - Almacenar el producto, en el punto de venta en un lugar seguro, donde también pueda ser exhibido.
 - Vender el producto al cliente.
- **Elaboración de mesa**
 - Los materiales son transportados hasta el sitio de trabajo o taller para ser transformados en un lindo espejo artesanal.
 - Recepcionar los materiales y los dispone en el sitio adecuado para su almacenamiento
 - Organizar los materiales para ser inspeccionados y clasificarlos de acuerdo con sus características y tamaños. Entre los materiales se tiene en cuenta las maderas y los insumos para transformar la madera en el elemento deseado.
 - Verificar la calidad de los materiales, clasificándolos por grupos característicos.

- Desechar los elementos de madera que definitivamente no sirven para ningún elemento artesanal.
 - Inspeccionar el lavado de la madera.
 - Realizar el proceso de cortado de la madera respetando el diseño natural de la madera.
 - Desbastar con la herramienta adecuada (motosierra y gubias) de diferentes tamaños y lija las piezas.
 - Aplicar sellantes. Tintura con tintillas en color caramelo y miel la madera.
 - Acerar con cera virgen de abejas para lograr un acabado brillante.
 - Disponer la mesa terminada para ser llevado al punto de venta.
 - Empacar la mesa terminada para ser transportado hasta el punto de venta
 - Verificar el producto empacado
 - Conducir el producto empacado al punto de venta
 - Almacenar el producto, en el punto de venta en un lugar seguro, donde también pueda ser exhibido.
 - Vender el producto al cliente.
- **Elaboración de lámpara**
 - Los materiales son transportados hasta el sitio de trabajo o taller para ser transformados en un lindo espejo artesanal.
 - Recepcionar los materiales y los dispone en el sitio adecuado para su almacenamiento
 - Organizar los materiales para ser inspeccionados y clasificarlos de acuerdo con sus características y tamaños. Entre los materiales se tiene en cuenta las maderas y los insumos para transformar la madera en el elemento deseado.
 - Verificar la calidad de los materiales, clasificándolos por grupos característicos.
 - Desechar los elementos de madera que definitivamente no sirven para ningún elemento artesanal.
 - Inspeccionar el lavado de la madera.
 - Realizar el proceso de cortado de la madera respetando el diseño natural de la madera.

- Desbastar con la herramienta adecuada (motosierra y gubias) de diferentes tamaños y lija las piezas.
 - Aplicar sellantes. Tintura con tintillas en color caramelo y miel la madera.
 - Realizar perforaciones para crear ambientes de luz con muy buenos acabados con base de matarraton o raíz de arrayán.
 - Acerar con cera virgen de abejas para lograr un acabado brillante.
 - Elaborar en color claro un tejido de fibra de fique ya sea natural o teñido con senofil (tintura vegetal) en su parte de la conexión al cable.
 - Disponer la lámpara terminada para ser llevada al punto de venta.
 - Empacar la lámpara terminada para ser transportada hasta el punto de venta
 - Verificar el producto empacado
 - Conducir el producto empacado al punto de venta
 - Almacenar el producto, en el punto de venta en un lugar seguro, donde también pueda ser exhibido.
 - Vender el producto al cliente.
- **Elaboración de frutero**
 - Recuperar material de desecho de río (12 horas)
 - Analizar el pedazo de madera para intervenir sin deformar
 - Los materiales son transportados hasta el sitio de trabajo o taller para ser transformados en un lindo espejo artesanal.
 - Recepcionar los materiales y los dispone en el sitio adecuado para su almacenamiento
 - Organizar los materiales para ser inspeccionados y clasificarlos de acuerdo con sus características y tamaños. Entre los materiales se tiene en cuenta las maderas y los insumos para transformar la madera en el elemento deseado.
 - Verificar la calidad de los materiales, clasificándolos por grupos característicos.
 - Desechar los elementos de madera que definitivamente no sirven para ningún elemento artesanal.
 - Inspeccionar el lavado de la madera.
 - Rayar con motosierra y desbasta la madera con gubias de diferentes tamaños
 - Lijar la madera para ir afinando la pieza (casi por 3 horas).

- Aplicar sellantes. Tintura con tintillas en color caramelo y miel la madera.
- Acerar con cera virgen de abejas para lograr un acabado brillante.
- Disponer el frutero terminado para ser llevado al punto de venta.
- Empacar el frutero terminado para ser transportado hasta el punto de venta
- Verificar el producto empacado
- Conducir el producto empacado al punto de venta
- Almacenar el producto, en el punto de venta en un lugar seguro, donde también pueda ser exhibido.
- Vender el producto al cliente.

La descripción de los procesos señalados anteriormente se visualiza en el numeral 3.3.3 en los respectivos diagramas de operación.



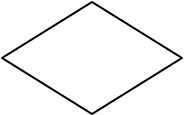



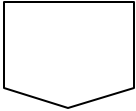
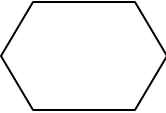
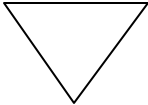
3.3.3 Diagrama de flujo. A continuación se da a conocer la descripción gráfica de los procesos definidos de tipo operativo en MASUAR (véase figuras 29, 30, 31 ,32 y 33)

3.3.4 Control de Calidad. Se controlará la calidad de los productos a través de monitoreo por observación y por buzón de sugerencias.

El monitoreo por observación se medirá a través de un instrumento cuya estructura deberá ser paramétrica y estandarizada a modo de test que permita medir en términos concretos los productos ofrecidos y la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

De otra parte el monitoreo por buzón de sugerencias busca que sean los mismos clientes quienes opinen acerca de los productos adquiridos, sugieran cambios y mejoras en los modelos ofrecidos.

Figura 29. Convenciones diagramas de flujo

DIAGRAMAS DE FLUJO			
<u>CONVENCIONES</u>			
FECHA : ENERO DE 2008		ELABORADO POR: JANETH CALDERON Y SARA I. PINTO	
REVISION : 00		N° DE HOJAS : 1 DE 1	
	Actividad		Elaboración de documento
	Decisión		Multidocumento
	Verificación		Inicio - Fin
	Conector fuera de página		Preparación
	Almacenamiento o Archivo		

Fuente: autoras de l proyecto

Figura 30. Diagrama de proceso 1

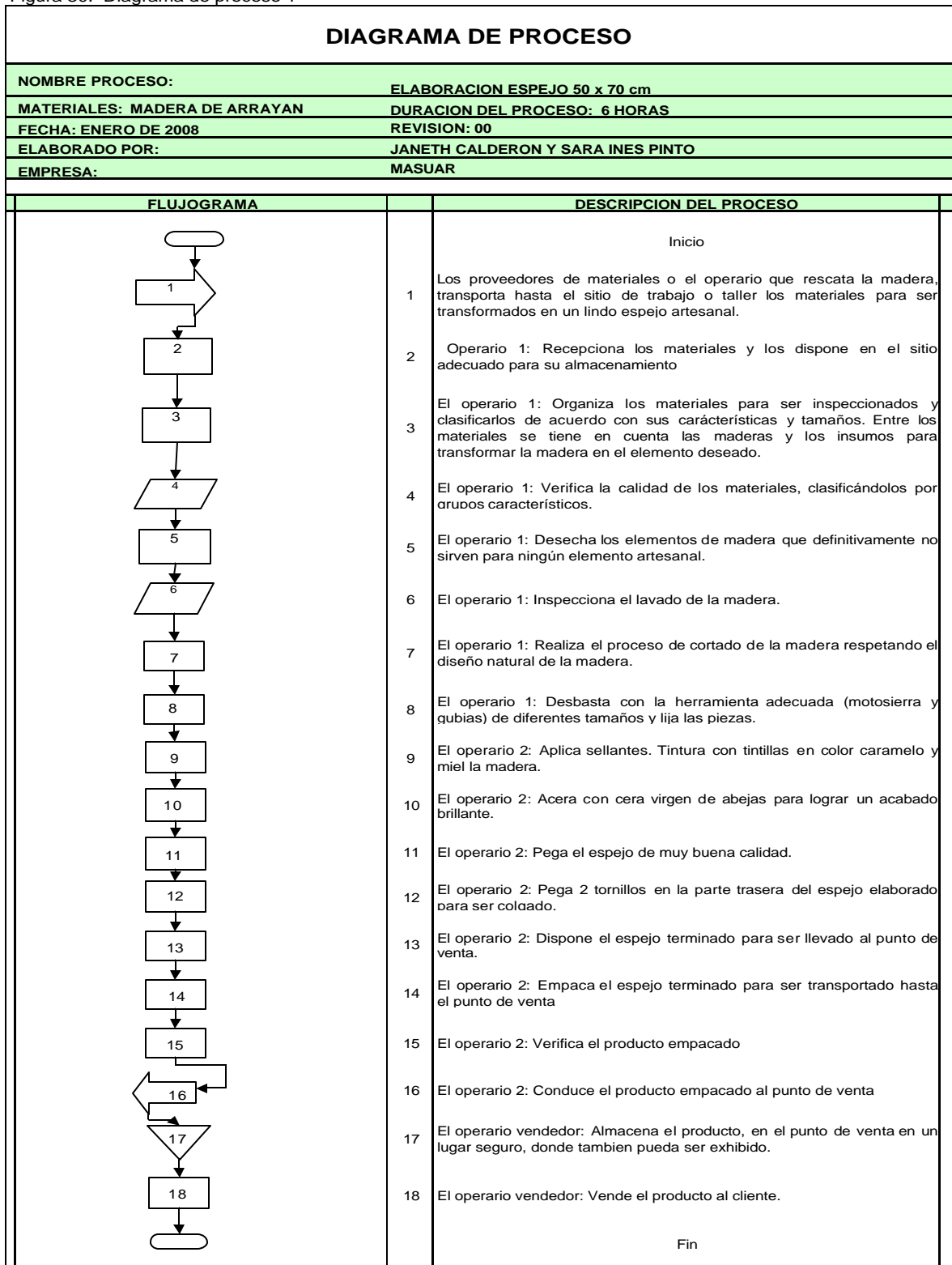


Figura 31. Diagrama de proceso 2

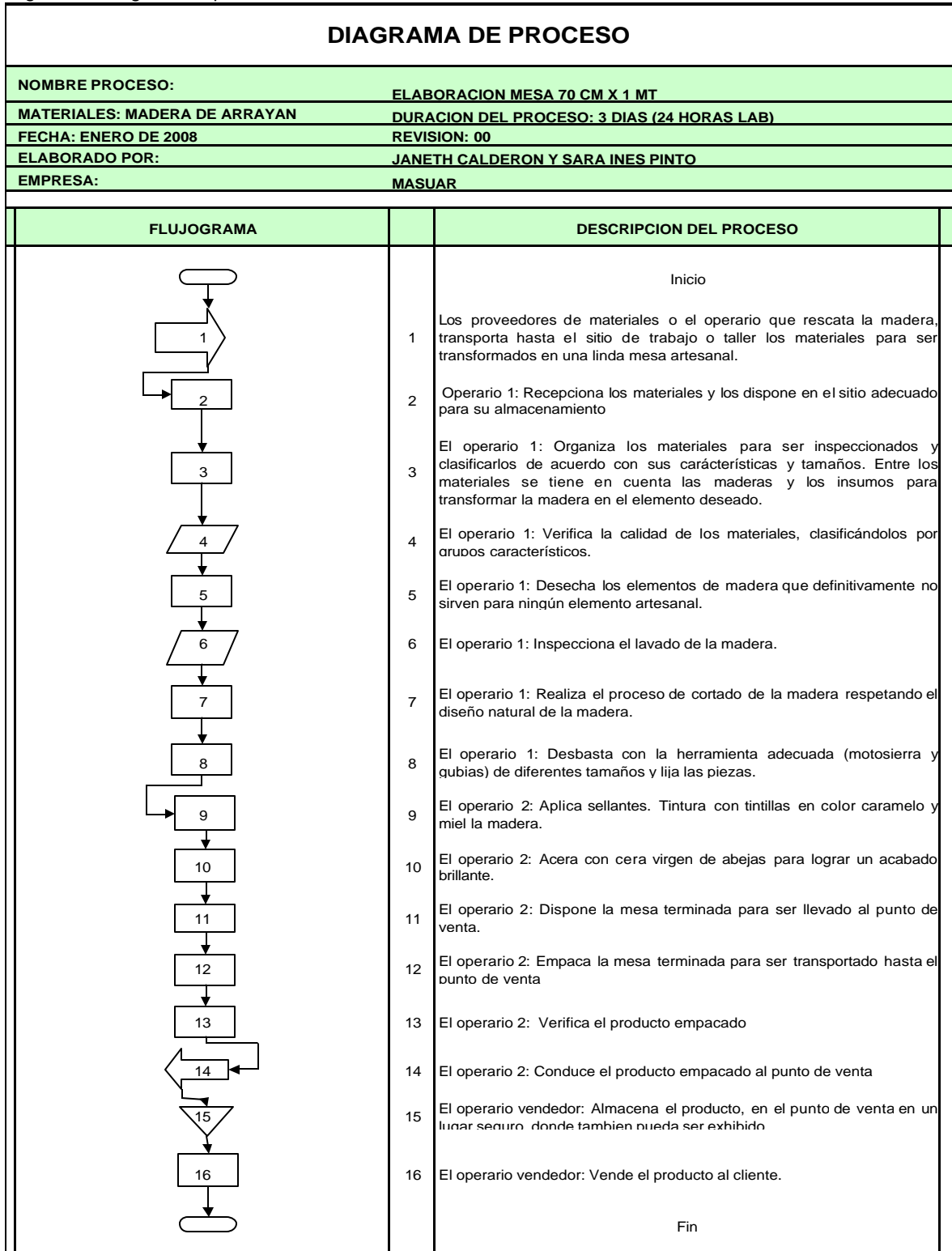


Figura 32. Diagrama de proceso 3

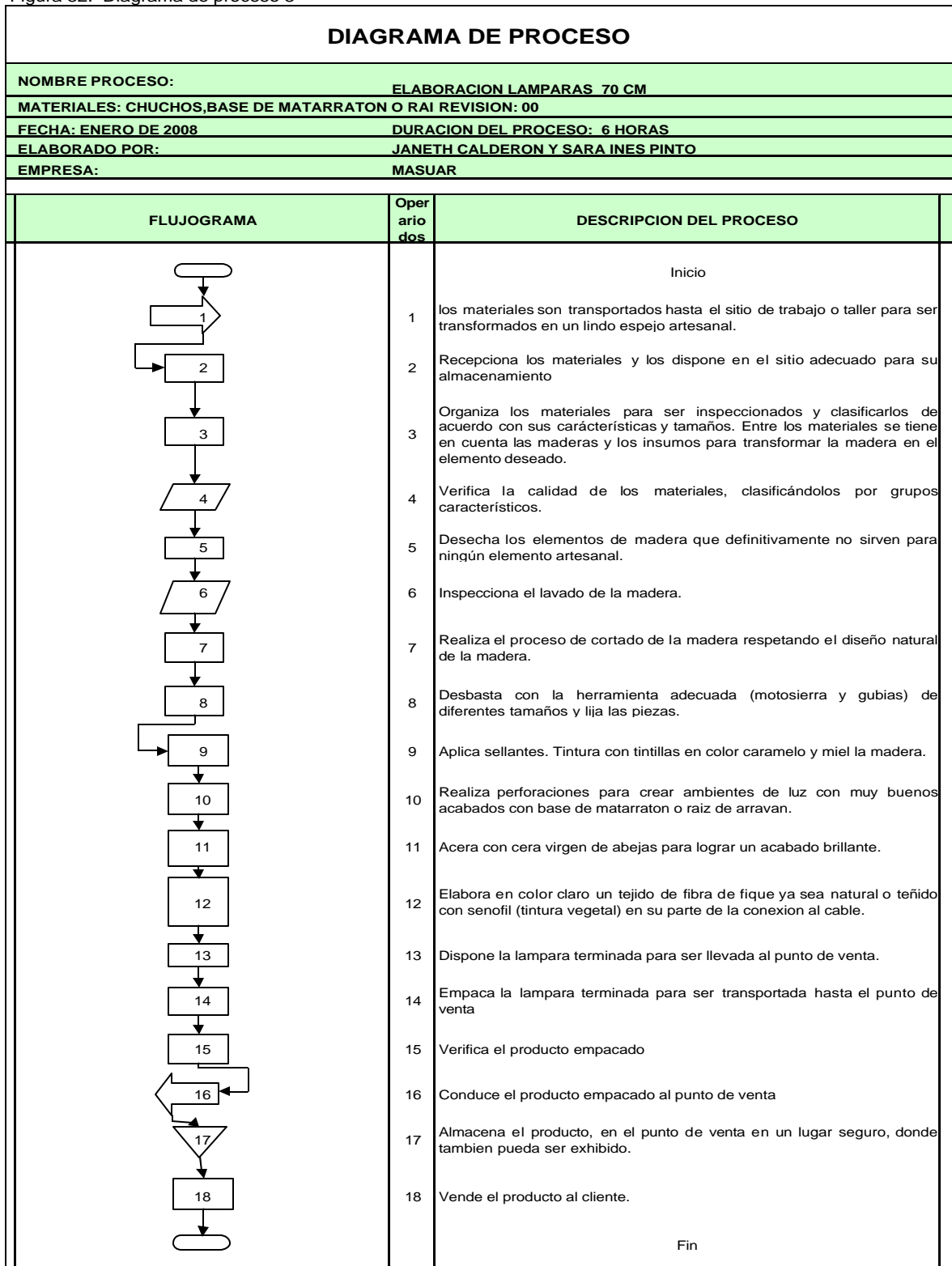
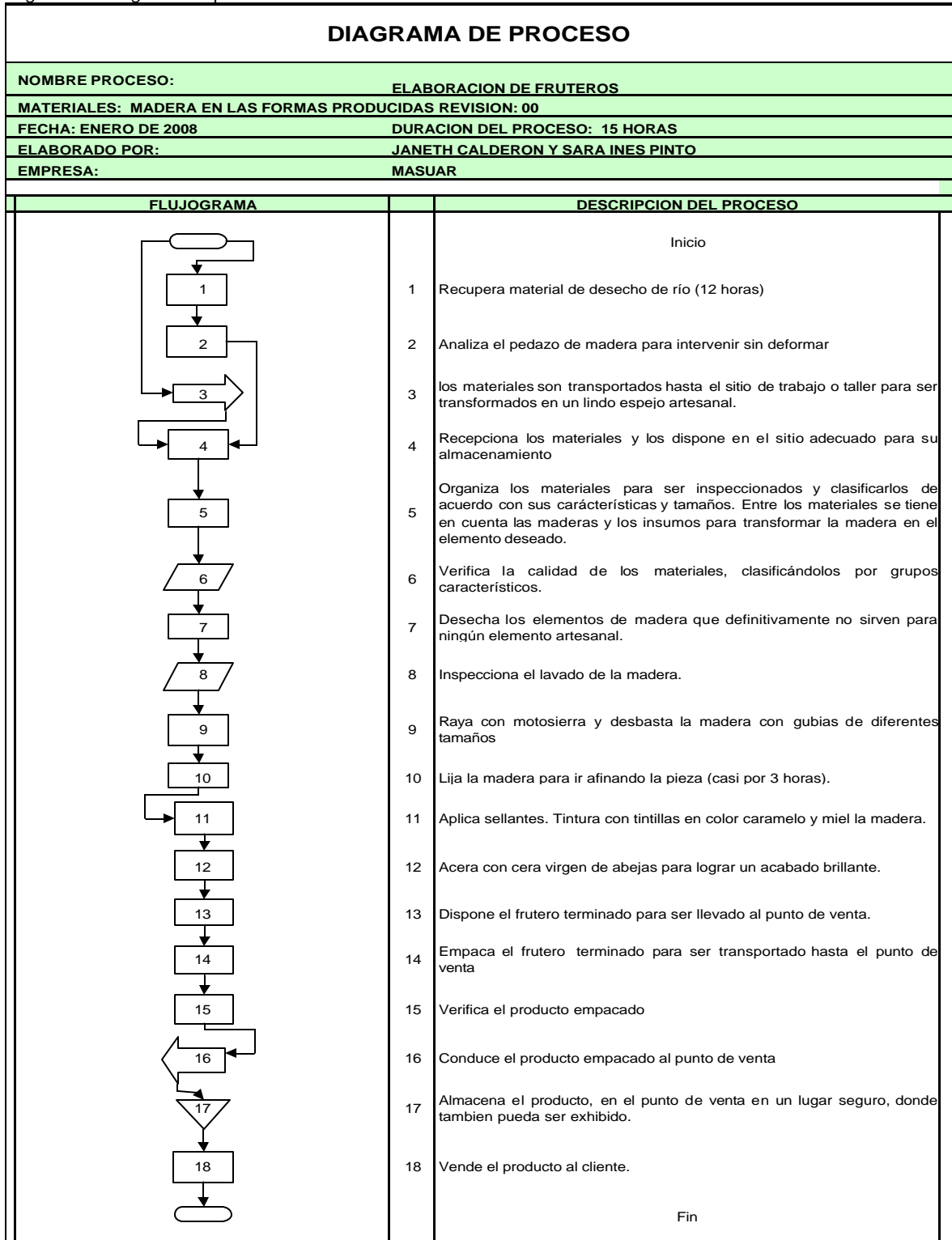


Figura 33. Diagrama de proceso 4



3.3.5 Recursos. Los recursos a utilizar para la puesta en marcha de MASUAR son humanos, físicos, de insumos y logísticos, los cuales son a saber:

- **Recurso humano.** Las personas que deben laborar en la empresa son:

Por nómina

- 1 gerente administrador del gasto
- 4 operarios mano de obra calificada
- 4 operarios mano de obra no calificada

Por honorarios

- 1 contador público, que valore, dictamine y firme los estados financieros y demás informes legales contables y tributarios.

- **Recurso Físico.** Hace relación a los equipos y maquinaria necesarios para el proceso de producción de elementos artesanales.

Cuadro 63. Herramientas

Cant	Descripción
1	Motosierra Sthill de espada de 40 cm. de largo
1	Sierra de banco con motor de 7 caballos y barreno
1	Planiadora de 35 cm. con motor trifásico
1	Sin fin
1	Compresor de 100 lb. (con pistola y manguera)
1	Disco de tungsteno de 10" alemán para corte
1	Disco de tungsteno de 14" para rajar
1	Disco de tungsteno de 16" para rajar
1	Banco de madera
1	Rutiadota con juego de fresas de tungsteno
1	Lijadora de wol 4"
2	Taladro manual de ½ industrial percutor
1	Taladro de árbol de ½ industrial de 1.70 cm de alto

Cant	Descripción
1	Caladora wol 313
1	Pulidora grande wol
1	Juego de formones curvos y planos
1	Cepillo de mano nº 3 stanley ingles
1	Cepillo de mano nº 5
4	Cepillo de vuelta curvos
4	Cepillo de vuelta planos
1	Escofina
1	Serrucho de mano de 28"
1	Serrucho de mano de 24"
1	Serrucho de costilla
4	Prensas para banco pequeña
2	Alacranes de 2 mm
2	Escuadra de 10"
2	Gubias de 2 ½
2	Gubias de 1 ½
2	Gubias de 1
2	Gubias de ½
1	Juego de formones
1	Nivel de 60 cm
1	Juego de brocas para metal
1	Esmeril pequeño
1	Careta esmeril
1	Juego de escuadras
2	Mazos plásticos
2	Segueta con marco
2	Broca de pala
2	Broca de metal
2	Martillos
2	Machete

Cant	Descripción
2	Flexo metro
1	juego de sierra copa

Cuadro 64. Insumos requeridos

Descripción
Conos de cabuya
Madera de recuperación en aserríos, arrayán
Thinner
Tintes
Colbón para madera
Sellador lijable
Lija de trapo
Lija de agua
Gasolina
Aceite 2 tiempos
Aceite de linaza
Cera de abejas
Lazo ½
Lazo 5/8
Brochas

Cuadro 65. Equipo de oficina

Equipos	Especificaciones
1 Escritorio	Tipo Gerente
1 Silla giratoria	Tipo gerente
1 archivador	Vertical, 4 gavetas
1 mesa computador	En madera - módulos
1 basurera	Madera
1 botiquín	Madera

Equipos	Especificaciones
1 Calculadora	Calculadora sumadora
1 aparatos telefónico	
1 fax	

Cuadro 66. Equipo de computo

EQUIPOS	ESPECIFICACIONES
1 computador	HP COMPACQ BUSINESS DESKTOP dc5000 Procesador Intel, Pentium IV de 2.80 GHz Microsoft Windows Vista Memoria de 1 GB Disco duro de 160GB Monitor de 15 " extraplano Unidad de CD con quemadora Tarjeta de Red 10/100/1000
1 impresora	Hewlett Packard 840

3.3.6 Estudio de Proveedores. Las materias primas para la elaboración de los artículos son adquiridos de la siguiente manera:

- madera recuperada de río: los empleados del taller, van directamente al río cada 15 días, durante 12 horas y ½ y hacen el trabajo de recuperar la madera. La cargan a lomo de mula de regreso al taller y allí la disponen adecuadamente para el posterior trabajo de diseño y elaboración de los artículos. Esta materia prima no tiene costo alguno.
- Los insumos para terminados de los artículos diseñados y elaborados en madera recuperada de río: el empleado del taller encargado directamente de la gestión de pedidos directamente, hace las llamadas telefónicas a los proveedores donde se adquiere materiales tales como puntillas, clavos, pegante, lija, cera. El pedido es realizado de manera mensual. El pedido es recibido directamente en el sitio del

taller, es decir, los proveedores lo colocan fleteado en el punto de fábrica de MASUAR.

- Los proveedores de insumos utilizados por MASUAR SON:
 - Ferretería Horacio Blanco Gómez.
 - Maderas del Sur.
 - Tecnocrystal
 - Depósito de materiales La Floresta.

- Las condiciones que determinaron que fueran ellos los elegidos para provisionar los insumos son las siguientes:

Cuadro 67. Condiciones para los proveedores

Proveedor	Cumplimiento	Prontitud de respuesta	Precios	Ubicación en la provincia	Colocan los insumos en el taller de MASUAR	Atención de reclamos y devoluciones	Amplias facilidades de ago. Crédito de 30 días
Ferretería Horacio Blanco Gómez. Calle 12 # 15-77 Socorro S.S.	X	X	X	X	X	X	X
Maderas del Sur. Calle 16 # 17 – 24 . Socorro S.S.	X	X	X	X	X	X	X
Tecnocrystal Calle 13 # 15-39. Socorro S.S.	X	X	X	X	X	X	X
Depósito de materiales La Floresta. Cra 16 # 11 -30 Socorro S.S.	X	X	X	X	X	X	X

3.3.7 Distribución en Planta. La distribución de la planta se realizó teniendo en cuenta la casa en la que actualmente funciona MASUAR, y que ésta pueda proporcionar condiciones óptimas de trabajo, que se utilice adecuadamente el espacio, que permita

una operación económica y pueda brindar seguridad y bienestar al trabajador. Para determinar el espacio a ocupar para cada una de las áreas de MASUAR, es necesario mostrar las necesidades específicas de cada sección en particular.

Zona de administración. En esta zona debe tener espacio suficiente para llevar a cabo:

- Labores de administración
- Labores de recepción de llamadas
- Labores de coordinación

De acuerdo con estas necesidades específicas, el área que requiere la zona de administración es de 16 m²

Zona de producción o taller. En esta zona debe tener espacio suficiente para llevar a cabo las labores inherentes a la elaboración de los productos artesanales que se pretenden ofrecer.

De acuerdo con estas necesidades específicas, el área que requiere la zona de producción debe ser en conjunto mínimo de 80 m², ya sea en un solo salón. Véase figura 34. Distribución en Planta.

3.3.8 Recurso Logístico. Se utilizará un software contable que facilite la elaboración del estado financiero y el control contable de la empresa, este software debe ser adquirido teniendo en cuenta el tamaño y las necesidades de la empresa. Básicamente la utilización de este software será el procesamiento de datos estadísticos, el control contable y la elaboración de los estados financieros.

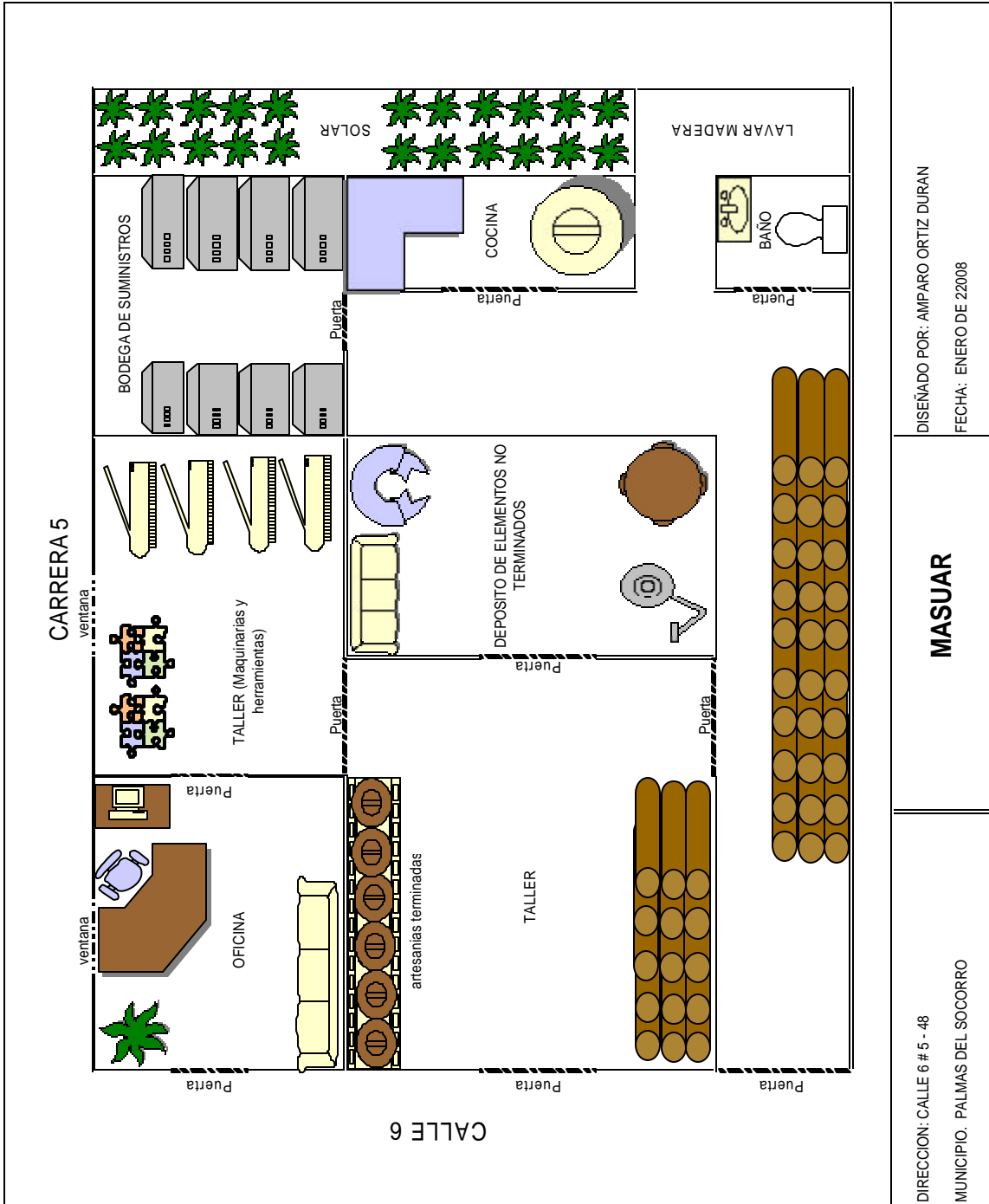
La logística de distribución está dada para los productos terminados. Para el caso de los productos a ofrecer desde el punto de venta en Palmas del Socorro, serán los mismos empleados del taller, los encargados de transportarlos hasta el lugar de ventas desde el taller de producción de los bienes, lo harán manualmente a hombros.

Para el caso de los almacenes comercializadores de artesanías contactados por MASUAR y que comercializarán los productos que esta ofrezca, los productos terminados

les serán enviados por remesas a través de camionetas que prestan este servicio en la zona, las cuales se hallan vinculadas a una empresa formal que hace presencia en la provincia comunera y se llama COTRASARAVITA LTDA.

Los productos enviados a través de este medio (transporte en camioneta) deberán ser empacados de manera individual, y embalados en papel resistente, cartón y cabuya o cordel, de modo tal que se puedan proteger de cualquier posible avería o riesgo mayor del automotor que los transporte.

Figura 35. Diseño de planta



DISEÑADO POR: AMPARO ORTIZ DURAN
FECHA: ENERO DE 2008

MASUAR

DIRECCION: CALLE 6 # 5 - 48
MUNICIPIO. PALMAS DEL SOCORRO

3.4 CONCLUSIONES TÉCNICAS SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

Para la producción de los elementos artesanales determinados en el presente proyecto, MASUAR está en capacidad de hacer un cubrimiento de 58% del total de la demanda planteada.

Para la puesta en marcha del proyecto, el proyecto contará con una planta de personal compuesta por un Gerente, un contador público (por honorarios), 5 operarios con mano de obra calificada y 3 operarios con mano de obra no calificada. Esta empresa estará ubicada en el Municipio de Palmas del Socorro.

La localización óptima de MASUAR se delimita en la calle 6 n° 548, esta se determinó a través del método de puntos, logrando el sitio adecuado una puntuación máxima de 1000 puntos.

Se definieron los procesos para la producción de los elementos artesanales definidos como principales en el presente proyecto.

De desarrolló la ficha técnica de los productos a ofrecer por parte de MASUAR, asimismo se diseñaron los procesos de operación para la elaboración de cada uno de los elementos comercializados por la empresa, junto con sus diagramas de flujo.

Se definieron las políticas para selección de proveedores, así mismo los que son considerados idóneos para esta labor se enmarcaron dentro de unos parámetros estándares.

La planta donde operará el taller para MASUAR, ha sido diseñado, aprovechando su actual ubicación y necesidades para el proceso.

En virtud de todo lo anterior, este proyecto es viable desde el punto de vista técnico, toda vez que se cuenta con los recursos físicos, tecnológicos, humanos y administrativos para su puesta en marcha.

4. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

4.1 ESTUDIO LEGAL

Al analizar los aspectos normativos y legales, tales como la constitución nacional (artículo 333); el código de Comercio a través del cual se reglamenta la constitución de una ASOCIACIÓN – entidad sin ánimo de lucro, permite a los autores valorar la operatividad legal, analizar el alcance de estas medidas, con el desarrollo, fortalecimiento y futuro de la empresa MASUAR. Además permite concluir el enorme compromiso que tienen las personas e instituciones comprometidas de hacer cumplir esta normatividad y de llevarlas a la práctica.

4.1.1 Análisis de la legislación vigente.

- **Constitución Nacional.** Nuestra carta magna en su artículo 333, garantiza el fortalecimiento del desarrollo empresarial, “...la empresa como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.
- **Código de Comercio.** MASUAR tendrá el carácter de una Asociación, sujeta a lo establecido en el Código de Comercio Colombiano.

La Asociación se denomina DISEÑO ARTE E INNOVACION que para todos los efectos legales se denominará con la sigla “MASUAR”.

El domicilio principal de la Asociación es el Municipio de Palmas del Socorro, Departamento de Santander, República de Colombia y su ámbito territorial de operación comprenderá todo el territorio de la República, pudiendo establecer oficina o

agencias en cualquier parte del país o del exterior que considere necesarias para la prestación de sus servicios y ejercicio de su actividad, según las normas legales vigentes para tales propósitos.

La duración de la asociación será de cien (100) años. No obstante, podrá disolverse y liquidarse en cualquier momento si llegaren a presentarse circunstancias o hechos que lo hagan necesario, en cuyo caso se procederá en la forma y término previsto por la ley y los estatutos.

La Asociación tiene como objetivo principal el de fomentar la generación de fuentes de trabajo en sus asociados en forma autogestionaria, como medio de satisfacción de sus necesidades económicas, sociales, culturales y educativas, para lograr un impacto social que propenda por el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y los que se vinculen con posterioridad mediante la consecución del trabajo sostenible. Organizar el trabajo físico, intelectual y profesional de sus asociados en cualquier modalidad, en todas las actividades económicas y empresariales que sean requeridas. Desarrollar actividades socioeconómicas de provisión sistemática de bienes y servicios a terceros para el funcionamiento operativo, administrativo y productivo, promoviendo el desarrollo sostenible de las comunidades, a través de convenios con entidades o personas autorizadas para el desarrollo de esta actividad. Contratar todo tipo de servicios con entidades públicas o privadas, vinculando el trabajo personal y directo de los asociados que se vinculen en forma voluntaria para la ejecución de labores o en forma autogestionaria. Contribuir al crecimiento del nivel de vida de sus asociados y sus familias. Difundir un pensamiento e identidad solidaria que propenda por el bienestar de sus asociados sustentado en un desarrollo de base humana, actualización e información que permita avanzar empresarialmente, buscando cada vez más elevar el estándar de satisfacción de los asociados. Celebrar convenios con organismos del estado o internacionales, ONG, entidades públicas o privadas para recibir transferencia de tecnología aplicable al mejoramiento de calidad del producto para que la Asociación participe directamente en el desarrollo del programas y proyectos donde el aporte sea la fuerza laboral o capacidad profesional de sus asociados. Gestionar y recibir donaciones o auxilios con organizaciones del estado o internacionales. Celebrar todo tipo de operaciones complementarias que tiendan a cumplir el objeto.

Conclusión: Tal como se expresa en la legislación, la empresa tendrá el carácter de Asociación, sin ánimo de lucro, para lo cual sus asociados deberán dar aplicabilidad a las disposiciones del Gobierno Nacional a través del Código de Comercio. Esto para efectos de dar carácter de empresa legalmente constituida e inscrita en la Cámara de Comercio.

La representación de este tipo de empresa (asociación) y su administración corresponde a todos los asociados, quienes podrán delegar tal función en un gerente, asimismo en la asamblea de asociados, a cada asociado corresponde un voto según los estatutos.

En el Anexo I se encuentran los Estatutos de la Asociados debidamente aprobados y registrados ante las autoridades de supervisión competentes.

- **Acuerdo Plan de Desarrollo del Municipio del Palmas del Socorro periodo 2004-2007.** Dentro del plan de Desarrollo del Municipio de Palmas del Socorro se encuentran los siguientes puntos que fortalecen las diversas organizaciones empresariales entre ellas la Asociación Diseño artes e innovación MASUAR, así:

REACTIVACION ECONOMICA Y GENERACION DE EMPLEO.

Como objetivos específicos en materia de empleo, se establecen los siguientes:

- a. Fomentar la economía solidaria y la mediana y pequeña empresa, ...y la ejecución de actividades en que el Municipio no sea eficiente.
- b. Establecer incentivos al sector productivo para generar más y mejores empleos.
- c. Capacitación y adopción de nuevas tecnologías buscando mayor productividad y rentabilidad en los sectores agropecuarios y microempresarial.
- d. Estimular e incentivar la inversión.

Conclusión: Dentro de los múltiples aspectos que aspira a cubrir el gobierno Municipal durante la vigencia 2008 – 2011 se encuentra el apoyo a la inversión a efectos de

mejorar la economía del Municipio y minimizar la tasa de desempleo. Se observa en esta disposición una intención de apoyo para MASUAR.

- **Acuerdo No. 014 de febrero 10 de 2004.** Por medio del cual se modifica el artículo 1 del acuerdo N° 022 de septiembre 2 de 1992 y el acuerdo 014 de junio 10 de 1997.

Artículo 1. Modificar el artículo 1 del Acuerdo 022 de septiembre de 1992 y el acuerdo 014 de junio 10 de 1997, el cual quedará de la siguiente manera:

“Exonerar de impuestos de industria y Comercio, por cinco (5) años a todas las empresas, microempresas, sociedades, empresas asociativas de trabajo, y demás entes legales que se constituyan y establezcan su domicilio en este municipio.

Dichas entidades comerciales para hacerse acreedoras a este beneficio deberá cada una vincular a la nómina de empleados o por contrato de prestación de servicios un 60% de personal que tenga domicilio en Palmas del Socorro”.

Conclusión: El gobierno Municipal apoya la generación de empresas y microempresas a través de la eliminación de impuestos de Industria y Comercio, durante un lapso de cinco años, esto ayuda a la minimización de los costos de funcionamiento de la empresa. Es importante recalcar que la condición es emplear a lo menos el 60% de personal domiciliado en Palmas del Socorro.

- **Ley 1 de 1989 – Ley de artesanías** La presente Ley pretende regular y favorecer las manifestaciones artesanales en la Comunidad, estimulando su mantenimiento, propiciando el autoempleo, vinculando, en su caso, artesanía y turismo y procurando que sirvan al tiempo para alentar los recursos socioeconómicos, tantas veces escasos, de nuestro medio rural. El texto dispositivo se ocupa de definir el objeto de la Ley y los conceptos básicos de artesanía, artesano y empresa; atribuye la competencia administrativa al departamento de industria, comercio y turismo y crea un consejo de artesanía como punto de enlace entre la administración autónoma y aquel sector profesional, con el fin de propiciar la colaboración necesaria para que esta Ley

encuentre debido cumplimiento. También se prevé un registro general de artesanía, que será único y público para toda la comunidad; ese registro permitirá conocer con exactitud la dimensión de este recurso social y calcular con mesura el alcance de la acción administrativa, de manera que el esfuerzo de la administración autónoma ampare a los profesionales del ramo.

El régimen de protección esta concebido con la generalidad y el realismo suficientes para que la Ley no sea un instrumento rígido o impracticable. En definitiva, se trata del primer y fundamental paso en la materia y al que deben seguir otros, como debe ser el de lograr una participación decidida del sector artesano.

4.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

A continuación de detallan los trámites necesarios para la legalización de una asociación como MASUAR.

4.2.1 Constitución de la empresa.

- **Registro de la Constitución de la Empresa.** Para efectos de registrar la constitución de MASUAR en la Cámara de Comercio, los asociados adelantarán las siguientes acciones:

Diligencias previas:

1. Tramitar la carta de estudio de nombre comercial, ante la cámara de comercio.
2. Una vez obtenida la aprobación del nombre comercial se debe elaborar y diligenciar la escritura publica correspondiente.
3. Dicha escritura debe ser otorgada por todos los asociados.

1. Matricula y registro mercantil:

Dentro del mes siguiente a la fecha del otorgamiento de la escritura pública de constitución, el Representante legal debió presentar en cualquiera de las ventanillas de la cámara de comercio:

- Carta de estudio del nombre comercial.
- Copia notarial de la escritura publica de constitución.
- Formularios de matricula mercantil de la asociación debidamente diligenciados.
- Carta de aceptación de los representantes legales, miembros de la junta directiva y revisor fiscal, indicando documento de identidad.
- Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.
- Una vez obtenida la suscripción se solicita:
 - certificado de existencia y representación legal
 - registro de los libros mercantiles (actas, registro de socios, caja diario, mayor y balances e inventarios)

2. NIT ante la Administración de Impuestos y aduanas Nacionales, se diligencia el NIT, presentando el registro mercantil y fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal.

Una vez tramitado el NIT, se deberá presentar fotocopia del mismo ante la ventanilla de información de la cámara de comercio, con el propósito de completar el certificado de la empresa.

3. Registro de contribuyente de Industria y Comercio

Así mismo se deberán adelantar diligencias de carácter local ante la administración Municipal tales como registro de industria y comercio y pago de los respectivos impuestos (si es del caso).

- **Visión.** “MASUAR Será en el año 2013 la empresa líder en Santander en la producción y comercialización de artesanías en madera de diseño natural, para lo cual deberá contar con:
 - Consolidación a nivel de herramientas, mano de obra y capacitación para imprimir a la empresa mayor eficiencia.
 - Consolidación del mercado.
 - Crecimiento en cobertura de Municipal a Departamental, para contribuir al desarrollo fundamental de la gente ubicada en el Municipio de Palmas del Socorro”.

- **Misión.** “MASUAR es una asociación de jóvenes campesinos, que produce artesanías en madera recuperada de río, que satisface los gustos y exigencias de los usuarios, bajo el criterio del máximo aprovechamiento de la mano de obra y recursos de la región.

Nuestra empresa busca el liderazgo en su respectivo campo de acción en un marco de mejoramiento continuo y orientación al mercado asegurando:

A nuestros asociados, el continuo incremento en el valor de su inversión.

A nuestros clientes, confiabilidad en nuestros productos.

A nuestros trabajadores, un clima laboral de mutuo respeto y desarrollo integral

A la comunidad, el cumplimiento de nuestras obligaciones y un mayor bienestar.

- **Principios y valores corporativos**
 - **Cumplimiento:** Realizamos las funciones con dignidad y responsabilidad a fin de atender y resolver de manera oportuna las necesidades y expectativas de nuestros clientes, conforme a la normatividad vigente para el sector artesanal y/o normas que la modifiquen.
 - **Compromiso:** Asumimos las acciones con esfuerzo, dedicación y empeño, generando confianza de nuestros productos y actividades hacia los clientes.

- **Responsabilidad:** Estamos comprometidos en asumir y cumplir nuestros deberes y obligaciones para alcanzar los propósitos de MASUAR.
 - **Tolerancia:** Somos mente abierta para comprender, respetar y valorar las ideas y creencias de los clientes.
 - **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos a nuestros clientes, colaboradores, accionistas, proveedores, gobierno y comunidad en general.
 - **Actitud de servicio:** Actuamos con disposición permanente hacia nuestros clientes para ofrecer productos de alta calidad.
 - **Mejoramiento continuo:** Trabajamos constantemente en el afianzamiento y mejora de nuestras acciones para lograr ser competitivos y productivos.
 - **Trabajo en equipo:** Somos un equipo humano que trabaja de manera integral para lograr el propósito de MASUAR.
 - **Responsabilidad social:** Generamos un impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes.
- **Objetivos Empresariales.** Los objetivos globales corporativos son los factores integradores de la tarea de la alta gerencia y por tanto, deberán reflejarse en los planes funcionales y operativos de cada unidad estratégica de MASUAR. Son, de otra manera, el amarre entre las responsabilidades funcionales y la dirección estratégica de la empresa.
- a. **Estructura organizacional.** Consolidar una estructura organizacional ágil, flexible, oportuna en las decisiones, altamente profesional, orientada hacia el servicio al cliente, la rentabilidad y con una alta capacidad de gestión y control de resultados.
 - b. **Conocimiento del mercado.** Conocer el mercado, la competencia y sus productos, es una tarea fundamental para la organización. Para ello se establecen sistemas que permitan hacer un seguimiento sistemático al mercado y la competencia, diversificando y diseñando así nuevos productos que anticipen y respondan adecuadamente a las necesidades de los clientes y que permitan el crecimiento de MASUAR en el mercado.

- c. **Desarrollo del talento humano.** Desarrollar y mejorar el nivel profesional y educativo de los miembros de la organización; será un objetivo permanente de la empresa.
 - d. **Desarrollo tecnológico.** Desarrollar tecnológicamente y de manera integral la organización para lograr una entidad eficiente y un óptimo producto, será una tarea prioritaria en los próximos cinco años.
 - e. **Servicio al cliente.** Crear una cultura de servicio al cliente será una estrategia fundamental para la organización a través de la capacitación permanente a los empleados de la empresa. Para ello se deberá conocer al cliente, obtener los índices de su satisfacción con el producto que recibe, establecer un sistema de postventa y seguimiento que permita asegurar su lealtad. La calidad y la excelencia del producto serán la ventaja competitiva y diferenciadora de MASUAR.
 - f. **Rentabilidad.** MASUAR obtendrá niveles que le aseguren su permanencia, crecimiento, generación de utilidades y competitividad. Para ello, velará por la óptima producción de los productos artesanales en términos de eficiencia en la aplicación de sus recursos, mediante estrategias de productividad claramente definidas.
 - g. **Índices de gestión.** La gestión de MASUAR, se evaluará mediante la medición periódica de un conjunto de índices de gestión precisamente definidos por la Gerencia.
- o **Políticas.** El objetivo general de MAASUAR es responder a las necesidades del grupo humano en ella involucrado y de la comunidad circundante, mediante la realización de determinadas actividades.
 - **Vinculación.** El método de selección utilizado para vincular el personal de esta empresa será el siguiente:

Promoción del Puesto. Cada vez que se requiera de personal adicional a los que conforman la asociación se deberá proceder a informarlo públicamente en los medios masivos de comunicación del municipio tales como la emisora del pueblo, a través de la franja de “servicio social” que es gratuita.

Entrevista Preliminar. Una vez concluida esta primera etapa, se procede a realizar la entrevista preliminar, esto en el caso de existir un gran número de candidatos. Esta entrevista la realiza el gerente de la Empresa en un tiempo comprendido entre cinco y diez minutos, y tiene como único fin excluir los candidatos que manifiestamente no son aceptables.

Análisis de documentos. El Gerente analizará las hojas de vida y confrontará las referencias y el nivel de capacitación en la materia.

Exámenes. Una vez realizado lo anterior, se efectuarán las pruebas de conocimientos teóricos y prácticos. Se hace además la entrevista de selección.

Comunicación de resultados. Analizados los exámenes y tomada la decisión, se comunicarán los resultados en forma personal y verbal.

Entrevista de contratación. Concluidas estas etapas, se realiza la entrevista de contratación al candidato seleccionado. Se le dan a conocer las funciones del cargo a ocupar, su posición dentro de la empresa y finalmente se le cita el día en que comenzará su periodo de prueba.

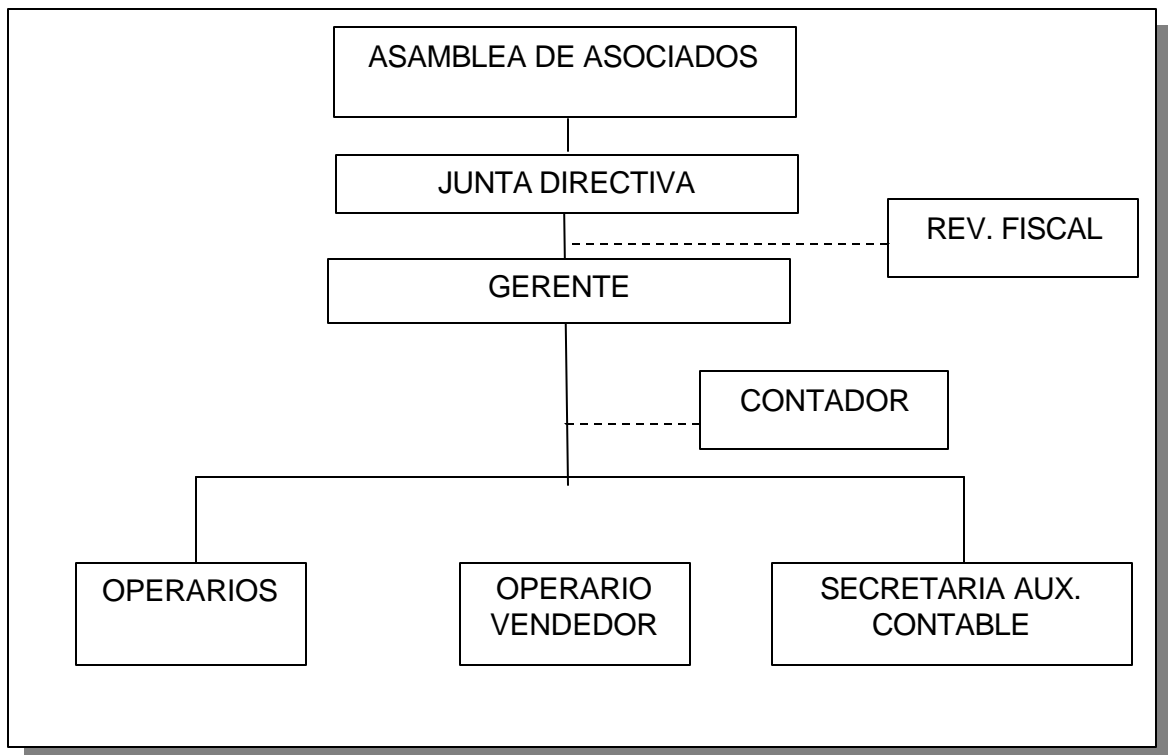
Colocación. El gerente presentará al empleado a su trabajo y a sus compañeros. Es importante tener en cuenta que los cargos son: operarios y secretaria.

Desarrollo del personal. Tiene como fin el incremento de las habilidades de la gente que ha sido empleada en la empresa. La capacitación desarrolla las capacidades de los operarios, crea satisfacción, promueve el grupo social del trabajador, orienta y motiva al trabajador para su labor, identifica al personal con su empresa, aumenta la productividad, reduce la necesidad de supervisión, disminuye el ausentismo, los accidentes y la rotación y en general mejora el clima y la efectividad de la empresa. En la empresa se llevará a cabo la capacitación de los empleados cada vez que así se requiera, ya sea de manera individual o colectiva. Esta capacitación se realizará de las siguientes formas:

- **Durante el trabajo.** Se llevará a cabo cuando el Gerente enseña a sus operativos, aquello que deben hacer.
- **Capacitación de orientación.** Se refiere a la “inducción” del funcionario en la empresa haciéndole conocer el funcionamiento de la organización, sus metas, las normas de seguridad y sus funciones.
- **Capacitación de sensibilización.** Los cursos de relaciones humanas, las sesiones de motivación, los laboratorios vivenciales, etc., pertenecen a este grupo. Tales experiencias se realizarán bajo la guía de expertos en el comportamiento y se deberán llevar a cabo con seriedad para que no sean creadoras de conflictos.
- **Ventas.** Las ventas del producto se realizará de dos formas a saber:
 - a. Para las personas naturales que requieran los productos se hará de contado, dado que sus solicitudes son únicas y al detal.
 - b. Para las personas jurídicas, empresas constituidas o propietarios de negocios que requieren productos constantemente, se suscribirá un convenio con ellos y el pago se facturará de manera mensual.
- **Gastos.** Las compras se realizarán de estricto contado, buscando siempre la minimización de los costos y el máximo rendimiento de los recursos financieros.

4.2.2 Estructura organizacional de la empresa. Inicialmente la empresa tendrá una estructura organizacional acorde con las necesidades y recursos tal y como se presenta en el organigrama de la figura 35.

Figura 35. Organigrama de MASUAR



- **Descripción de cargos.** Es el proceso de recolección de información sobre las tareas que deben realizarse en cada cargo y sobre las responsabilidades del empleado que irá a ejercerlas.

Esta actividad es base para la toma de decisiones en muchas áreas de la administración de personal tales como: selección del personal, desarrollo del personal, reorganización del trabajo, establecimiento de manuales, evaluación de desempeño, diseño de políticas de recursos humanos.

MASUAR

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Nota: las funciones consignadas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.

NOMBRE DEL CARGO: JUNTA DIRECTIVA	CODIGO: 001
SECCIÓN: NO APLICA	FECHA: FEBRERO DE 2008
JEFE INMEDIATO: NO EXISTE	
SUPERVISA A: GERENTE	No. DE CARGOS IGUALES: NINGUNO.
FUNCIÓN(ES) PRINCIPAL(ES): Supervisar el desempeño del Gerente.	

DETALLE DE FUNCIONES:

- Determinar lineamientos y estrategias a largo plazo
- Estudiar y aprobar la reforma de los estatutos
- Estudiar, aprobar, desaprobar los estados financieros
- Disponer de las utilidades sociales conforme a los estatutos
- Nombrar al gerente
- Autorizar al gerente para negocios mayores de 25 SMMLV
- Hacer las elecciones que correspondan según los estatutos o las leyes, fijar asignaciones de las personas elegidas y removerlas libremente.
- Adoptar en general, todas las medidas que reclamen el cumplimiento de los estatutos y el interés común de los asociados.
-

VoBo Empleado	VoBo Jefe Inmediato	Analista
----------------------	----------------------------	-----------------

MASUAR

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Nota: las funciones consignadas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.

NOMBRE DEL CARGO: GERENTE	CODIGO: 002
SECCIÓN: ADMINISTRATIVA	FECHA: FEBRERO DE 2008
JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS	
SUPERVISA A: TODO EL PERSONAL	No. DE CARGOS IGUALES: NINGUNO.

FUNCIÓN(ES) PRINCIPAL(ES):

- Representar legalmente a la empresa
- Cumplir las metas, objetivos y presupuestos.
- Velar por el crecimiento de la empresa y que su gestión sea eficaz, eficiente y rentable
- Responder ante la junta de socios por el rendimiento financiero, administrativo y productivo de la empresa.

DETALLE DE FUNCIONES:

- Supervisar las labores ejecutadas por sus subalternos.
- Velar por el cabal cumplimiento de las funciones de sus subalternos.
- Elaborar los informes pertinentes para ser presentados ante la junta general de asociados.
- Responder por los niveles de ventas de la empresa.
- Realizar periódicamente una evaluación financiera de la empresa.
- Implantar los objetivos generales de la empresa.
- Hacer cumplir las políticas aprobadas por la junta general de socios.
- Implantar los programas de calidad que se requieran para un optimo desempeño
- Realizar las labores Comerciales y de promoción de la empresa.

Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista
-----------------------	-----------------------------	-----------------

MASUAR
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Nota: las funciones consignadas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.

NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR	CODIGO: 003
SECCIÓN: ADMINISTRATIVA	FECHA: FEBRERO DE 2008
JEFE INMEDIATO: STAFF – GERENTE	
SUPERVISA A: SEC. AUX, CONTABLE	No. DE CARGOS IGUALES: NINGUNO.
FUNCIÓN(ES) PRINCIPAL(ES):	
<p>Responder por todas las funciones contables de la empresa y dar total cumplimiento a los deberes tributarios de la misma.</p>	
DETALLE DE FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantener al día los libros principales y secundarios de la empresa. - Coordinar las labores de liquidación y cancelación de las obligaciones Tributarias de la empresa. - Responder ante la asamblea de socios y organismos externos por las correcta Presentación de los estados financieros de la empresa. - Responder por los materiales, herramientas y equipos a su cargo. - Informar sobre los requerimientos de materiales para el desempeño de sus Funciones. - Realizar las demás funciones que le sean asignadas por sus superiores y que tengan relación con la naturaleza del cargo y el área de desempeño. 	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato
	Analista

MASUAR		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
<p>Nota: las funciones consignadas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.</p>		
NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE		CODIGO: 004
SECCIÓN: ADMINISTRATIVA	FECHA: FEBRERO DE 2008	
JEFE INMEDIATO: GERENTE - CONTADOR		
SUPERVISA A: NINGUNO	No. DE CARGOS IGUALES: NINGUNO	
FUNCIÓN(ES) PRINCIPAL(ES):		
<p>Responder ante la gerencia por las actividades administrativas y contables de la empresa y atención al cliente, así mismo promover las labores comerciales con los clientes y público en general.</p>		
DETALLE DE FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> - Recepcionar las llamadas que se realicen a la empresa, igualmente realizar las que se requieran para su normal funcionamiento. - Responder por el archivo de la empresa. - Responder por todos los trabajos y documentos que se requieran en la empresa. - Recibir y radicar la correspondencia allegada a la empresa. - Llevar y mantener actualizada la agenda del Gerente - Elaborar la nómina de los empleados - Velar por la buena presentación y orden de la oficina. - Llevar la caja menor de la empresa. - Llevar los registro contables de la empresa y el procesamiento de datos. - Adquirir, con el visto bueno del gerente, la papelería e implementos de oficina Que se requieran para el normal funcionamiento de la empresa, - Responder por los materiales, herramientas y equipos a su cargo. 		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista

MASUAR

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Nota: las funciones consignadas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.

NOMBRE DEL CARGO: OPERARIOS

CODIGO: 005

SECCIÓN: OPERATIVA

FECHA: FEBRERO DE 2008

JEFE INMEDIATO: GERENTE

SUPERVISA A: NINGUNO

NO. DE CARGOS IGUALES: OCHO

FUNCIÓN(ES) PRINCIPAL(ES):

Responder ante la gerencia por las actividades operativas propias del área de producción de artesanías en madera recuperada de río.

DETALLE DE FUNCIONES:

- Responder por la correcta elaboración de artículos artesanales producto de la madera de río recuperada en la planta de producción.
- Responder por el optimo manejo de los controles, formatos y demás herramientas de trabajo otorgados bajo su responsabilidad.
- Velar por la buena presentación y orden de su sitio de trabajo.
- Responder por el adecuado mantenimiento de sus implementos de trabajo.
- Responder con responsabilidad, seriedad e idoneidad por las labores encomendadas.
- Responder por los materiales, herramientas y equipos a su cargo.
- Cumplir el reglamento interno de trabajo
- Las demás que su jefe inmediato le asigne

Vo Bo Empleado

Vo Bo Jefe Inmediato

Analista

4.2.3 Perfil de los cargos.

MASUAR	
PERFIL DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: JUNTA DIRECTIVA	CODIGO: 001
SECCION: ADMINISTRATIVA	FECHA: FEBRERO DE 2008
JEFE INMEDIATO: ASAMBLEA DE ASOCIADOS	
SUPERVISA A: JUNTA DIRECTIVA	
HABILIDAD	
EDUCACION:	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, GESTIÓN EMPRESARIAL O INGENIERÍA INDUSTRIAL.
EXPERIENCIA:	ACREDITAR SEIS MESES EN ACTIVIDADES SIMILARES
ENTRENAMIENTO:	DOS MESES
HABILIDAD MENTAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN HABILIDAD MENTAL ALTA.
HABILIDAD MANUAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN UNA HABILIDAD MANUAL NORMAL.
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISION:	SUPERVISA Y COORDINA EL TRABAJO DEL GERENTE
POR CONTACTOS:	MANTIENE CONTACTO PERMANENTE CON PERSONAL INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA.
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO:	LOS QUE ESTÉN DENTRO DE LA EMPRESA.
MANEJO DE VALORES:	NINGUNO
ESFUERZO	
MENTAL:	ALTO
VISUAL:	NORMAL.
FÍSICO:	EL NORMAL PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES.
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE:	NORMAL
RIESGOS:	NINGUNO.
OBSERVACIONES:	

MASUAR

PERFIL DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: GERENTE		CODIGO: 002
SECCION: ADMINISTRATIVA		FECHA: FEBRERO DE 2008
JEFE INMEDIATO: JUNTA DIRECTIVA		
SUPERVISA A: TODO EL PERSONAL		
HABILIDAD		
EDUCACION:	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, GESTION EMPRESARIAL O INGENIERIA INDUSTRIAL.	
EXPERIENCIA:	ACREDITAR SEIS MESES EN ACTIVIDADES SIMILARES	
ENTRENAMIENTO:	DOS MESES	
HABILIDAD MENTAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN HABILIDAD MENTAL ALTA.	
HABILIDAD MANUAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN UNA HABILIDAD MANUAL NORMAL.	
RESPONSABILIDAD		
SUPERVISION:	SUPERVISA Y COORDINA EL TRABAJO TODOS LOS FUNCIONARIOS DE LA EMPRESA.	
POR CONTACTOS:	MANTIENE CONTACTO PERMANENTE CON PERSONAL INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA.	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO:	LOS QUE ESTEN DENTRO DE LA EMPRESA.	
MANEJO DE VALORES:	CHEQUES, FACTURAS, EFECTIVO.	
ESFUERZO		
MENTAL:	ALTO	
VISUAL:	NORMAL.	
FÍSICO:	EL NORMAL PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES.	
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE:	NORMAL	
RIESGOS:	NINGUNO.	
OBSERVACIONES		

MASUAR

PERFIL DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR		CODIGO: 003
SECCION: ADMINISTRATIVA		FECHA: FEBRERO DE 2008
JEFE INMEDIATO: STAFF – GERENTE		
SUPERVISA A: SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE		
HABILIDAD		
EDUCACION:	PROFESIONAL EN CONTADURIA PUBLICA.	
EXPERIENCIA:	ACREDITAR UN AÑO EN ACTIVIDADES SIMILARES	
ENTRENAMIENTO:	DOS SEMANAS	
HABILIDAD MENTAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN HABILIDAD MENTAL ALTA.	
HABILIDAD MANUAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN UNA HABILIDAD MANUAL NORMAL.	
RESPONSABILIDAD		
SUPERVISION:	NINGUNA.	
POR CONTACTOS:	MANTIENE CONTACTO CON LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PARA LA SUSTENTACIÓN DE INFORMES.	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO:	LOS QUE ESTÉN A SU CARGO PARA EL NORMAL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES.	
MANEJO DE VALORES:	NINGUNO.	
ESFUERZO		
MENTAL:	ALTO	
VISUAL:	NORMAL.	
FÍSICO:	EL NORMAL PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES.	
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE:	NORMAL	
RIESGOS:	NINGUNO.	
OBSERVACIONES:		

MASUAR

PERFIL DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE

CODIGO: 004

SECCION: ADMINISTRATIVA

FECHA: FEBRERO DE 2008

JEFE INMEDIATO: GERENTE

SUPERVISA A: NINGUNO

HABILIDAD

EDUCACION: APROBACION DE BACHILLERATO COMERCIAL.
CERTIFICADO DE APTITUD PROFESIONAL EXPEDIDO POR EL SENA Y/O SIMILAR.

EXPERIENCIA: ACREDITAR UN AÑO EN ACTIVIDADES SIMILARES

ENTRENAMIENTO: UN MES

HABILIDAD MENTAL: EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN HABILIDAD MENTAL ALTA.

HABILIDAD MANUAL: EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN UNA HABILIDAD MANUAL ALTA.

RESPONSABILIDAD

SUPERVISION: SUPERVISA EL TRABAJO DE TRES PERSONAS.

POR CONTACTOS: MANTIENE CONTACTO DIRECTO CON EL PERSONAL INTERNO, EXTERNO, Y GERENCIA.

MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: LOS QUE ESTÉN A SU CARGO PARA EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES.

MANEJO DE VALORES: ADMINISTRA LOS PAGOS REALIZADOS POR LOS CLIENTES EN CHEQUES, Y EN EFECTIVO.

ESFUERZO

MENTAL: MEDIO

VISUAL: NORMAL.

FÍSICO: NORMAL

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: NORMAL

RIESGOS: NINGUNO.

OBSERVACIONES:

MASUAR

PERFIL DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: OPERARIOS		CODIGO: 005
SECCION: OPERATIVA		FECHA: FEBRERO DE 2008
JEFE INMEDIATO: GERENTE		
SUPERVISA A: NINGUNO		
HABILIDAD		
EDUCACION:	APROBACION DE EDUCACION BASICA.	
EXPERIENCIA:	ACREDITAR UN AÑO EN ACTIVIDADES SIMILARES	
ENTRENAMIENTO:	UN MES	
HABILIDAD MENTAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN HABILIDAD MENTAL ALTA.	
HABILIDAD MANUAL:	EJECUTA LABORES QUE REQUIEREN UNA HABILIDAD MANUAL ALTA.	
RESPONSABILIDAD		
SUPERVISION:	NINGUNA.	
POR CONTACTOS:	MANTIENE CONTACTO DIRECTO CON EL PERSONAL INTERNO, EXTERNO, Y GERENCIA.	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO:	LOS QUE ESTÉN A SU CARGO PARA EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES	
TRANSPORTE DE VALORES:	CHEQUES, FACTURAS, EFECTIVO.	
ESFUERZO		
MENTAL:	NORMAL	
VISUAL:	NORMAL.	
FÍSICO:	NORMAL A FUERTE.	
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE:	NORMAL	
RIESGOS:	SI, ACCIDENTES DE CORTADAS Y TRAUMATISMOS EN MANOS Y BRAZOS	
OBSERVACIONES		

4.2.4 Salarios. Los sueldos pagados a las personas que laborarán en la MASUAR se plantean a continuación; es de aclarar que el incremento año a año se da de acuerdo al IPC establecido por el Gobierno Nacional y el DANE.

El Gerente tendrá contrato de trabajo a término fijo con un salario básico de \$1.200.000.

El contador tendrá contrato de prestación de servicios profesionales, con una duración de un año prorrogable, con honorarios básicos primer año de \$300.000.00 mensuales.

La secretaria auxiliar contable tendrán contrato laboral a término definido de tiempo completo, cuya duración será de un año, con prestaciones sociales, afiliación a la seguridad social y todos los requerimientos de ley. Su sueldo inicial será el mínimo legal vigente (\$461.500) proporcional al tiempo trabajado.

Los operarios serán contratados a término fijo inicialmente por ser los mismos asociados. Su sueldo será el mínimo legal vigente es decir \$461.500.

Cuadro 67. Sueldos por cargo, año 2008

CARGO	SUELDO
Gerente	\$1.200.000
Secretaria	\$461.500
Operarios (8)	\$461.500
Contador	\$300.000/honorarios mes**

** Se paga por honorarios.

Los conceptos de carga prestacional por parte del patrono son a saber:

CARGO	PAGOS
Sub. de transporte	\$55.000
Salud	8%
Pensión	11.625%
Ruegos Prof.	1.5%
ICBF	3%
Caja de Comp.	4%
SENA	2%
Cesantías	8.33%
Int. Cesantías	1% de cesantías
Vacaciones	4.16%
Prima legal	8.33%

Nota: los valores por concepto de nómina son presentados en el estudio financiero, unidad 5 del presente proyecto.

4.3 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

La realización del presente estudio ha dado como resultados las siguientes conclusiones:

Con respecto al marco legal del proyecto, este se encuentra apoyado en la constitución política de Colombia a través de la cual se apoya la libre empresa; el Código de Comercio; el acuerdo 010 de febrero 10 de 2004 exonera de impuestos de industria y Comercio, por cinco (5) años a todas las empresas, microempresas, sociedades, empresas asociativas de trabajo, y demás entes legales que se constituyan y establezcan su domicilio en esta ciudad. El Plan de Desarrollo para la vigencia 2004 – 2007 en el cual se garantiza el apoyo a la inversión, a efectos de mejorar la economía del Municipio y minimizar la tasa de desempleo. Y la ley 1 de 1989 ley de artesanías.

Así mismo en el ámbito organizacional, dado la naturaleza de la empresa (Asociación), se desarrolla una estructura en cuya base se encuentran los asociados gestores del proyecto.

El desarrollo de un completo manual de funciones y especificaciones del cargo, garantiza una adecuada administración del talento humano. Asimismo, la definición de las políticas de administración del personal y el establecimiento de los sueldos, marca la pauta para realizar los respectivos costeos en la unidad perteneciente al estudio financiero.

En virtud de todo lo anterior, este proyecto es viable desde el punto de vista legal y organizacional, toda vez que se cuenta con el respaldo legal adecuado para su funcionamiento, así como las políticas y herramientas administrativas necesarias para su puesta en marcha.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Con la realización del estudio financiero se desea determinar cual es el valor real de inversión, costos de operación necesarios para MASUAR en el Municipio de Socorro Santander.

5.1 INVERSIONES

Hace especial referencia a los recursos destinados a cubrir las necesidades de construcciones, adecuaciones y equipos requeridos para iniciar las operaciones de la empresa.

En este segmento del proyecto se cuantifican en moneda legal colombiana el valor de las necesidades de realización del proyecto, clasificándolas en: inversiones fijas, de capital de trabajo e inversión diferida.

5.1.1 Inversión fija. Está conformada por la inversión de activos fijos para poner en funcionamiento la empresa, así:

Terrenos. La realización de este proyecto no conlleva la compra de terrenos.

Construcciones y adecuación. La realización de este proyecto no conlleva construcciones, ni obras de adecuación tanto en producción como en las otras áreas que forman parte de la empresa.

Maquinaria y Equipo. Se compone de los implementos necesarios para la puesta en marcha de la planta. (Véase cuadro 68).

Cuadro 68. Detalle de la Inversión fija Maquinaria y equipos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Vr Total
Maquinaria y equipos			
Motosierra Sthill de espada de 40 cm. de largo	1	\$ 2.200.000,00	\$ 2.200.000,00
Sierra de banco con motor de 7 caballos y barreno	1	\$ 5.100.000,00	\$ 5.100.000,00
Planiadora de 35 cm. con motor trifásico	1	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00
Sin fin	1	\$ 3.300.000,00	\$ 3.300.000,00
Compresor de 100 lb. (con pistola y manguera)	1	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00
Disco de tungsteno de 10" alemán para corte	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
Disco de tungsteno de 14" para rajar	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Disco de tungsteno de 16" para rajar	1	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00
Banco de madera	1	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00
Rutiadota con juego de fresas de tungsteno	1	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
Lijadora de wol 4"	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Taladro manual de ½ industrial percutor	2	\$ 450.000,00	\$ 900.000,00
Taladro de arbol de ½ industrial de 1.70 cm de alto	1	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00
Caladora wol 313	1	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00
Pulidora grande wol	1	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00
Juego de formones curvos y planos	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Cepillo de mano nº 3 stanley ingles	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Cepillo de mano nº 5	1	\$ 130.000,00	\$ 130.000,00
Cepillo de vuelta curvos	4	\$ 50.000,00	\$ 200.000,00
Cepillo de vuelta planos	4	\$ 50.000,00	\$ 200.000,00
Escofina	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Serrucho de mano de 28"	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Serrucho de mano de 24"	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Serrucho de costilla	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Prensas para banco pequeña	2	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00
Alacranes de 2 mm	4	\$ 30.000,00	\$ 120.000,00
Escuadra de 10"	2	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00
Gubias de 2 ½	2	\$ 5.700,00	\$ 11.400,00
Gubias de 1 ½	2	\$ 5.700,00	\$ 11.400,00
Gubias de 1	2	\$ 5.700,00	\$ 11.400,00
Gubias de ½	2	\$ 5.700,00	\$ 11.400,00
Juego de formones	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
Nivel de 60 cm	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Juego de brocas para metal	1	\$ 56.000,00	\$ 56.000,00
Esmeril pequeño	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Careta esmeril	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Juego de escuadras	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Masos plásticos	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
Segueta con marco	2	\$ 26.700,00	\$ 53.400,00
Broca de pala	2	\$ 54.300,00	\$ 108.600,00
Broca de metal	2	\$ 56.000,00	\$ 112.000,00
Martillos	2	\$ 15.000,00	\$ 30.000,00
Machete	2	\$ 12.000,00	\$ 24.000,00
Flexo metro	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
juego de sierra copa	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
TOTAL		\$ 21.342.800	\$ 22.424.600

Muebles y Enseres. Son todos los muebles y equipos de oficina necesarios para el normal funcionamiento de la empresa. (Véase cuadro 69).

Cuadro 69. Detalle de la Inversión fija Muebles y enseres

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Vr Total
Equipos de Oficina			
Escritorio tipo gerente	1	\$ 350.000	\$ 350.000,00
Escritorio tipo secretaria	1	\$ 280.000	\$ 280.000,00
Archivador por 4 gavetas	1	\$ 264.000	\$ 264.000,00
Basurera en madera	2	\$ 32.000	\$ 64.000,00
Mesa para computador	1	\$ 230.000	\$ 230.000,00
Silla tipo gerente neumática	1	\$ 251.000	\$ 251.000,00
Silla tipo secretaria neumática	1	\$ 210.000	\$ 210.000,00
Botiquin	1	\$ 60.000	\$ 60.000,00
Estintores planta ABC	2	\$ 95.000	\$ 190.000,00
Extintor solkaflan	1	\$ 120.000	\$ 120.000,00
aparatos telefónicos	2	\$ 40.000	\$ 80.000,00
calculadora cassio	1	\$ 220.000	\$ 220.000,00
TOTAL		\$ 2.152.000	\$ 2.319.000

Equipos de computación y electrónicos. Son los equipos electrónicos y de cómputo que se requieren en el área de administración y ventas para la contabilización y comercialización del proyecto. (Véase cuadro 70).

Cuadro 70. Detalle de la Inversión fija Equipos de computo

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Vr Total
Equipos de Computo			
Equipo de Cómputo	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
Impresora	1	\$ 420.000,00	\$ 420.000,00
Estabilizador de 1000 watos	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
TOTAL		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000

Total inversión fija. De acuerdo con los cuadros anteriores, la inversión fija se resume en el cuadro 71.

Cuadro 71. Total inversión fija

Concepto	Vr. Total
Maquinaria y equipos	\$ 22.424.600
Equipos de oficina	\$ 2.319.000
Equipos de computo	\$ 3.000.000
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 27.743.600

5.1.2 Inversión diferida. Comprende los gastos que debe asumir la empresa antes de su funcionamiento, también se conocen como gastos preoperativos. (Véase cuadro 72).

Cuadro 72. Detalle de la Inversión de Activos diferidos

ACTIVO DIFERIDOS	
Concepto	Valor
Estudio de factibilidad	\$ 2.000.000
Gastos de Constitución	\$ 305.000
Aviso Nombre comercial	\$ 200.000
Gastos de lanzamiento y promoción del producto	\$ 1.130.000
Inscripción cámara de Comercio	\$ 180.000
TOTAL	\$ 3.815.000

5.1.3 Inversión de Capital de trabajo. Es representada por el capital con que hay que contar para un mes de operaciones o funcionamiento de la empresa. En este rubro se encuentra el capital para pago de materias primas, mano de obra directa, mano de obra indirecta y gastos de administración y ventas. (Véase cuadro 83, sección “capital de trabajo”, numeral 5.1.5.1).

Costos de producción. Para el cálculo de este ítem se tomo como base el Índice de precios al consumidor estimado por los autores para el 2008, teniendo presente el comportamiento de este índice durante los últimos años. Para el presente año se calcula que se tendrá un IPC del 5%.

Costo de la materia prima. El costo de la materia prima está constituido por el costo de los materiales de acuerdo al nivel de producción estimado, estos costos se encuentran proyectados a cinco años teniendo presente el índice de Precios al Consumidor estimado del 5% como valor promedio de incremento, dado que este porcentaje puede fluctuar año a año por encima o por debajo de este porcentaje. (Véase cuadros 73 y 74). En el cuadro 73, se observa el nivel de producción año a año de acuerdo con lo proyectado en los estudios de mercados y técnico.

Cuadro 73. Cantidad de producción

Producción = ventas + inventario final del producto terminado - inventario inicial de producto terminado

El stock de mercancía será el correspondiente a tres días.

Producción año 1	Producción año 2	Producción año 3
Ventas = 2460 unidades Inventario final = $(10 \times P/360) = 95$ un Inventario Inicial = 0 $P = 2460 \text{ un} + (10 \times P/360) - 0$ $P - (10 \times p \times 360) = 2460 \text{ un}$ $P (1 - 10 / 360) = 2460$ $P = 2460 / 0.72223 = 3406$ Inv Final = $3406 \times (10/360)$ Inv Final = 95 un	Ventas = 2927 unidades Inventario final = $(10 \times P/360) = 113$ un Inventario Inicial = 95 un $P = 2927 \text{ un} + (10 \times P/360) - 0$ $P - (10 \times p \times 360) = 2927 \text{ un}$ $P (1 - 10 / 360) = 2927$ $P = 2927 / 0.72223 = 4053$ Inv Final = $4053 \times (10/360)$ Inv Final = 113 un	Ventas = 3484 Inventario final = $(10 \times P/360) = 95$ un Inventario Inicial = 113 $P = 3484 \text{ un} + (10 \times P/360) - 0$ $P - (10 \times p \times 360) = 3484 \text{ un}$ $P (1 - 10 / 360) = 3484$ $P = 3484 / 0.72223 = 4824$ Inv Final = $4824 \times (10/360)$ Inv Final = 134 un
Cantidad de unidades por tipo de artes.	Cantidad de unidades por tipo de artes.	Cantidad de unidades por tipo de artes.
Lámpara (24%) = 590 un Mesa (28%) = 689 un Frutero (25%) = 615 un Espejo (23%) = 566 un	Lámpara (24%) = 702 un Mesa (28%) = 820 un Frutero (25%) = 732 un Espejo (23%) = 673 un	Lámpara (24%) = 836 un Mesa (28%) = 976 un Frutero (25%) = 871 un Espejo (23%) = 801 un

Producción año 4	Producción año 5
Ventas = 4145 unidades Inventario final = $(10 \times P/360) = 159$ un Inventario Inicial = 134 $P = 4145 \text{ un} + (10 \times P/360) - 0$ $P - (10 \times p \times 360) = 4145 \text{ un}$ $P (1 - 10 / 360) = 4145$ $P = 4145 / 0.72223 = 5739$ Inv Final = $5739 \times (10/360)$ Inv Final = 159 un	Ventas = 4933 unidades Inventario final = $(10 \times P/360) = 190$ un Inventario Inicial = 159 $P = 4933 \text{ un} + (10 \times P/360) - 0$ $P - (10 \times p \times 360) = 4933 \text{ un}$ $P (1 - 10 / 360) = 4933$ $P = 4933 / 0.72223 = 6830$ Inv Final = $6830 \times (10/360)$ Inv Final = 190 un
Cantidad de unidades por tipo de artes.	Cantidad de unidades por tipo de artes.
Lámpara (24%) = 995 un Mesa (28%) = 1161 un Frutero (25%) = 1036 un Espejo (23%) = 953 un	Lámpara (24%) = 1184 un Mesa (28%) = 1381 un Frutero (25%) = 1233 un Espejo (23%) = 1135 un

Cuadro 74, Costo de la materia prima

Costo Materia prima = cantidad comprada x precio de compra

COSTO DE MATERIA PRIMA PARA PRODUCIR UNA LAMPARA EN EL AÑO 1				
Materiales	Cantidad	Valor		
totumo	1	\$ 5.000		
Colbon	2 cm3	\$ 100		
Tarugos	5 cm	\$ 59		
Thiner	1/8	\$ 200		
Tintes	1 cm3	\$ 300		
Sellador	10 cm3	\$ 2.000		
Ceras	10 cm3	\$ 50		
Madera en recuperación	1	\$ 5.000		
Bombillo	1	\$ 1.000		
Cable No 12	230 cm	\$ 6.900		
Clavija	1	\$ 700		
Plafón de lujo	1	\$ 1.800		
Interruptor	1	\$ 1.000		
Tubo roscado	1	\$ 1.000		
Tuercas	2	\$ 400		
Fique de 3 cabos	20 cm	\$ 634		
Lija	1	\$ 200		
TOTAL		\$ 26.343		
AÑO	precio proyectado por Unidad	Cantidad a producir	Costo anual	Costo mensual
año 1	\$ 26.343	590	\$ 15.542.370	\$ 1.295.198
año 2	\$ 27.660	702	\$ 19.417.425	\$ 1.618.119
año 3	\$ 29.043	836	\$ 24.280.080	\$ 2.023.340
año 4	\$ 30.495	995	\$ 30.342.839	\$ 2.528.570
año 5	\$ 32.020	1.639	\$ 52.480.913	\$ 4.373.409

COSTO DE MATERIA PRIMA PARA PRODUCIR UNA MESA EN EL AÑO 1				
Materiales	Cantidad	Valor		
Poste de arrayán de 2 m	2	\$ 7.000		
Colbon	1/4	\$ 2.250		
Tarugos	180 cm	\$ 2.100		
Thiner	1/2	\$ 6.300		
Tintes	3 cm3	\$ 4.000		
Sellador	20 cm3	\$ 9.000		
Ceras	1 porción	\$ 1.000		
Vidrio	1	\$ 22.000		
Lija	4 pliegos	\$ 8.000		
TOTAL		\$ 61.650		
AÑO	precio proyectado por Unidad	Cantidad a producir	Costo anual	Costo mensual
año 1	\$ 61.650	689	\$ 42.476.850	\$ 3.539.738
año 2	\$ 64.733	820	\$ 53.080.650	\$ 4.423.388
año 3	\$ 67.969	976	\$ 66.337.866	\$ 5.528.156
año 4	\$ 71.368	1.161	\$ 82.857.762	\$ 6.904.813
año 5	\$ 74.936	1.381	\$ 103.486.561	\$ 8.623.880

COSTO DE MATERIA PRIMA PARA PRODUCIR UN FRUTERO EN EL AÑO 1				
Materiales	Cantidad	Valor		
Figuras de madera	1	\$ 3.000		
Lijas	3 pliegos	\$ 4.500		
Tintilla	3 cm3	\$ 4.000		
Cera de abeja holandesa	1 porción	\$ 1.000		
TOTAL		\$ 12.500		
AÑO	precio proyectado por Unidad	Cantidad a producir	Costo anual	Costo mensual
año 1	\$ 12.500	615	\$ 7.687.500	\$ 640.625
año 2	\$ 13.125	732	\$ 9.607.500	\$ 800.625
año 3	\$ 13.781	871	\$ 12.003.469	\$ 1.000.289
año 4	\$ 14.470	1.036	\$ 14.991.244	\$ 1.249.270
año 5	\$ 15.194	1.233	\$ 18.733.990	\$ 1.561.166

COSTO DE MATERIA PRIMA PARA PRODUCIR UN ESPEJO EN EL AÑO 1				
Materiales	Cantidad	Valor		
Poste de arrayán de 2 m	1	\$ 3.500		
Colbon	5 cm3	\$ 500		
Taruqos	60 cm	\$ 700		
Thiner	2 cm3	\$ 2.000		
Tintes	2 cm3	\$ 3.000		
Sellador	10 cm3	\$ 2.000		
Ceras	36 gr	\$ 500		
Espejo	1	\$ 15.000		
Tornillos	2 a 4	\$ 100		
Lija	1	\$ 2.000		
TOTAL		\$ 29.300		
AÑO	precio proyectado por Unidad	Cantidad a producir	Costo anual	Costo mensual
año 1	\$ 29.300	566	\$ 16.583.800	\$ 1.381.983
año 2	\$ 30.765	673	\$ 20.704.845	\$ 1.725.404
año 3	\$ 32.303	801	\$ 25.874.903	\$ 2.156.242
año 4	\$ 33.918	953	\$ 32.324.247	\$ 2.693.687
año 5	\$ 35.614	1.135	\$ 40.422.268	\$ 3.368.522

COSTO TOTAL DE LA MATERIA PRIMA						
AÑO	LAMPARA	MESA	FRUTERO	ESPEJO	Costo total de la materia prima mensual	Costo anual
año 1	\$ 1.295.197,50	\$ 3.539.737,50	\$ 640.625	\$ 1.381.983,33	\$ 6.857.543	\$ 82.290.520
año 2	\$ 1.618.118,78	\$ 4.423.387,50	\$ 800.625	\$ 1.725.403,75	\$ 8.567.535	\$ 102.810.420
año 3	\$ 2.023.339,97	\$ 5.528.155,50	\$ 1.000.289	\$ 2.156.241,94	\$ 10.708.026	\$ 128.496.318
año 4	\$ 2.528.569,90	\$ 6.904.813,49	\$ 1.249.270	\$ 2.693.687,26	\$ 13.376.341	\$ 160.516.091
año 5	\$ 4.373.409,42	\$ 8.623.880,10	\$ 1.561.166	\$ 3.368.522,34	\$ 17.926.978	\$ 215.123.732

Costos de la mano de obra directa. El costo de mano de obra para este estudio se detiene específicamente en el área de producción, por lo tanto se cuantifica el valor de la nómina será de los tres operarios. Estos costos se encuentran proyectados a cinco años. (Véase cuadro 75)

Cuadro 75. Costo mano de obra directa

OPERARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario	\$ 461.500	\$ 484.575	\$ 508.804	\$ 534.244	\$ 560.956
Aux. de Transporte	\$ 55.000	\$ 57.750	\$ 60.638	\$ 63.669	\$ 66.853
Cesantías	\$ 43.041	\$ 45.194	\$ 47.453	\$ 49.826	\$ 52.317
Prima de servicios	\$ 43.041	\$ 45.194	\$ 47.453	\$ 49.826	\$ 52.317
Vacaciones	\$ 19.229	\$ 20.191	\$ 21.200	\$ 22.260	\$ 23.373
Intereses a Cesantías	\$ 5.165	\$ 5.423	\$ 5.694	\$ 5.979	\$ 6.278
Caja de Compensación	\$ 18.460	\$ 19.383	\$ 20.352	\$ 21.370	\$ 22.438
ICBF	\$ 13.845	\$ 14.537	\$ 15.264	\$ 16.027	\$ 16.829
Sena	\$ 9.230	\$ 9.692	\$ 10.176	\$ 10.685	\$ 11.219
Aportes Salud	\$ 39.228	\$ 41.189	\$ 43.248	\$ 45.411	\$ 47.681
Aportes Pensión	\$ 53.649	\$ 56.332	\$ 59.148	\$ 62.106	\$ 65.211
Riesgos profesionales	\$ 6.923	\$ 7.269	\$ 7.632	\$ 8.014	\$ 8.414
Dotación	\$ 23.075	\$ 24.229	\$ 25.440	\$ 26.712	\$ 28.048
Valor Mensual Operario 1	\$ 791.386,43	\$ 830.955,75	\$ 872.503,54	\$ 916.128,72	\$ 961.935,16
Valor anual Operario 1	\$ 9.496.637,20	\$ 9.971.469,06	\$ 10.470.042,51	\$ 10.993.544,64	\$ 11.543.221,87
Total operarios	8	10	11	13	16
Valor total Mensual MOD	\$6.331.091	\$8.309.558	\$9.597.539	\$11.909.673	\$15.390.962
Valor total Anual MOD	\$75.973.098	\$99.714.691	\$115.170.468	\$142.916.080	\$184.691.550

Nota: el incremento año a año del sueldo es del IPC proyectado (5%)

Costos indirectos de fabricación. En este numeral se encuentran costos tales como servicios públicos, seguros, impuestos, etc. Todos estos útiles y básicos para el buen funcionamiento de la empresa. El resumen de los costos indirectos de fabricación se encuentra desglosado en el cuadro 76.

Cuadro 76. Costos indirectos de fabricación

Concepto	Vr. Parcial mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arrendamiento (73,18% del area)	\$ 146.360	\$ 1.756.320	\$ 1.879.262	\$ 2.010.811	\$ 2.151.568	\$ 2.302.177
Insumos: papel, cartón, cordel	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.284.000	\$ 1.373.880	\$ 1.470.052	\$ 1.572.955
Servicios públicos para fabricación	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.284.000	\$ 1.373.880	\$ 1.470.052	\$ 1.572.955
Depreciaciones de maquinarias	\$ 373.743	\$ 4.484.920	\$ 4.484.920	\$ 4.484.920	\$ 4.484.920	\$ 4.484.920
Mantenimiento de maquinaria	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 642.000	\$ 686.940	\$ 735.026	\$ 786.478
Seguros de la maquinaria	\$ 56.000	\$ 672.000	\$ 719.040	\$ 769.373	\$ 823.229	\$ 880.855
Transporte Mater. Prima	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 385.200	\$ 412.164	\$ 441.015	\$ 471.887
Sub-Total	\$ 856.103	\$ 10.273.240	\$ 10.678.422	\$ 11.111.968	\$ 11.575.861	\$ 12.072.227
Imprevistos 5%	\$ 42.805	\$ 513.662	\$ 533.921	\$ 555.598	\$ 578.793	\$ 603.611
Total CIF	\$ 898.909	\$ 10.786.902	\$ 11.212.344	\$ 11.667.566	\$ 12.154.654	\$ 12.675.838

Gastos de Administración y ventas. Son los costos originados de realizar las funciones administrativa dentro de la empresa para el proyecto está representado por la mano de obra del personal administrativo, servicios públicos, depreciación, publicidad y otros costos administrativos y de ventas (Véase cuadro 77)

Cuadro 77. Costos de Administración y Ventas

Concepto	Vr. Parcial mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios públicos administrativos	\$ 70.000	\$ 840.000	\$ 882.000	\$ 926.100	\$ 972.405	\$ 1.021.025
Arrendamiento (26,81%)	\$ 53.620	\$ 643.440	\$ 675.612	\$ 709.393	\$ 744.862	\$ 782.105
Honorarios Contador Público	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608
Cámara de comercio	\$ -	\$ 165.000	\$ 173.250	\$ 181.913	\$ 191.008	\$ 200.559
Industria y Comercio	\$ -	\$ 120.000	\$ 126.000	\$ 132.300	\$ 138.915	\$ 145.861
Insumos Aseo y Cafetería	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 378.000	\$ 396.900	\$ 416.745	\$ 437.582
Servicios de aseo y caf. Prestados	\$ 130.000	\$ 1.560.000	\$ 1.638.000	\$ 1.719.900	\$ 1.805.895	\$ 1.896.190
Mano de obra administrativa	\$ 2.565.452	\$ 30.785.425	\$ 32.324.696	\$ 33.940.931	\$ 35.637.977	\$ 37.419.876
Transporte productos terminado	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 1.926.000	\$ 2.060.820	\$ 2.205.077	\$ 2.359.433
Papelería	\$ 40.000	\$ 480.000	\$ 504.000	\$ 529.200	\$ 555.660	\$ 583.443
Depreciaciones muebles y enseres y equipos electrónicos	\$ 88.650	\$ 1.063.800	\$ 1.063.800	\$ 1.063.800	\$ 1.063.800	\$ 1.063.800
Amortización de diferidos	\$ 57.250	\$ 687.000	\$ 687.000	\$ 687.000	\$ 687.000	\$ 687.000
Gastos Generales y de ventas	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 630.000	\$ 661.500	\$ 694.575	\$ 729.304
Publicidad	\$ 263.333	\$ 3.160.000	\$ 3.318.000	\$ 3.483.900	\$ 3.658.095	\$ 3.841.000
Total Costos de Admón y ventas	\$ 3.598.305	\$ 43.464.665	\$ 45.586.358	\$ 47.816.656	\$ 50.161.165	\$ 52.625.785

* ver detalle en el cuadro de depreciaciones

Mano de obra administrativa. Se refiere a los sueldos del personal que tendrá a su cargo la organización administrativa de MASUAR (Véase cuadro 78).

Cuadro 78. Costo mano de obra administrativa

GERENTE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario	\$ 1.200.000,00	\$ 1.260.000,00	\$ 1.323.000,00	\$ 1.389.150,00	\$ 1.458.607,50
Aux. de Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cesantías	\$ 99.999,60	\$ 104.999,58	\$ 110.249,56	\$ 115.762,04	\$ 121.550,14
Prima de servicios	\$ 99.999,60	\$ 104.999,58	\$ 110.249,56	\$ 115.762,04	\$ 121.550,14
Vacaciones	\$ 49.999,80	\$ 52.499,79	\$ 55.124,78	\$ 57.881,02	\$ 60.775,07
Intereses a Cesantías	\$ 11.999,95	\$ 12.599,95	\$ 13.229,95	\$ 13.891,44	\$ 14.586,02
Caja de Compensación	\$ 48.000,00	\$ 50.400,00	\$ 52.920,00	\$ 55.566,00	\$ 58.344,30
ICBF	\$ 36.000,00	\$ 37.800,00	\$ 39.690,00	\$ 41.674,50	\$ 43.758,23
Sena	\$ 24.000,00	\$ 25.200,00	\$ 26.460,00	\$ 27.783,00	\$ 29.172,15
Aportes Salud	\$ 102.000,00	\$ 107.100,00	\$ 112.455,00	\$ 118.077,75	\$ 123.981,64
Aportes Pensión	\$ 139.500,00	\$ 146.475,00	\$ 153.798,75	\$ 161.488,69	\$ 169.563,12
Riesgos profesionales	\$ 18.000,00	\$ 18.900,00	\$ 19.845,00	\$ 20.837,25	\$ 21.879,11
Valor Mensual Administrador	\$ 1.829.498,95	\$ 1.920.973,90	\$ 2.017.022,59	\$ 2.117.873,72	\$ 2.223.767,41
Valor anual Administrador	\$ 21.953.987,42	\$ 23.051.686,80	\$ 24.204.271,13	\$ 25.414.484,69	\$ 26.685.208,93

SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario	\$ 461.500,00	\$ 484.575,00	\$ 508.803,75	\$ 534.243,94	\$ 560.956,13
Aux. de Transporte	\$ 27.500,00	\$ 28.875,00	\$ 30.318,75	\$ 31.834,69	\$ 33.426,42
Cesantías	\$ 40.749,84	\$ 40.381,09	\$ 42.400,14	\$ 44.520,15	\$ 46.746,16
Prima de servicios	\$ 40.749,84	\$ 40.381,09	\$ 42.400,14	\$ 44.520,15	\$ 46.746,16
Vacaciones	\$ 19.229,09	\$ 20.190,54	\$ 21.200,07	\$ 22.260,08	\$ 23.373,08
Intereses a Cesantías	\$ 4.889,98	\$ 4.845,73	\$ 5.088,02	\$ 5.342,42	\$ 5.609,54
Caja de Compensación	\$ 18.460,00	\$ 19.383,00	\$ 20.352,15	\$ 21.369,76	\$ 22.438,25
ICBF	\$ 13.845,00	\$ 14.537,25	\$ 15.264,11	\$ 16.027,32	\$ 16.828,68
Sena	\$ 9.230,00	\$ 9.691,50	\$ 10.176,08	\$ 10.684,88	\$ 11.219,12
Aportes Salud	\$ 39.227,50	\$ 41.188,88	\$ 43.248,32	\$ 45.410,73	\$ 47.681,27
Aportes Pensión	\$ 53.649,38	\$ 56.331,84	\$ 59.148,44	\$ 62.105,86	\$ 65.211,15
Riesgos profesionales	\$ 6.922,50	\$ 7.268,63	\$ 7.632,06	\$ 8.013,66	\$ 8.414,34
Valor Mensual Secretaria	\$ 735.953,12	\$ 767.649,55	\$ 806.032,02	\$ 846.333,62	\$ 888.650,31
Valor anual Secretaria	\$ 8.831.437,43	\$ 9.211.794,55	\$ 9.672.384,27	\$ 10.156.003,49	\$ 10.663.803,66
Valor Mensual MOA	\$ 2.565.452,07	\$ 2.688.623,45	\$ 2.823.054,62	\$ 2.964.207,35	\$ 3.112.417,72
Valor anual MOA	\$ 30.785.424,85	\$ 32.263.481,34	\$ 33.876.655,41	\$ 35.570.488,18	\$ 37.349.012,59

Nota: el incremento año a año del sueldo es del IPC proyectado (5%)

Depreciación. El sistema empleado para depreciar los activos fijos de esta empresa, es el denominado “línea recta”, que consiste en dividir el valor del activo fijo entre el número de años de vida útil depreciando cada año la misma cantidad y el mismo valor cada año por el número de los meses del año. Su cálculo se observa en el cuadro 79. (Véase cuadro 79).

Cuadro 79. Depreciaciones

Concepto	Cant	Valor unitario	valor total	Dep. Mensual	Dep. Anual
Maquinaria y equipos					
Motosierra Sthill de espada de 40 cm. de largo	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000	\$36.667	\$440.000
Sierra de banco con motor de 7 caballos y barra	1	\$ 5.100.000	\$ 5.100.000	\$85.000	\$1.020.000
Planiadora de 35 cm. con motor trifásico	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$83.333	\$1.000.000
Sin fin	1	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$55.000	\$660.000
Compresor de 100 lb. (con pistola y manguera)	1	\$ 400.000	\$ 400.000	\$6.667	\$80.000
Disco de tungsteno de 10" alemán para corte	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$2.000	\$24.000
Disco de tungsteno de 14" para rajar	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$2.500	\$30.000
Disco de tungsteno de 16" para rajar	1	\$ 170.000	\$ 170.000	\$2.833	\$34.000
Banco de madera	1	\$ 350.000	\$ 350.000	\$5.833	\$70.000
Rutidota con juego de fresas de tungsteno	1	\$ 600.000	\$ 600.000	\$10.000	\$120.000
Lijadora de wol 4"	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$8.333	\$100.000
Taladro manual de ½ industrial percutor	2	\$ 450.000	\$ 900.000	\$15.000	\$180.000
Taladro de árbol de ½ industrial de 1.70 cm de	1	\$ 700.000	\$ 700.000	\$11.667	\$140.000
Caladora wol 313	1	\$ 400.000	\$ 400.000	\$6.667	\$80.000
Pulidora grande wol	1	\$ 700.000	\$ 700.000	\$11.667	\$140.000
Juego de formones curvos y planos	1	\$ 100.000	\$ 100.000	\$1.667	\$20.000
Cepillo de mano nº 3 stanley ingles	1	\$ 50.000	\$ 50.000	\$833	\$10.000
Cepillo de mano nº 5	1	\$ 130.000	\$ 130.000	\$2.167	\$26.000
Cepillo de vuelta curvos	4	\$ 50.000	\$ 200.000	\$3.333	\$40.000
Cepillo de vuelta planos	4	\$ 50.000	\$ 200.000	\$3.333	\$40.000

Escofina	1	\$ 50.000	\$ 50.000	\$833	\$10.000
Serrucho de mano de 28"	1	\$ 40.000	\$ 40.000	\$667	\$8.000
Serrucho de mano de 24"	1	\$ 40.000	\$ 40.000	\$667	\$8.000
Serrucho de costilla	1	\$ 40.000	\$ 40.000	\$667	\$8.000
Prensas para banco pequeña	2	\$ 20.000	\$ 40.000	\$667	\$8.000
Alacranes de 2 mm	4	\$ 30.000	\$ 120.000	\$2.000	\$24.000
Escuadra de 10"	2	\$ 20.000	\$ 40.000	\$667	\$8.000
Gubias de 2 ½	2	\$ 5.700	\$ 11.400	\$190	\$2.280
Gubias de 1 ½	2	\$ 5.700	\$ 11.400	\$190	\$2.280
Gubias de 1	2	\$ 5.700	\$ 11.400	\$190	\$2.280
Gubias de ½	2	\$ 5.700	\$ 11.400	\$190	\$2.280
Juego de formones	1	\$ 80.000	\$ 80.000	\$1.333	\$16.000
Nivel de 60 cm	1	\$ 15.000	\$ 15.000	\$250	\$3.000
Juego de brocas para metal	1	\$ 56.000	\$ 56.000	\$933	\$11.200
Esmeril pequeño	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$2.500	\$30.000
Careta esmeril	1	\$ 20.000	\$ 20.000	\$333	\$4.000
Juego de escuadras	1	\$ 20.000	\$ 20.000	\$333	\$4.000
Masos plásticos	2	\$ 10.000	\$ 20.000	\$333	\$4.000
Sequeta con marco	2	\$ 26.700	\$ 53.400	\$890	\$10.680
Broca de pala	2	\$ 54.300	\$ 108.600	\$1.810	\$21.720
Broca de metal	2	\$ 56.000	\$ 112.000	\$1.867	\$22.400
Martillos	2	\$ 15.000	\$ 30.000	\$500	\$6.000
Machete	2	\$ 12.000	\$ 24.000	\$400	\$4.800
Flexo metro	2	\$ 5.000	\$ 10.000	\$167	\$2.000
juego de sierra copa	1	\$ 40.000	\$ 40.000	\$667	\$8.000
Total Maquinaria y equipos			\$ 22.424.600		\$ 4.484.920
Muebles y enseres					
Escritorio tipo gerente	1	350.000,00	350.000,00	\$5.833	\$70.000
Escritorio tipo secretaria	1	280.000,00	280.000,00	\$4.667	\$56.000
Archivador por 4 gavetas	1	264.000,00	264.000,00	\$4.400	\$52.800
Basurera en madera	2	32.000,00	64.000,00	\$1.067	\$12.800
Mesa para computador	1	230.000,00	230.000,00	\$3.833	\$46.000
Silla tipo gerente neumática	1	251.000,00	251.000,00	\$4.183	\$50.200
Silla tipo secretaria neumática	1	210.000,00	210.000,00	\$3.500	\$42.000
Botiquin	1	60.000,00	60.000,00	\$1.000	\$12.000
Estintores planta ABC	2	95.000,00	190.000,00	\$3.167	\$38.000
Extintor solkaffan	1	120.000,00	120.000,00	\$2.000	\$24.000
aparatos telefónicos	2	40.000,00	80.000,00	\$1.333	\$16.000
calculadora cassio	1	220.000,00	220.000,00	\$3.667	\$44.000
total Muebles y enseres			\$ 2.319.000,00		\$463.800
Equipos de Computacion y electronicos					
Equipo de Cómputo	1	2.500.000,00	2.500.000,00	\$41.667	\$500.000
Impresora	1	420.000,00	420.000,00	\$7.000	\$84.000
Estabilizador de 1000 watos	1	80.000,00	80.000,00	\$1.333	\$16.000
total Muebles y enseres			\$ 3.000.000,00		\$600.000
VALOR TOTAL			\$27.743.600		\$5.548.720

Valor total de la producción. El valor total de la producción, como resultado de los cálculos hallados en los numerales anteriores se ven reflejados en el cuadro 79. Este valor se halla proyectado a cinco años. (Véase cuadro 80)

Cuadro 80. Valor total de la producción

Vr. Prod = Costo materia prima + Costo Mano de Obra Directa + Costos Indirectos de fabricación + Costos Administrativos y de ventas

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Materia prima	\$ 82.290.520	\$ 102.810.420	\$ 128.496.318	\$ 160.516.091	\$ 215.123.732
Costo M O D	\$ 75.973.098	\$ 99.714.691	\$ 115.170.468	\$ 142.916.080	\$ 184.691.550
CIF	\$ 10.786.902	\$ 11.212.344	\$ 11.667.566	\$ 12.154.654	\$ 12.675.838
Costo de Admón y ventas	\$ 43.464.665	\$ 45.586.358	\$ 47.816.656	\$ 50.161.165	\$ 52.625.785
TOTAL	\$ 212.515.184	\$ 259.323.812	\$ 303.151.007	\$ 365.747.991	\$ 465.116.905

5.1.4. Balance inicial o de situación inicial. En este balance se registra la situación inicial de la empresa antes de empezar cualquier tipo de operación lucrativa. (Véase cuadro 81).

Cuadro 81. Balance General al inicio del proyecto

Balance General Al Inicio de Ejecución del Proyecto					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		\$ 11.994.979	PASIVO CORRIENTE		\$ 1.750.800
EFFECTIVO	\$ 11.994.979		OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 1.750.800	
Caja	\$ 11.994.979		Pagarés	\$ 1.750.800	
Bancos	\$ -				
ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 27.743.600	PASIVO NO CORRIENTE		\$ 7.003.200
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 27.743.600		OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 7.003.200	
Maquinaria y Equipo	\$ 22.424.600		Pagarés	\$ 7.003.200	
Muebles y enseres	\$ 2.319.000				
Equipo de computo	\$ 3.000.000				
OTROS ACTIVOS		\$ 3.815.000	TOTAL PASIVO		\$ 8.754.000
GASTOS DIFERIDOS	\$ 3.815.000				
TOTAL ACTIVOS		\$ 43.553.579			
			PATRIMONIO		\$ 34.799.579
			PATRIMONIO		
			CAPITAL SOCIAL	\$ 34.799.579	
			Aportes Sociales	\$ 34.799.579	
			TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 43.553.579

5.1.5. Fuentes de Financiación. Los recursos para la puesta en marcha del proyecto se hallan desglosados en dos fases o escenarios: Recursos propios de los asociados y recursos financiados así:

Recursos propios. Son los aportados directamente por los asociados, es el capital que ponen en riesgo los accionistas de la empresa. En el presente ejercicio el riesgo es del 80% del total de la inversión. Véase cuadro 82.

En el cuadro 83 se observa el detalle de la inversión por cada uno de los anteriores rubros, repartido entre lo que se va a financiar a través de la vía del crédito y lo que van a aportar los asociados.

Se observa que la participación es del 80% con recursos propios (aportes de los asociados) y del 20% para conseguir a través de un crédito en una entidad financiera. El 80% que es financiado directamente por los asociados, se refiere principalmente a la maquinaria y equipos, los cuales ya existen y han sido adquiridos por los asociados, otra parte de ese 80% son aportaciones en efectivo que realizarán los asociados en cuotas partes y de las cuales cuentan actualmente con el dinero a invertir. El 20% restante, es una cantidad de dinero con la que no cuentan los asociados ni tienen capacidad de conseguir por fuentes particulares, por tal razón deberán acudir a su financiamiento a través de una entidad financiera.

Cuadro 82. Capital de inversión

CAPITAL DE INVERSION	
Inversión total	\$ 43.553.579
Inversión fija	\$ 27.743.600
Capital de trabajo	\$ 11.994.979
Capital de Inversión diferida	\$ 3.815.000

Cuadro 83. Fuentes de financiación

Inversiones	Recursos propios (aportes de los socios)	\$ vía Crédito	Total
Inversiones Fijas			
Maquinaria y equipos			
Motosierra Sthill de espada de 40 cm. de largo	\$ 2.200.000		\$ 2.200.000
Sierra de banco con motor de 7 caballos y barreno	\$ 5.100.000		\$ 5.100.000
Planiadora de 35 cm. con motor trifásico	\$ 5.000.000		\$ 5.000.000
Sin fin	\$ 3.300.000		\$ 3.300.000
Compresor de 100 lb. (con pistola y manguera)	\$ 400.000		\$ 400.000
Disco de tungsteno de 10" alemán para corte	\$ 120.000		\$ 120.000
Disco de tungsteno de 14" para rajar	\$ 150.000		\$ 150.000
Disco de tungsteno de 16" para rajar	\$ 170.000		\$ 170.000
Banco de madera	\$ 350.000		\$ 350.000
Rutiadota con juego de fresas de tungsteno	\$ 600.000		\$ 600.000
Lijadora de wol 4"	\$ 500.000		\$ 500.000
Taladro manual de ½ industrial percutor	\$ 900.000		\$ 900.000
Taladro de arbol de ½ industrial de 1.70 cm de alto	\$ 700.000		\$ 700.000
Caladora wol 313	\$ 400.000		\$ 400.000
Pulidora grande wol	\$ 700.000		\$ 700.000
Juego de formones curvos y planos	\$ 100.000		\$ 100.000
Cepillo de mano n° 3 stanley ingles	\$ 50.000		\$ 50.000
Cepillo de mano n° 5	\$ 130.000		\$ 130.000
Cepillo de vuelta curvos	\$ 200.000		\$ 200.000
Cepillo de vuelta planos	\$ 200.000		\$ 200.000
Escofina	\$ 50.000		\$ 50.000
Serrucho de mano de 28"	\$ 40.000		\$ 40.000
Serrucho de mano de 24"	\$ 40.000		\$ 40.000
Serrucho de costilla	\$ 40.000		\$ 40.000
Prensas para banco pequeña	\$ 40.000		\$ 40.000
Alacranes de 2 mm	\$ 120.000		\$ 120.000
Escuadra de 10"	\$ 40.000		\$ 40.000
Gubias de 2 ½	\$ 11.400		\$ 11.400
Gubias de 1 ½	\$ 11.400		\$ 11.400
Gubias de 1	\$ 11.400		\$ 11.400
Gubias de ½	\$ 11.400		\$ 11.400
Juego de formones	\$ 80.000		\$ 80.000
Nivel de 60 cm	\$ 15.000		\$ 15.000
Juego de brocas para metal	\$ 56.000		\$ 56.000
Esmeril pequeño	\$ 150.000		\$ 150.000
Careta esmeril	\$ 20.000		\$ 20.000
Juego de escuadras	\$ 20.000		\$ 20.000
Masos plásticos	\$ 20.000		\$ 20.000
Sequeta con marco	\$ 53.400		\$ 53.400
Broca de pala	\$ 108.600		\$ 108.600
Broca de metal	\$ 112.000		\$ 112.000
Martillos	\$ 30.000		\$ 30.000
Machete	\$ 24.000		\$ 24.000
Flexo metro	\$ 10.000		\$ 10.000
juego de sierra copa	\$ 40.000		\$ 40.000
TOTAL	\$ 22.424.600,00	\$ -	\$ 22.424.600,00
Muebles y enseres			
Escritorio tipo gerente		\$ 350.000	\$ 350.000
Escritorio tipo secretaria		\$ 280.000	\$ 280.000
Archivador por 4 gavetas		\$ 264.000	\$ 264.000
Basurera en madera		\$ 64.000	\$ 64.000
Mesa para computador		\$ 230.000	\$ 230.000
Silla tipo gerente neumática		\$ 251.000	\$ 251.000
Silla tipo secretaria neumática		\$ 210.000	\$ 210.000
Botiquin		\$ 60.000	\$ 60.000
Estintores planta ABC		\$ 190.000	\$ 190.000
Extintor solkaflan		\$ 120.000	\$ 120.000
aparatos telefónicos		\$ 80.000	\$ 80.000
calculadora cassio		\$ 220.000	\$ 220.000
TOTAL	\$ -	\$ 2.319.000,00	\$ 2.319.000,00
Equipos de Computo			
Equipo de Cómputo		\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000
Impresora		\$ 420.000,00	\$ 420.000
Estabilizador de 1000 watos		\$ 80.000,00	\$ 80.000
TOTAL	\$ -	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00
Total Inversión fija	\$ 22.424.600,00	\$ 5.319.000,00	\$ 27.743.600,00
Inversión Capital de trabajo			
Costo Materia prima (5 días)	\$ 1.142.924		\$ 1.142.924
Costo M O D	\$ 6.331.091		\$ 6.331.091
CIF	\$ 898.909		\$ 898.909
Costo de Admón y ventas	\$ 3.622.055		\$ 3.622.055
Total Capital de trabajo (1 mes)	\$ 11.994.979	\$ -	\$ 11.994.979
Inversión Diferida			
Estudio de factibilidad		\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Gastos de Constitución		\$ 305.000	\$ 305.000
Aviso Nombre comercial	\$ 200.000		\$ 200.000
Gastos de lanzamiento y promoción del producto		\$ 1.130.000	\$ 1.130.000
Inscripción cámara de Comercio	\$ 180.000		\$ 180.000
Total inversión diferida	\$ 380.000	\$ 3.435.000	\$ 3.815.000
FINANCIACION TOTAL	\$ 34.799.579	\$ 8.754.000	\$ 43.553.579
Porcentaje de Participación.	80%	20%	100%

Recursos de terceros. Debido a que la inversión para la puesta en marcha de esta empresa requiere de un capital importante que no está al alcance de los asociados, estos deberán hacer una financiación del 20% de la inversión en una entidad financiera.

El sondeo de tasas se hizo en el municipio del Socorro, por ser capital de provincia, se escogió una alternativa atractiva presentada por Coomuldesa Ltda. dado que en términos reales salía más barato el crédito con las condiciones pactadas con estos, tal como se observa en el cuadro 84 del presente estudio (Véase cuadro 84).

Cuadro 84 . Financiación

Monto Solicitado	\$8.754.000
Forma de pago	Trimestre anticipado
Tasa	22,00% EA
Tiempo de financiación:	5 años

Esta alternativa de crédito consiste en financiar el proyecto a cinco años, con una modalidad de pago anticipada trimestral, sin periodos de gracia y una tasa del 22% Efectiva Anual.

	Capital	Cuota Capital	Tasa Interes	Intereses	Saldo Capital	Neto a Pagar
			22,00%			
0	\$8.754.000		5,50%	\$481.470	\$8.754.000	\$481.470
1	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$457.397	\$8.316.300	\$895.097
2	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$433.323	\$7.878.600	\$871.023
3	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$409.250	\$7.440.900	\$846.950
4	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$385.176	\$7.003.200	\$822.876
5	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$361.103	\$6.565.500	\$798.803
6	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$337.029	\$6.127.800	\$774.729
7	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$312.956	\$5.690.100	\$750.656
8	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$288.882	\$5.252.400	\$726.582
9	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$264.809	\$4.814.700	\$702.509
10	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$240.735	\$4.377.000	\$678.435
11	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$216.662	\$3.939.300	\$654.362
12	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$192.588	\$3.501.600	\$630.288
13	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$168.515	\$3.063.900	\$606.215
14	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$144.441	\$2.626.200	\$582.141
15	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$120.368	\$2.188.500	\$558.068
16	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$96.294	\$1.750.800	\$533.994
17	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$72.221	\$1.313.100	\$509.921
18	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$48.147	\$875.400	\$485.847
19	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$24.074	\$437.700	\$461.774
20	\$8.754.000	\$437.700	5,50%	\$0	\$0	\$437.700
	\$8.754.000			\$5.055.435		\$13.809.435

5.2 COSTOS

Los costos hallados en los numerales anteriores, se han desglosado en fijos y variables dado que para el posterior cálculo del punto de equilibrio.

Costos Fijos. Son denominados aquellos que no cambian así el volumen de producción cambie. Ejemplo: Mano de obra administrativa, costos administrativos y de venta, y los costos de financiación.

Costos Variables. Son denominados aquellos que cambian al experimentar cambios el volumen de producción. Ejemplo: Materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación.

Costos totales unitarios. Se componen de la suma del costo fijo unitario y el costo variable unitario. Véase cuadro 85.

Cuadro 85. Clasificación de los costos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Variables (sin materia prima)					
Costo M O D	\$ 75.973.098	\$ 99.714.691	\$ 115.170.468	\$ 142.916.080	\$ 184.691.550
CIF	\$ 10.786.902	\$ 11.212.344	\$ 11.667.566	\$ 12.154.654	\$ 12.675.838
Total Costos Variables	\$ 86.760.000	\$ 110.927.034	\$ 126.838.034	\$ 155.070.734	\$ 197.367.388
Costos Fijos					
Costo de Admón y ventas	\$ 43.464.665	\$ 45.586.358	\$ 47.816.656	\$ 50.161.165	\$ 52.625.785
Total Costos Fijos	\$ 43.464.665	\$ 45.586.358	\$ 47.816.656	\$ 50.161.165	\$ 52.625.785
Costos totales	\$ 130.224.664	\$ 156.513.392	\$ 174.654.690	\$ 205.231.899	\$ 249.993.173
Costo total unitario lámpara sin mp	\$ 52.973	\$ 53.509	\$ 50.140	\$ 49.503	\$ 36.607
Costo total unitario mesa sin mp	\$ 52.921	\$ 53.444	\$ 50.106	\$ 49.496	\$ 50.687
Costo total unitario frutero sin mp	\$ 52.937	\$ 53.454	\$ 50.131	\$ 49.525	\$ 30.413
Costo total unitario espejo sin mp	\$ 52.918	\$ 53.489	\$ 50.151	\$ 49.531	\$ 50.659
mas					
Costo Materia Prima					
Costo MP lámpara	\$ 26.343	\$ 27.660	\$ 29.043	\$ 30.495	\$ 32.020
Costo MP mesa	\$ 61.650	\$ 64.733	\$ 67.969	\$ 71.368	\$ 74.936
Costo MP frutero	\$ 12.500	\$ 13.125	\$ 13.781	\$ 14.470	\$ 15.194
Costo MP espejo	\$ 29.300	\$ 30.765	\$ 32.303	\$ 33.918	\$ 35.614
COSTO TOTAL UNITARIO					
Costo total unitario lámpara	\$ 79.316	\$ 81.169	\$ 79.183	\$ 79.998	\$ 68.627
Costo total unitario mesa	\$ 114.571	\$ 118.176	\$ 118.075	\$ 120.864	\$ 125.622
Costo total unitario frutero	\$ 65.437	\$ 66.579	\$ 63.912	\$ 63.995	\$ 45.607
Costo total unitario espejo	\$ 82.218	\$ 84.254	\$ 82.454	\$ 83.450	\$ 86.274

5.2.1 Precio de venta. Para presupuestar las ventas es preciso conocer el precio de venta fijo para el producto, por lo tanto se deberá realizar el cálculo de acuerdo a la siguiente formula matemática:

$$\text{Precio De Venta} = \frac{\text{Costo Unitario (Kilo)}}{1 - \% \text{ Utilidad}}$$

De acuerdo con esto el precio de venta proyectado para el producto será el estipulado en el cuadro 86.

Cuadro 86. Precios de venta proyectados

Formula: Precio de venta = Costo unitario / (1 - % utilidad)					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LAMPARA					
Costo Unitario	\$ 79.316	\$ 81.169	\$ 79.183	\$ 79.998	\$ 68.627
% utilidad	15%	15%	15%	15%	15%
precio por unidad	91.213	93.344	91.061	91.998	78.921
MESA					
Costo Unitario	\$ 114.571	\$ 118.176	\$ 118.075	\$ 120.864	\$ 125.622
% utilidad	15%	15%	15%	15%	15%
precio por unidad	131.757	135.903	135.786	138.993	144.466
FRUTERO					
Costo Unitario	\$ 65.437	\$ 66.579	\$ 63.912	\$ 63.995	\$ 45.607
% utilidad	15%	15%	15%	15%	15%
precio por unidad	75.252	76.566	73.499	73.595	52.448
ESPEJO					
Costo Unitario	\$ 82.218	\$ 84.254	\$ 82.454	\$ 83.450	\$ 86.274
% utilidad	15%	15%	15%	15%	15%
precio por unidad	94.551	96.892	94.822	95.967	99.215

5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS O INGRESOS

La política de ventas a seguir es la siguiente:

- a. De estricto contado: para las personas naturales que adquieran el producto al detal
- b. A crédito: esta modalidad de pago consiste en el pago del pedido a un periodo máximo de 30 días. Esta política se establecerá para los negocios

La cartera comercial tendrá una duración en promedio de 12 días.

El total de las ventas tanto en cantidades como en cifras reales, se encuentran condensados en los cuadros 87, 88 y 98.

Cuadro 87. Política de ventas

Política de ventas			
Tipo de pago	%	días	Total
Contado	60%	0	0,00
Crédito	40%		
15 días	40%	30	12,00
30 días	0%	60	0,00
Total días de Cartera			12,00

Cuadro 88. Cartera Comercial

Formula: Cartera Comercial = Dias de cartera x Valor ventas totales / 360			
AÑO	DIAS	VENTAS TOTALES	CARTERA COMERCIAL
año 1	12,0	\$ 244.392.462	\$ 8.146.415,40
año 2	12,0	\$ 298.222.384	\$ 9.940.746,15
año 3	12,0	\$ 348.623.658	\$ 11.620.788,61
año 4	12,0	\$ 420.610.190	\$ 14.020.339,65
año 5	12,0	\$ 506.135.226	\$ 16.871.174,21

Cuadro 89. Ventas

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LAMPARA					
producción en unidades	590	702	836	995	1.639
Precio de venta por unidad	\$ 91.213	\$ 93.344	\$ 91.061	\$ 91.998	\$ 78.921
Total ventas	\$ 53.815.733	\$ 65.527.735	\$ 76.126.786	\$ 91.538.269	\$ 129.351.166
MESA					
producción en unidades	689	820	976	1.161	1.381
Precio de venta por unidad	\$ 131.757	\$ 135.903	\$ 135.786	\$ 138.993	\$ 144.466
Total ventas	\$ 90.780.719	\$ 111.440.060	\$ 132.527.356	\$ 161.371.098	\$ 199.507.347
FRUTERO					
producción en unidades	615	732	871	1.036	1.233
Precio de venta por unidad	\$ 75.252	\$ 76.566	\$ 73.499	\$ 73.595	\$ 52.448
Total ventas	\$ 46.280.216	\$ 56.046.225	\$ 64.017.212	\$ 76.244.101	\$ 64.667.911
ESPEJO					
producción en unidades	566	673	801	953	1.135
Precio de venta por unidad	\$ 94.551	\$ 96.892	\$ 94.822	\$ 95.967	\$ 99.215
Total ventas	\$ 53.515.794	\$ 65.208.364	\$ 75.952.304	\$ 91.456.722	\$ 112.608.803
Gran Total ventas	\$ 244.392.462	\$ 298.222.384	\$ 348.623.658	\$ 420.610.190	\$ 506.135.226

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Llamado también punto muerto. En este punto ni se gana ni se pierde, significa que todo lo que se reciba por ventas del producto, alcanza únicamente a cubrir los gastos que se han hecho para poderlos producir y vender. Este punto está directamente ligado a una cantidad de unidades que deban ser producidas y vendidas para que se dé este equilibrio.

El punto de equilibrio es una herramienta básica para establecer las situaciones reales de los productos. (Véase cuadro 90).

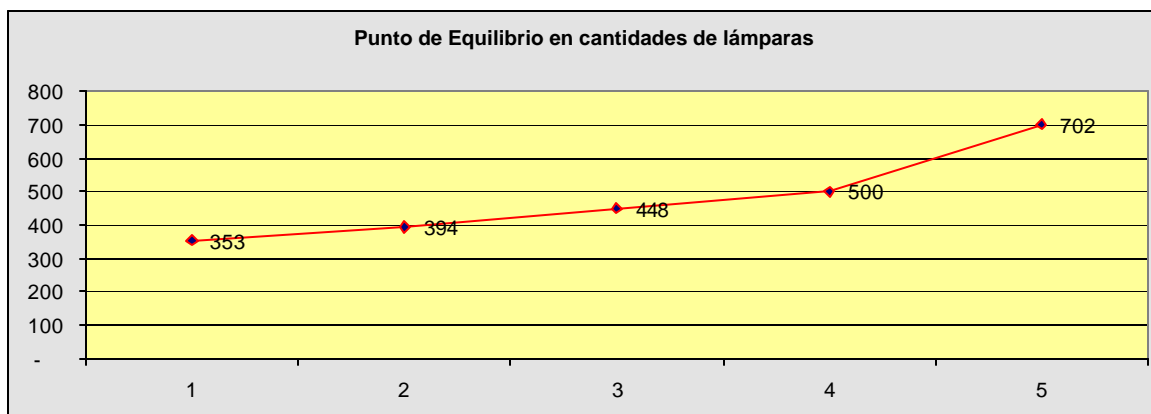
Cuadro 90. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos totales	\$ 244.392.462	\$ 298.222.384	\$ 348.623.658	\$ 420.610.190	\$ 506.135.226
Costos Totales	\$ 130.224.664	\$ 156.513.392	\$ 174.654.690	\$ 205.231.899	\$ 249.993.173
Costos fijos totales	\$ 43.464.665	\$ 45.586.358	\$ 47.816.656	\$ 50.161.165	\$ 52.625.785
Costos variables totales	\$ 86.760.000	\$ 110.927.034	\$ 126.838.034	\$ 155.070.734	\$ 197.367.388

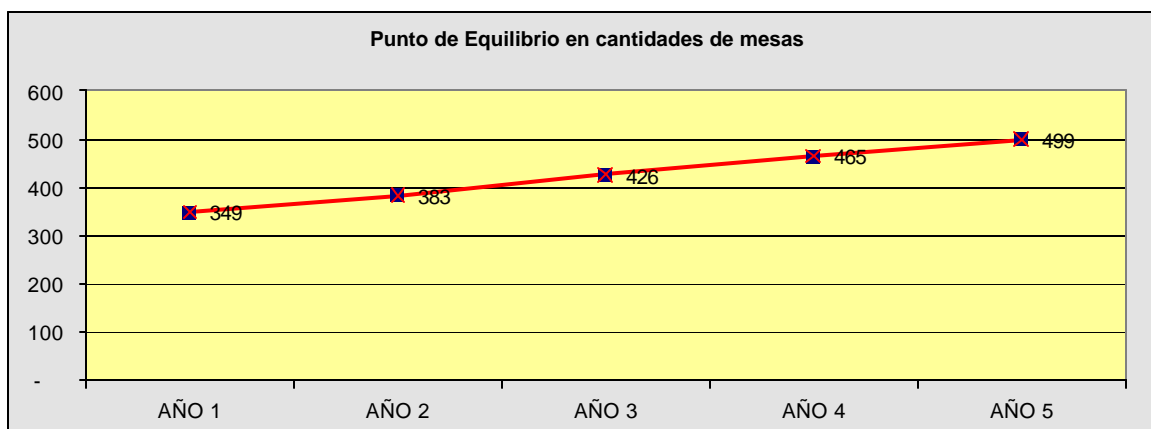
Para hallar el punto de equilibrio por servicio es preciso conocer la clasificación de los costos por cada servicio, para ello se tiene en cuenta la participación del costo de cada uno de estos en los costos totales.

Formula:	
Punto de Equilibrio =	$\frac{\text{costos fijos totales}}{\text{Precio de venta} - \text{costo Variable Unitario}}$

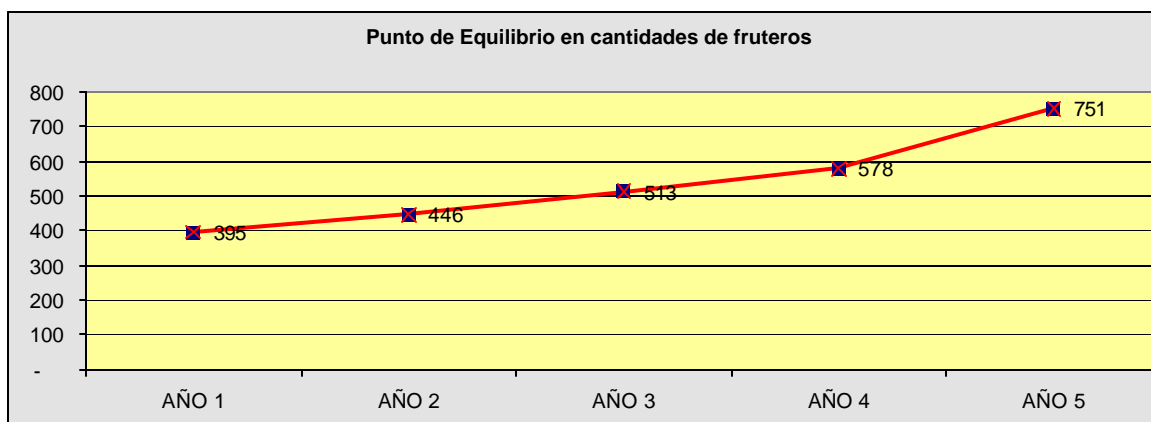
Punto de Equilibrio lámparas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% participacion	24%	24%	24%	24%	24%
Ingresos totales	\$ 53.815.733	\$ 65.527.735	\$ 76.126.786	\$ 91.538.269	\$ 129.351.166
Costos Totales	\$ 46.796.289	\$ 56.980.639	\$ 66.197.205	\$ 79.598.495	\$ 112.479.275
Costos fijos	\$ 10.431.520	\$ 10.940.726	\$ 11.475.997	\$ 12.038.680	\$ 12.630.188
Costos variables	36.364.770	46.039.913	54.721.208	67.559.815	99.849.086
Precio de venta del producto	91.213	93.344	91.061	91.998	78.921
Costo total Unitario del producto	\$ 79.316	\$ 81.169	\$ 79.183	\$ 79.998	\$ 68.627
Costo variable Unitario	\$ 61.635	\$ 65.584	\$ 65.456	\$ 67.899	\$ 60.921
Punto de Equilibrio en cantidades	353	394	448	500	702
Punto de Equilibrio en pesos	32.168.991	36.788.154	40.813.231	45.957.921	55.376.760



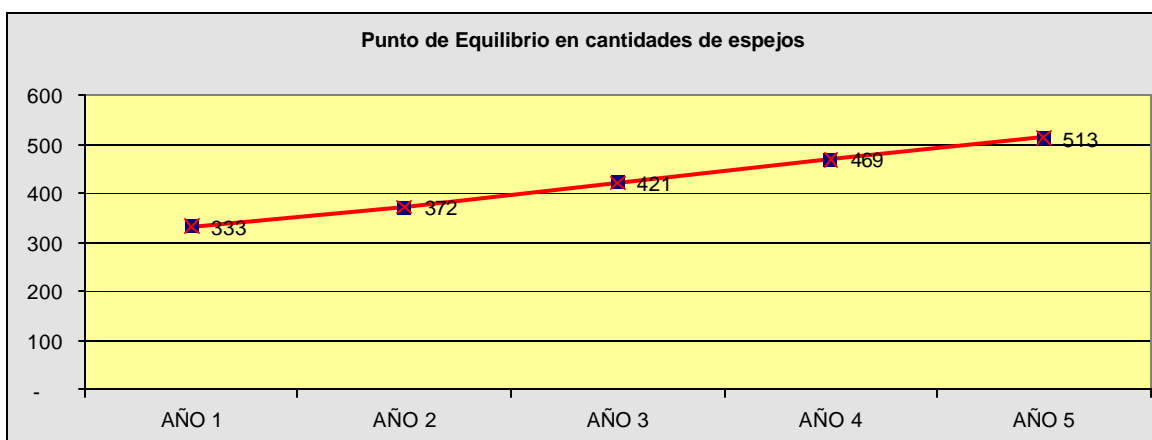
Punto de Equilibrio mesas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% participacion	28%	28%	28%	28%	28%
Ingresos totales	\$ 90.780.719	\$ 111.440.060	\$ 132.527.356	\$ 161.371.098	\$ 199.507.347
Costos Totales	\$ 78.939.756	\$ 96.904.400	\$ 115.241.179	\$ 140.322.694	\$ 173.484.650
Costos fijos	\$ 12.170.106	\$ 12.764.180	\$ 13.388.664	\$ 14.045.126	\$ 14.735.220
Costos variables	\$ 66.769.650	\$ 84.140.220	\$ 101.852.515	\$ 126.277.567	\$ 158.749.430
Precio de venta del producto	\$ 131.757	\$ 135.903	\$ 135.786	\$ 138.993	\$ 144.466
Costo total Unitario del producto	\$ 114.571	\$ 118.176	\$ 118.075	\$ 120.864	\$ 125.622
Costo variable Unitario	\$ 96.908	\$ 102.610	\$ 104.357	\$ 108.766	\$ 114.953
Punto de Equilibrio en cantidades	349	383	426	465	499
Punto de Equilibrio en pesos	46.012.569	52.104.371	57.844.284	64.583.911	72.127.940



Punto de equilibrio fruteros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% participacion	25%	25%	25%	25%	25%
Ingresos totales	\$ 46.280.216	\$ 56.046.225	\$ 64.017.212	\$ 76.244.101	\$ 64.667.911
Costos Totales	\$ 40.243.666	\$ 48.735.848	\$ 55.667.141	\$ 66.299.219	\$ 56.232.966
Costos fijos	\$ 10.866.166	\$ 11.396.590	\$ 11.954.164	\$ 12.540.291	\$ 13.156.446
Costos variables	\$ 29.377.500	\$ 37.339.259	\$ 43.712.977	\$ 53.758.927	\$ 43.076.520
Previo de venta del producto	\$ 75.252	\$ 76.566	\$ 73.499	\$ 73.595	\$ 52.448
Costo total Unitario del producto	\$ 65.437	\$ 66.579	\$ 63.912	\$ 63.995	\$ 45.607
Costo variable Unitario	\$ 47.768	\$ 51.010	\$ 50.187	\$ 51.891	\$ 34.936
Punto de Equilibrio en cantidades	395	446	513	578	751
Punto de Equilibrio en pesos	29.751.935	34.144.275	37.690.277	42.522.386	39.404.589



Punto de equilibrio espejos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% participacion	23%	23%	23%	23%	23%
Ingresos totales	\$ 53.515.794	\$ 65.208.364	\$ 75.952.304	\$ 91.456.722	\$ 112.608.803
Costos Totales	\$ 46.535.473	\$ 56.702.925	\$ 66.045.482	\$ 79.527.584	\$ 97.920.698
Costos fijos	\$ 9.996.873	\$ 10.484.862	\$ 10.997.831	\$ 11.537.068	\$ 12.103.931
Costos variables	\$ 36.538.600	\$ 46.218.063	\$ 55.047.651	\$ 67.990.516	\$ 85.816.767
Previo de venta del producto	\$ 94.551	\$ 96.892	\$ 94.822	\$ 95.967	\$ 99.215
Costo total Unitario del producto	\$ 82.218	\$ 84.254	\$ 82.454	\$ 83.450	\$ 86.274
Costo variable Unitario	\$ 64.556	\$ 68.675	\$ 68.724	\$ 71.344	\$ 75.609
Punto de Equilibrio en cantidades	333	372	421	469	513
Punto de Equilibrio en pesos	31.512.310	36.002.627	39.958.118	44.964.339	50.873.669



5.5 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja se realizó con base en los cálculos de ingresos y de egresos de efectivo en los numerales anteriores. Así mismo este dato fue proyectado a cinco años, ya que este es el término de evaluación del proyecto. (Véase cuadro 91).

5.6 ESTADO DE RESULTADOS

A través de este estado financiero, se conoce el comportamiento que tendrá la empresa en términos de utilidades o pérdidas durante un periodo determinado de tiempo, de ahí la importancia de su existencia en el presente estudio. Tal como se puede apreciar en el cuadro 86, la empresa presenta utilidad desde el primer año, sin embargo esta no es generosa en sus primeros años, dado que se debe liberar la inversión. (Véase cuadro 92).

Cuadro 91. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES FIJAS						
Maquinaria y equipos	\$ 22.424.600					
Muebles y enseres	\$ 2.319.000					
Equipos de Computo	\$ 3.000.000					
Inversiones diferidas	\$ 3.815.000					
Capital de trabajo	\$ 11.994.979					
INVERSION TOTAL	\$ 43.553.579					
ENRADAS DE EFECTIVO						
INGRESOS POR VENTAS		\$ 244.392.462	\$ 298.222.384	\$ 348.623.658	\$ 420.610.190	\$ 506.135.226
Recaudos por cartera		\$ 8.146.415	\$ 9.940.746	\$ 11.620.789	\$ 14.020.340	\$ 14.020.340
TOTAL INGRESOS		\$ 244.392.462	\$ 306.368.800	\$ 358.564.404	\$ 432.230.978	\$ 520.155.566
SALIDAS DE EFECTIVO						
Compra de materia prima	1.142.924	\$ 82.290.520	\$ 102.810.420	\$ 128.496.318	\$ 160.516.091	\$ 215.123.732
Materia prima	6.331.091	\$ 75.973.098	\$ 99.714.691	\$ 115.170.468	\$ 142.916.080	\$ 184.691.550
Costos Indirectos de Fabricación	898.909	\$ 10.786.902	\$ 11.212.344	\$ 11.667.566	\$ 12.154.654	\$ 12.675.838
Gastos de Administración y ventas	3.622.055	\$ 43.464.665	\$ 45.586.358	\$ 47.816.656	\$ 50.161.165	\$ 52.625.785
Reserva legal		\$ 1.956.230	\$ 2.967.167	\$ 3.536.150	\$ 4.280.710	\$ 3.561.865
Amortización de gastos diferidos		\$ 687.000	\$ 687.000	\$ 687.000	\$ 687.000	\$ 687.000
pago de Impuesto de Renta (35%)		\$ 10.533.544	\$ 15.977.053	\$ 19.040.809	\$ 23.049.977	\$ 19.179.274
Gastos Financieros		\$ 1.781.439	\$ 1.396.263	\$ 1.011.087	\$ 625.911	\$ 240.735
TOTAL SALIDAS	11.994.979	\$ 227.473.396	\$ 280.351.296	\$ 327.426.053	\$ 394.391.589	\$ 488.785.779
SALDO (ENTRADA - SALIDAS)		\$ 16.919.066	\$ 26.017.504	\$ 31.138.351	\$ 37.839.390	\$ 31.369.786
Más depreciación y amortización		\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800
Más Reserva legal		\$ 1.956.230	\$ 2.967.167	\$ 3.536.150	\$ 4.280.710	\$ 3.561.865
menos pago a principal (amortización de crédito)		\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800
FLUJO NETO ANUAL		\$ 18.875.295	\$ 28.984.671	\$ 34.674.502	\$ 42.120.100	\$ 34.931.652
MAS SALDO INICIAL DE CAJA		\$ 11.994.979	\$ 30.870.274	\$ 59.854.945	\$ 94.529.447	\$ 136.649.546
FLUJO DE CAJA NETO		\$ 30.870.274	\$ 59.854.945	\$ 94.529.447	\$ 136.649.546	\$ 171.581.198

NOTA: Las depreciaciones están incluidas dentro de los Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro 92. Estado de Resultados

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTA	\$244.392.462	\$306.368.800	\$358.564.404	\$432.230.978	\$520.155.566
menos					
COSTO DE PRODUCCION	\$169.050.520	\$213.737.454	\$255.334.351	\$315.586.826	\$412.491.120
Materias Primas	\$82.290.520	\$102.810.420	\$128.496.318	\$160.516.091	\$215.123.732
Mano de Obra directa	\$75.973.098	\$99.714.691	\$115.170.468	\$142.916.080	\$184.691.550
Costos Indirectos	\$10.786.902	\$11.212.344	\$11.667.566	\$12.154.654	\$12.675.838
UTILIDAD BRUTA	\$75.341.943	\$92.631.345	\$103.230.053	\$116.644.152	\$107.664.446
menos					
Gastos de Administración y ventas	\$43.464.665	\$45.586.358	\$47.816.656	\$50.161.165	\$52.625.785
UTILIDAD OPERACIONAL	\$31.877.278	\$47.044.987	\$55.413.397	\$66.482.987	\$55.038.661
menos					
Gastos Financieros	\$1.781.439	\$1.396.263	\$1.011.087	\$625.911	\$240.735
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$30.095.839	\$45.648.724	\$54.402.310	\$65.857.076	\$54.797.926
menos					
PROVISION IMPUESTO DE RENTA	\$10.533.544	\$15.977.053	\$19.040.809	\$23.049.977	\$19.179.274
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	\$19.562.295	\$29.671.671	\$35.361.502	\$42.807.100	\$35.618.652
Reserva legal (10%)	\$1.956.230	\$2.967.167	\$3.536.150	\$4.280.710	\$3.561.865
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	\$17.606.066	\$26.704.504	\$31.825.351	\$38.526.390	\$32.056.786

NOTA: Las depreciaciones están incluidas dentro de los Costos Indirectos de Fabricación

Según el concepto 28807 de la DIAN, del 10 de mayo de 2004, las EAT se encuentran sometidas a retención en la fuente de acuerdo con el concepto del pago. Véase anexo F.

El Impuesto Municipal exonerado por cinco años es el de Industria y Comercio, por acuerdo del Consejo de Palmas del Socorro.

5.7 BALANCE GENERAL

A través de este estado financiero se puede determinar el comportamiento de los activos, los pasivos y el fortalecimiento patrimonial, de acuerdo al manejo que se le pueda ofrecer a la empresa. Para interpretar concretamente un balance, es preciso conocer los diferentes conceptos que lo componen y las cuentas que se afectan. Tal como se puede observar en el cuadro 93, la empresa presenta un comportamiento sólido, lento en crecimiento pero su tendencia es positiva y cada vez con menor índice de pasivos, y mayor índice de patrimonio. (Véase cuadro 93).

Cuadro 93. Balance general al final de cada periodo

BALANCE GENERAL					
CUENTA	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 1	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 2	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 3	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 4	A DICIEMBRE 31 DEL AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
DISPONIBLE	\$ 18.875.295	\$ 28.984.671	\$ 34.674.502	\$ 42.120.100	\$ 34.931.652
Caja	\$ 18.875.295	\$ 28.984.671	\$ 34.674.502	\$ 42.120.100	\$ 34.931.652
Bancos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEUDORES	\$ 8.146.415	\$ 9.940.746	\$ 11.620.789	\$ 14.020.340	\$ 16.871.174
Cuentas por cobrar	\$ 8.146.415	\$ 9.940.746	\$ 11.620.789	\$ 14.020.340	\$ 16.871.174
INVENTARIOS	\$ 264.462	\$ 295.128	\$ 327.339	\$ 365.272	\$ 420.905
Materias Primas	\$ 228.585	\$ 251.443	\$ 276.588	\$ 304.246	\$ 334.671
Productos Terminados	\$ 35.877	\$ 43.685	\$ 50.751	\$ 61.026	\$ 86.234
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 27.286.172	\$ 39.220.545	\$ 46.622.629	\$ 56.505.711	\$ 52.223.731
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	\$ 27.743.600	\$ 27.743.600	\$ 27.743.600	\$ 27.743.600	\$ 27.743.600
Maquinaria y Equipo	\$ 22.424.600	\$ 22.424.600	\$ 22.424.600	\$ 22.424.600	\$ 22.424.600
Equipo de Oficina	\$ 2.319.000	\$ 2.319.000	\$ 2.319.000	\$ 2.319.000	\$ 2.319.000
Equipo de Computación y C	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Depreciación Acumulada	\$ 5.548.720	\$ 11.097.440	\$ 16.646.160	\$ 22.194.880	\$ 27.743.600
DIFERIDOS	\$ 3.052.000	\$ 2.289.000	\$ 1.526.000	\$ 763.000	\$ -
Cargos Diferidos	\$ 3.052.000	\$ 2.289.000	\$ 1.526.000	\$ 763.000	\$ -
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 25.246.880	\$ 18.935.160	\$ 12.623.440	\$ 6.311.720	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 52.533.052	\$ 58.155.705	\$ 59.246.069	\$ 62.817.431	\$ 52.223.731

PASIVO					
PASIVO A CORTO PLAZO					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ -
Bancos Nacionales					
CUENTAS POR PAGAR					
Proveedores	\$ 13.194.477	\$ 14.513.925	\$ 15.965.317	\$ 17.561.849	\$ 19.318.034
Obligaciones laborales	\$ 8.309.558	\$ 9.597.539	\$ 11.909.673	\$ 15.390.962	\$ 16.930.059
Gastos de Administración y ventas	\$ 3.798.863	\$ 3.984.721	\$ 4.180.097	\$ 4.385.482	\$ 4.824.030
Costos Indirectos de fabricación	\$ 934.362	\$ 972.297	\$ 1.012.888	\$ 1.056.320	\$ 1.161.952
TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO	\$ 27.988.060	\$ 30.819.282	\$ 34.818.776	\$ 40.145.414	\$ 42.234.075
PASIVO A LARGO PLAZO					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 5.252.400	\$ 3.501.600	\$ 1.750.800	\$ -	\$ -
Bancos Nacionales					
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 5.252.400	\$ 3.501.600	\$ 1.750.800	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 33.240.460	\$ 34.320.882	\$ 36.569.576	\$ 40.145.414	\$ 42.234.075
PATRIMONIO					
CAPITAL					
Aportes Sociales	\$ 34.799.579	\$ 34.799.579	\$ 34.799.579	\$ 34.799.579	\$ 34.799.579
Utilidad del Ejercicio	\$ 17.606.066	\$ 26.704.504	\$ 31.825.351	\$ 38.526.390	\$ 32.056.786
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 52.405.645	\$ 61.504.083	\$ 66.624.931	\$ 73.325.969	\$ 66.856.366
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 85.646.105	\$ 95.824.965	\$ 103.194.506	\$ 113.471.382	\$ 109.090.441

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

La creación de MASUAR en el Municipio de Palmas del Socorro para la producción de artículos artesanales de madera recuperada de río, ofrece a la comunidad beneficios sociales como:

6.1.1 Generación de empleo. Se da solución directa a 6 personas con empleo directo, y más de 16 indirectos, contribuyendo con la disminución del índice de desempleo del Municipio. Este fenómeno trae como consecuencia directa, el mejoramiento en la calidad de vida de las familias de estas personas y la satisfacción de sus necesidades básicas (escala de Maslow).

6.1.2 Desarrollo Regional. El proyecto contribuye al desarrollo del Municipio y de la región, al garantizar el buen aprovechamiento de los recursos naturales.

Otro de los aspectos importantes para el desarrollo regional, es la generación de ingresos para el municipio por concepto de impuestos y manejo de capitales internos.

Otro aspecto de vital importancia es el aprovechamiento de la mano de obra calificada y no calificada de la localidad.

6.1.3 Mejoramiento de la calidad de vida. Mejora el nivel de los asociados de MASUAR.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Aspecto legal. La CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DE SANTANDER “CAS”, exige una serie de requisitos para la expedición de la licencia ambiental, de conformidad con el artículo 30 del decreto 1753 de 1994 y son a saber:

Un documento o memorial de solicitud que contenga por lo menos la siguiente información: Nombre o razón social del solicitante, Domicilio del Representante legal, Descripción explicativa del proyecto, que incluya por lo menos la siguiente información: Localización, dimensión y costo estimado.

Este documento debe contener tan bien: Indicación de las características ambientales generales del área de localización del proyecto, Información sobre la presencia de comunidades, incluidas, campesinas, negras e indígenas localizadas en el área de influencia del proyecto, Indicar si el proyecto afectará el sistema de parques naturales nacionales o sus zonas de amortiguación cuando éstas estén definidas.

Junto con la anterior solicitud se deberá adjuntar la siguiente documentación:

- Poder debidamente otorgado (cuando se actúe mediante apoderado)
- Certificado de existencia y representación legal
- Certificado de libertad y tradición de los predios donde se desarrollará el proyecto.
- Planos de localización del proyecto y los que se estimen convenientes.
- Certificados de disponibilidad de servicios públicos (agua, luz, y alcantarillado)

Como se puede observar, con la expedición de la licencia ambiental se denota conveniencia del proyecto en este aspecto.

Especificación de la norma. Para el caso de la licencia ambiental el decreto 1753 del 3 de agosto de 1994, capítulo II, dice: “LA LICENCIA AMBIENTAL, NATURALEZA, MODALIDADES Y EFECTOS ART. 2 CONCEPTO”.

La licencia ambiental es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente, mediante acto administrativo, a una persona, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que conforme a la ley y a los reglamentos, puede producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones

considerables o notorias al paisaje, y en la que se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el beneficiario de la licencia ambiental debe cumplir para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar los efectos ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada. Además lo contenido en el artículo 3.5.8. del presente decreto.

El decreto 2150 del 5 de diciembre de 1995 dice:

ARTICULO 47. REQUISITOS ESPECIALES. A partir de la vigencia del presente decreto, los establecimientos a los que se refiere el artículo deberán:

- Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación, expedidas por la autoridad competente del respectivo municipio.
- Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales, según el caso descritas por la ley.
- Cumplir con las normas vigentes en materia de seguridad.
- Cumplir y mantener vigente la matrícula mercantil tratándose de establecimientos de comercio.
- Cancelar los impuestos de carácter municipal.

Parágrafo: Dentro de los quince (15) días siguientes, a la apertura de un establecimiento, su propietario o administrador, deberá comunicar tal hecho, a la oficina de planeación del municipio correspondiente.

Impacto ambiental. El impacto ambiental que genera MASUAR es mínimo, ya que no genera factores contaminantes, dado que no presenta residuos y los olores que expide durante el proceso de elaboración de los productos es poco notorio.

La empresa MASUAR, dotará a sus empleados de manera adecuada, a fin de evitar perjuicios en su estado físico.

- Objetivo. Proteger el medio ambiente de los agentes externos, evitar el uso indebido de los servicios públicos y procurar armonía con el paisaje, tratando de producir el menor trauma posible con el medio ambiente.
- Manejo de Desechos, reciclaje. La empresa genera desechos, algunos de ellos son biodegradables por cuanto se trata de maderas inservibles.
- Contaminación realizada por la empresa. La puesta en marcha de este proyecto, no genera ningún riesgo e impacto ambiental negativo.

El proyecto no se encuentra ubicado en territorio de comunidades, campesinas, negras e indígenas, toda vez que el sitio de ubicación del mismo será una propiedad privada.

Así mismo el proyecto no afectará el sistema de parques naturales nacionales o sus zonas de amortiguación como quiera que en la zona de instalación del proyecto no exista este tipo de patrimonio.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Intereses de oportunidad de capital. Para realizar un análisis con respecto al interés de oportunidad del capital, es de vital importancia tener en cuenta algunas externalidades del proyecto, tales como:

- Costos de financiación
- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad de mano de obra
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Disponibilidad de servicios públicos
- Proximidad a la materia prima
- Situación de orden público en la zona
- Penetración en el mercado.

Para la zona objeto de estudio (Municipio del Socorro) se puede emitir el siguiente análisis:

- a. Costos de financiación: el proyecto es financiado en un porcentaje prudente por una entidad financiera con una tasa del 22% EA.
- b. Medios y costos de transporte: la región cuenta con medianos medios de transporte a precio alto, por su lejanía de la capital de provincia y no estar en la vía principal (panamericana).
- c. Disponibilidad de mano de obra: en la actualidad se cuenta con una alta tasa de oferta de mano de obra, debido al fenómeno del desempleo, lo cual hace que su consecución no sea difícil ni costosa.
- d. Factores ambientales: en la zona no existen altos niveles de contaminación, por el contrario, aún se puede disfrutar de un ambiente sano y tranquilo. La empresa objeto de estudio no será un factor generador de contaminación.
- e. Cercanía del mercado: la distancia existente entre la empresa y el mercado consumidor es considerable, teniendo en cuenta que el producto deberá ser comercializado tanto en el Municipio de Palmas del Socorro como en los señalados en el estudio de mercados como mercado objetivo.
- f. Disponibilidad de servicios públicos: es el 100 por ciento.
- g. Disponibilidad de materia prima: es el 100 por ciento.
- h. Situación de orden público en la zona: es del todo tranquila.
- i. Penetración en el mercado: en este aspecto, no hay mayor dificultad, los consumidores están a la expectativa de nuevos productos en el mercado, sin embargo se deberá entrar venciendo el paradigma de las grandes marcas.

Con base en el análisis anterior se puede decir que la **tasa de oportunidad es**: la propuesta por las entidades financieras para financiación 22% más el riesgo que conlleva la inversión de tan importante suma en este municipio. Este riesgo se calcula en 3 puntos adicionales al interés financiero. Es decir, el proyecto para las inversionistas, debido a su alto costo, y a su nivel de riesgo, debe rentar cuando mínimo al 25% EA.

6.3.2 Valor presente Neto (VPN). EL VALOR PRESENTE NETO también es conocido como el valor anual neto, definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos

más inversión traídos a valor presente. Para lograrlo se debe aplicar la TAR hallada en el numeral anterior, trasladando todos los valores al año cero, con el fin de determinar, en dinero actual, el rendimiento del proyecto. Véase cuadro 94.

Como se observa, el Valor Presente Neto es mayor que cero, esto implica un aumento al patrimonio y que el proyecto renta lo que los inversionistas exigen en relación con sus aportes. Este resultado es evidente siempre y cuando se reinvierte las ganancias. VPN \$36.548.987,37. Véase cuadro 94.

6.3.3. Relación Beneficio – Costo. La relación beneficio – costo está expresada como el cociente entre el valor presente de los ingresos y el de los egresos e indica la rentabilidad adicional sobre el interés de oportunidad, obtenida sobre el dinero invertido y expresado en pesos actuales. (Véase cuadro 95).

Cuando la relación beneficio – costo es mayor que 1, el proyecto es conveniente ya que los ingresos superan los egresos y por lo tanto dejará un margen, el cual indica su ventaja.

Cuando la relación beneficio – costo se hace igual a 1, es decir los egresos son iguales a los ingresos, se tiene que el proyecto no dará utilidades, pero tampoco arrojará pérdidas.

Cuando los egresos superan a los ingresos, arrojando el proyecto perdido, la relación beneficio-costo será menor que uno, indicando que el proyecto no es atractivo para implementarlo.

En este proyecto el Beneficio – Costo arrojó un resultado positivo, es un proyecto atractivo, su cociente está en el 1.1794.

6.3.4 Tasa Interna De Retorno (TIR). La Tasa Interna de Retorno se define como aquella tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a cero.

Comparando la TIR hallada del 57% con respecto a la tasa atractiva de retorno con financiamiento del 25%, se observa que la primera se encuentra por encima de la

segunda en 32 puntos como margen de intermediación, lo que hace atractivo el proyecto y genera aceptación del mismo. (Véase cuadro 86).

Cuadro 94. Valor Presente neto

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VPN
Flujo Neto de efectivo	\$ 43.553.579	\$ 18.875.295	\$ 28.984.671	\$ 34.674.502	\$ 42.120.100	\$ 34.931.652	
Interés de Oportunidad	25%	25%	25%	25%	25%	25%	
Valor Presente Neto	\$ 43.553.579	15.100.236	18.550.189	17.753.345	17.252.393	11.446.404	\$ 36.548.987,37
Periodo	-	1	2	3	4	5	

Cuadro 95. Beneficio - Costo

RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	B/C
Ingresos	\$ 43.553.579	\$ 244.392.462	\$ 306.368.800	\$ 358.564.404	\$ 432.230.978	\$ 520.155.566	
Tasa de Oportunidad	25%	25%	25%	25%	25%	25%	
Valor Presente neto	\$ 43.553.579	195.513.970	196.076.032	183.584.975	177.041.809	170.444.576	966.214.940
periodo	-	1	2	3	4	5	
Egresos	\$ 31.558.600	\$ 227.473.396	\$ 280.351.296	\$ 327.426.053	\$ 394.391.589	\$ 488.785.779	
Tasa de Oportunidad	25%	25%	25%	25%	25%	25%	
Valor Presente neto	\$ 31.558.600	181.978.717	179.424.829	167.642.139	161.542.795	160.165.324	819.195.205
periodo	-	1	2	3	4	5	
							Relación B/C=
							1,17946850

Cuadro 96. Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VPN
Flujo Neto de efectivo	\$ 43.553.579	\$ 18.875.295	\$ 28.984.671	\$ 34.674.502	\$ 42.120.100	\$ 34.931.652	
Tasa Interna de Retorno (TIR)	57%	57%	57%	57%	57%	57%	
Valor Presente Neto	\$ 43.553.579	\$ 12.046.542	\$ 11.806.078	\$ 9.013.970	\$ 6.988.177	\$ 3.698.812	0,00
Periodo	-	1	2	3	4	5	

6.3.5 Análisis de las razones financieras. A continuación se observa el análisis de cada una de las razones financieras halladas en el presente proyecto. Véase cuadro 97.

Razón corriente. Esta razón mide la capacidad que tiene la empresa para responder por las obligaciones adquiridas. La empresa tiene liquidez cuando posee el dinero necesario para pagar las deudas al costo plazo.

Su forma de calculo es la siguiente: activo corriente / pasivo corriente.

El resultado matemático debe leerse como la cantidad de pesos que tiene la empresa en el activo corriente para cubrir cada peso que se tiene en el pasivo más exigible. Se puede asegurar que la empresa inicia con una capacidad igual a \$0,97 en sus activos frente a sus pasivos. La tendencia del crecimiento del activo frente al pasivo es ascendente.

Razón del capital de trabajo. Se analiza el capital de trabajo neto, el cual muestra que tanto del activo corriente está financiado con pasivo a mediano y largo plazo.

El capital neto del trabajo asegura la supervivencia de la empresa en el corto plazo; esta es una medida útil de control interno para mantener la liquidez. Exige una sincronización de las entradas y salidas de dinero en efectivo, para mantener a la empresa sin problemas de liquidez.

Esta razón se encuentra muy relacionada con la razón corriente, ya que si la razón corriente arroja dentro de sus resultados un cociente menor de \$ 1, la razón de capital de trabajo resulta negativa, se puede observar claramente en el desarrollo de la empresa objeto de estudio, que durante el primer año se obtuvo una razón corriente de \$0.97 y una razón de capital de trabajo de -\$701.887.

Nivel de Endeudamiento. Esta razón mide los recursos que se han conseguido con terceros para la inversión en activos totales. La formula para calcularla es la siguiente:
Pasivos totales / Activos totales

Por cada \$ 1 que la empresa tiene invertidos en activos, \$0.63 han sido financiados por los acreedores durante el primer año

Endeudamiento a corto plazo. Con esta razón se calcula qué porcentaje del total de pasivos tienen vencimientos corrientes, es decir menos de un año. Por cada \$1 que la empresa posee en pasivos con terceros, el 84% posee un vencimiento corriente o a corto plazo.

Margen Bruto de Ganancias. El margen de excedente bruto establece el porcentaje de los ingresos que después de cubrir los costos, quedan disponibles para cubrir los gastos que generan las otras instancias de la operación.

Formula = $\text{Excedente bruto} / \text{ingresos operacionales} = \%$

El indicador muestra que por cada peso de ingresos se generan 31 centavos de excedente.

Rentabilidad en relación al capital. La aplicación de esta razón mide la efectividad de la administración empresarial para tener control sobre costos y gastos y convertir las ventas en utilidades. La rentabilidad se encuentra asociada con las ventas, los activos y el capital. Su formula es: $\text{utilidad neta} / \text{patrimonio}$.

El resultado de la razón indica que los socios o accionistas obtendrán un rendimiento del 59% sobre su inversión en capital, cada \$1 representado en capital generó \$0.34

Cuadro 97, Razones financieras

RAZONES DE LIQUIDEZ					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON CORRIENTE (\$)	\$ 0,97	\$ 1,27	\$ 1,34	\$ 1,41	\$ 1,24
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON ACIDA (\$)	\$ 0,97	\$ 1,26	\$ 1,33	\$ 1,40	\$ 1,23
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON DEL CAPITAL DE TRABAJO (\$)	-\$ 701.887	\$ 8.401.263	\$ 11.803.853	\$ 16.360.298	\$ 9.989.656

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO (%)	63%	59%	62%	64%	81%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENDEUDAMIENTO EN EL CORTO PLAZO (%)	84%	90%	95%	100%	100%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LEVERAGE TOTAL (%)	0,63	0,56	0,55	0,55	0,63

RAZONES DE RENTABILIDAD					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO DE GANANCIAS (%)	31%	30%	29%	27%	21%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN NETA DE GANANCIAS (%)	7%	9%	9%	9%	6%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RENTABILIDAD EN RELACION AL CAPITAL (%)	34%	43%	48%	53%	48%

CONCLUSIONES

- ◆ A través del estudio de mercados se demostró que existe en el Municipio de Palmas del Socorro y en el mercado denominado objetivo, un mercado potencial que puede adquirir los productos ofrecidos por MASUAR. Por lo tanto es viable su creación en el mencionado municipio al ofrecer un producto de excelente calidad, precios favorables, entrega oportuna, excelente atención y crédito.
- ◆ La competencia marca una pauta importante en la comercialización del producto. Aun cuando la demanda insatisfecha es alta, para el presente proyecto se ha tomado toda la demanda actual como insatisfecha, dado que en la zona no existe actualmente otra empresa que ofrezca iguales o similares productos que los producidos y ofrecidos por MASUAR.
- ◆ Teniendo en cuenta que el tamaño de la planta y que el número de empleados necesarios para su normal funcionamiento es relativamente pequeño, se diseñó un sistema de organización acorde con este parámetro. Sin embargo la planta posee capacidad ociosa para una producción mayor a la que realmente se va a utilizar al comienzo del proyecto.
- ◆ El diseño de los diagramas de flujo de los procesos, obedeció a la real necesidad de plasmar en forma escrita el procedimiento correcto para la elaboración del producto.
- ◆ El modelo de organización propuesto es funcional y de fácil implementación por los sistemas de producción sugeridos. Se determinó que la empresa sea una ASOCIACION.
- ◆ A nivel financiero se concluye que la inversión planteada para este proyecto es importante (\$43.553.579), sin embargo para llevarse a cabo se deberá acudir a un

crédito bancario cuya tasa de interés cobrada equivale al 22% E.A, para financiar el 20% de la inversión, dado que sus asociados aún carecen de ese dinero el 80% ya ha sido aportado por los asociados.

- ◆ A través de la evaluación económica practicada a este proyecto, se define es un proyecto atractivo para inversión, que cumple con muchos de los requerimientos para ser rentable. Los indicadores que nos demuestran claramente el resultado positivo del proyecto, se encuentran registrados en el Beneficio/Costo (1.1794), Tasa interna de retorno (57%), VPN (\$36.548.987).
- ◆ En el ámbito social el proyecto contribuye a la minimización de la tasa de desempleo, al incremento del nivel de ingreso de los habitantes de Palmas del Socorro, y al incremento del recaudo del fisco local y nacional.
- ◆ Con este proyecto no se atenta contra el medio ambiente en la zona, ni se menoscaba su estructura.
- ◆ En conclusión se presenta un concepto favorable respecto al proyecto de investigación concluido, así mismo se asegura que este proyecto es viable para inversión económica y se recomienda su ejecución, con la seguridad del éxito financiero de sus inversionistas.

RECOMENDACIONES

A efectos de llevar a cabo de manera óptima este proyecto se deberán tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- ◆ Realizar de manera intensiva y con todas las especificaciones establecidas en el estudio de mercados, la publicidad y promoción de la nueva empresa en el Municipio de Palmas del Socorro.
- ◆ Mantener de manera indefinida la calidad del producto, su autenticidad y exclusividad de sus piezas, para efectos de no perder participación en el mercado.
- ◆ Presentar proyectos a ONG's nacionales e internacionales, para recibir donaciones, dado que año tras año, se proyecta crecer y esto conlleva adquirir más herramientas para trabajar.

BIBLIOGRAFÍA

BERENSON MARK. Estadística para administración y economía. Conceptos y aplicaciones; Mc Graw Hill. México, 1996

BRICEÑO L, PEDRO. Administración y dirección de proyectos: un enfoque integrado. Santiago de Chile; Mc Graw Hill, 1996

BRIONES GUILLERMO, metodología de la investigación.

BUFFA, ELWOOD. Dirección técnica y administración de la producción. Primera Edición. México: Limusa, 1980.

CARVAJAL SUAREZ ALFONSO, la gestión del conocimiento y sus implicaciones. Medellín, 1995

CORDOBA CARLOS EDUARDO, metodología de la investigación, Universidad Industrial de Santander, 1985.

FORMOSO, ANTONIO. Procedimientos industriales al alcance de todos. Edición trece. Limusa Noriega Editores, México D.F. 1995.

JEFREY, POPE. Investigación de mercados: guía maestra para el profesional: Norma, 1999

KAFFURY, MARIO. Gerencia financiera. Bogotá: Universidad externado de Colombia, 1986.

KINNEAR, THOMAS C. Investigación de mercados. Madrid: Mc Graw – Hill, 1986.

KINNEAR, THOMAS C., Taylor, James, Investigación de mercados, un enfoque aplicado. México: Mc Graw – Hill, 1997

MANUAL AGROPECUARIO, tecnologías orgánicas de la granja integral autosuficiente. 2002. fundación hogares juveniles campesinos, carretera central del norte, KM 18 . Bogotá, Colombia.

MENDEZ, CARLOS. Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas contables y administrativas, Santa fe de Bogotá: Mc Graw-Hill, 1995

ANEXO A

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO.

En la ciudad de _____, Departamento de Antioquia, a ____ días del mes de _____ de 1.99____, se reunieron: _____

Mayores de edad e identificados como aparece en sus firmas y manifestaron:

- Su voluntad de asociarse y constituirse en una empresa asociativa de trabajo.
- Que para tal efecto adoptarán los correspondientes estatutos, observando plenamente las disposiciones de la Ley 10 de 1.991, el Decreto 1100 de 1.992 y en lo pertinente las normas del Derecho Comercial.
- Que se hace necesario conformar la junta de asociados fundadores que estará integrada _____ por _____

- Que se hace necesario elegir al Director Ejecutivo de la empresa quien será: _____, para que como primera función adelante los trámites de obtención de la personería jurídica ante la Cámara de Comercio de _____ y dentro de los quince (15) días posteriores a la inscripción en el Registro Mercantil, adelante el trámite de registro de la personería Jurídica ante el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Que igualmente se hace necesario elegir al tesorero de la empresa quien será: _____ y cumplirá las funciones que le asignen los estatutos.

No siendo el objeto de la presente, se levanta la sección, se elabora esta acta y se firma como señal de aceptación por todos los asistentes.

C.C. de

C.C. de

ANEXO B

ESTATUTOS EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO.

Comparecieron (X Y Z) Mayores de edad, domiciliados en esta ciudad, de nacionalidad Colombianos, identificados como aparecen al pie de sus firmas y manifestaron que han resuelto constituir una empresa asociativa de trabajo que se regirá por los siguientes estatutos y en lo no previsto en ellos, por las normas que regulan la materia:

ARTICULO 1º. Razón Social: La empresa se denominara (_____) Empresa Asociativa de Trabajo.

ARTICULO 2º. Domicilio: El domicilio principal de esta empresa será la ciudad de _____ y podrá establecer sucursales o agencias en los términos de la Ley.

ARTICULO 3º Duración: La Empresa tendrá una duración de _____ años, contados a partir de la fecha del presente documento.

ARTICULO 4º Objeto Social: El objeto de la empresa será: _____

_____.

ARTICULO 5º. Aportes: El aporte total de la empresa asociativa de trabajo es la suma de \$ _____, compuesta por los siguientes aportes individuales:

ARTICULO 6º Dirección: La dirección y administración de la Empresa Asociativa de Trabajo, corresponde a la Junta de asociados y al Director Ejecutivo.

ARTICULO 7º. Junta de Asociados: La junta de Asociados será la suprema autoridad de la Empresa Asociativa de Trabajo. Estará compuesta por los socios fundadores y los que ingresen posteriormente y se hallen debidamente inscritos en el registro de miembros.

ARTICULO 8º. Funciones: Son funciones de la Junta de Asociados:

- a) Elegir al Director de la Empresa;
- b) Determinar los planes y operaciones de la misma;
- c) Estudiar, modificar, aprobar o improbar los estados económicos y financieros de la empresa;
- d) Determinar las reservas estatutarias u ocasionales;
- e) Reformar los estatutos cuando se necesario;
- f) Elegir un tesorero;
- g) Vigilar el cumplimiento de las funciones del Director;
- h) Evaluar el aporte de los miembros y determinar su remuneración al momento del ingreso, retiro y al efectuarse las revisiones previstas en el artículo 4º de la ley;
- y) Decidir la aceptación y retiro de los miembros;
- j) Las demás que de acuerdo con la ley sean necesarias para el funcionamiento de la empresa.

ARTICULO 9º Representante legal: La empresa tendrá un representante legal que será el Director Ejecutivo quien ejercerá las siguientes funciones:

- a) Realizar las operaciones y celebrar los contratos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa, obteniendo la autorización previa de la junta de asociados cuando la cuantía exceda de \$_____al momento de la operación.
- b) Ordenar los gastos y pagos, y firmar conjuntamente con el tesorero los cheques y cuentas de ahorro de la empresa;
- c) Ser ejecutor de las decisiones que adopte la junta de asociados;
- d) Convocar a la junta de asociados cuando lo ordenen los estatutos y las circunstancias en forma extraordinaria;
- e) Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa y constituir los apoderados cuando halla lugar;
- f) Elaborar anualmente para el balance general y al final de su gestión, un informe a la junta de asociados sobre las labores desarrolladas, el estado y el resultado de los mismos;
- g) las demás que de acuerdo con la ley comercial, los estatutos o las actividades de la empresa le asigne la junta de asociados.

ARTICULO 10º Tesorero: La responsabilidad del manejo económico contable y financiero, en relación con el patrimonio y el capital social de la empresa la tendrá un tesorero que ejercerá las siguientes funciones:

- a) Recaudar las rentas e ingresos de la empresa y llevar en forma detallada un control obre los mismos;
- b) Atender oportunamente el pago de las obligaciones de la empresa según informe del Director Ejecutivo;

c) Firmar conjuntamente con el Director Ejecutivo los cheques y cuentas de ahorro de la empresa;

d) Llevar ordenadamente y observando todas las exigencias legales, los libros y la contabilidad de la empresa;

e) Las demás que de acuerdo con la ley comercial, los estatutos o las actividades de la empresa le asigne la junta de asociados.

ARTICULO 11º Reuniones: La junta de asociados deberá reunirse por lo menos una vez cada sesenta (60) días; en la fecha , hora y lugar que determine el director de la empresa ; o en forma extraordinaria cuando las circunstancias lo exijan:

ARTICULO 12º Quórum: El quórum deliberatorio se integrará con la presencias de la mayoría de los socios. El quórum decisorio se tomará por mayoría de los votos de la empresa.

PARAGRAFO: Para efectos del quórum decisorio sólo se tendrán en cuenta los votos correspondientes a los aportes laborales y laborales adicionales de cada asociado.

ARTICULO 13º Reservas: La empresa asociativa de trabajo elaborará al 31 de diciembre de cada año el estado de ingresos, gastos y el balance general. Del excedente liquido se constituirán sin perjuicio de las estatutarias u ocasionales, las siguientes reservas:

a) Como mínimo el 20 % con destino a preservar la estabilidad económica de la empresa, hasta completar el 50 % del capital;

b) Una reserva para la seguridad social de los asociados equivalente al 10 % de las utilidades liquidas del respectivo ejercicio.

ARTICULO 14 ° Exenciones: Las utilidades provenientes de los aportes laborales y laborales adicionales, estarán exentas del pago de renta y complementarios en una proporción igual al 50% .

ARTICULO 15 ° Disolución: Son causales de disolución de las empresas asociativas de trabajo:

a) La reducción del número mínimo de miembros;

b) Por sentencia judicial;

c) Las contempladas en el artículo 218 del Código de Comercio.

ARTICULO 16 ° Liquidación: Disuelta la empresa asociativa de trabajo se procederá a su liquidación , para lo cual se seguirá el trámite indicado en el artículo 11 del Decreto 1100 de 1.992.

ARTICULO 17 ° Responsabilidad: La responsabilidad de los es de carácter solidario e ilimitado.

ARTICULO 18 ° Conciliación y arbitramento: Toda controversia o diferencia relativa a este contrato, a su ejercicio o liquidación, se someterá a conciliación entre las partes en litigio; para ello, recurrirán al centro de arbitraje y conciliación de la Cámara de Comercio del domicilio social. En el evento de no llegarse a un acuerdo, la controversia se someterá a arbitramento, cuyo árbitro o árbitros, según la cuantía, serán designados por la Cámara del lugar.

Ese tribunal se regirá por lo previsto en el decreto 227/89, Ley 23 y Decreto 265/91 y demás disposiciones que las modifiquen, adiciones o complementen.

Leídos los presentes estatutos, fueron aceptados en forma unánime por todos y cada uno de los asociados, por lo cual los firman en la ciudad de _____, departamento de Antioquía, a los _____ días del mes de _____ de 1.99__.

ANEXO C

MODELO DE REGLAMENTO DE UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO.

En la ciudad de _____, Departamento de Antioquía, el ____ de _____ de 1.99__, se reunieron: _____

_____,
identificados como aparece al pie de sus firmas y manifestaron los siguientes reglamentos:

- 1-. El periodo del Director Ejecutivo, El tesorero y la Secretaría será de un año, a partir del momento en que sena nombrados y con posibilidades de ser reelegidos.
- 2-. La liquidación de utilidades se hará de acuerdo con los aportes en la primera quincena de diciembre de cada año.
- 3-. Cuando se retire un asociado lo hará por solicitud escrita, ante la Junta de Asociados .
- 4-. Para la liquidación del asociado se tendrá en cuenta:
 - a) Sus aportes.
 - b) Estado de pérdidas y ganancias del trimestre.
 - c) Corte proporcional a la fecha de retiro.
 - d) El pago de su liquidación se realizará, máximo, a los tres meses siguientes de se retiro.

5-. Causales de retiro:

a) La mala utilización del nombre de la Empresa.

b) La consecución y ejecución de contratos por fuera de la Empresa.

c) El socio que falta al 50 % de las reuniones que se programen en el año.

d) El incumplimiento de las cuotas (hasta un 50 %) y tareas asignadas por los asociados.

6-. El asociado que consiga un contrato par al empresa, tendrá un aporte del 10 % de las utilidades del mismo y se le pagaran en el momento en que se liquide el contrato respectivo.

7-. Para el manejo de administración de los contratos adquiridos por la Empresa se asignará un asociado mediante el sorteo de boletas, las cuales tienen un número asignado al pie de las firmas. En cada sorteo sólo participarán aquellos que no hayan sido favorecidos en los contratos anteriores. El socio se hará en forma rotativa.

La forma de pago al asociado favorecido será del 20 % de las utilidades del mismo y se le pagarán en el momento en que se liquide el contrato. También se podrán pagar de acuerdo al anticipo y alas actas parciales de pago.

No siendo otro el objeto de la presente, se levanta la sección, se elabora esta acta y se firma en señal de aceptación por todos los asistentes.

C.C.

De.....

ANEXO D

LEY 10 DE 1991

Por lo cual se regulan las Empresas Asociativas de Trabajo.
El Congreso de la República de Colombia

DECRETA

CAPITULO 1

Régimen Asociativo

ARTICULO 1o. Las Empresas Asociativas de Trabajo serán organizaciones económicas productivas, cuyos asociados aportan su capacidad laboral, por tiempo indefinido y algunos además entregan al servicio de la organización una tecnología o destreza, u otros activos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

ARTICULO 2o. Las Empresas reguladas por esta ley, y que se constituyan con arreglo a sus disposiciones, serán las únicas autorizadas para usar la denominación de Empresas Asociativas de Trabajo y para acogerse a los beneficios otorgados por éstas.

ARTICULO 3o. Las Empresas Asociativas de Trabajo tendrán como objetivo la producción, comercialización y distribución de bienes básicos de consumo familiar o la prestación de servicios individuales o conjuntos de sus miembros.

ARTICULO 4o. Los aportes de carácter laboral que haga cada uno de los asociados serán evaluados por la Junta de Asociados por períodos semestrales, asignando una calificación al desempeño y a la dedicación.

En el caso de que haya aportes adicionales en tecnología o destreza, la calificación se hará teniendo en cuenta su significado para la productividad de la empresa.

La redistribución de éstos aportes adicionales, en ningún caso podrá ser superior a la cuarta parte de lo que se asigne a la totalidad de los aportes de carácter laboral.

Los asociados tienen una relación de carácter típicamente comercial con las Empresas Asociativas de Trabajo. Por tanto, los aportes de carácter laboral no se rigen por las disposiciones del Código Sustantivo de Trabajo, sino por las normas del Derecho Comercial.

ARTICULO 5o. La Personería Jurídica de las Empresas Asociativas será reconocida desde su inscripción en la Cámara de Comercio, siempre que se acredite el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a) Presentación del acta de constitución.
- b) Adopción de los estatutos
- c) Que la empresa asociativa sea integrada por un número no inferior a tres (3) miembros fundadores.

PARÁGRAFO. El Director Provisional, designado por los miembros de la empresa, tendrá a su cargo la presentación de la solicitud de reconocimiento de la personería jurídica.

CAPITULO II

De la Dirección

ARTICULO 6o La Junta de Asociados será la suprema autoridad de la Empresa Asociativa de Trabajo. Sus resoluciones serán obligatorias para los miembros, siempre que se adopten de conformidad con los estatutos y normas reglamentarias.

La Junta de Asociados deberá reunirse por lo menos una vez cada sesenta días en la fecha, hora y lugar que determine la Dirección de la empresa con el fin de revisar las actividades desarrolladas y diseñar los objetivos a alcanzar durante el siguiente período.

ARTICULO 7o. Serán miembros de la Junta de Asociados los fundadores y los que ingresen posteriormente debidamente registrados en el registro de miembros.

En el caso de existir las dos clases de asociados, de aportes laborales y laborales adicionales, ambas estarán representadas proporcionalmente sus aportes, en los órganos administradores de la Empresa Asociativa de Trabajo.

ARTICULO 8o. La Junta de Asociados tendrá las siguientes funciones:

- a) Elegir al Director de la empresa de acuerdo con lo señalado en los estatutos;
- b) Determinar los planes y operaciones de la empresa asociativa;
- c) Estudiar, modificar, aprobar o improbar los estados económicos financieros de la empresa;
- d) Determinar la constitución de reservas para preservar la de la empresa;
- e) Reformar los estatutos cuando sea necesario;
- f) Elegir un tesorero de la empresa;
- g) Vigilar el cumplimiento de las funciones del Director de la empresa;
- h) Evaluar los aportes de los miembros y determinar su remuneración al momento ingreso, retiro y efectuarse las revisiones previstas en el artículo cuarto de la presente ley;
- j) Decidir la aceptación y el retiro de los miembros.

ARTICULO 9o Por regla general el quórum deliberatorio se integrará con la presencia de la mayoría de los socios, pero las decisiones sólo se tomarán por la mayoría de los votos de la empresa.

ARTICULO 10o. El Director Ejecutivo será el representante legal de la empresa y tendrá a su cargo las funciones que en los estatutos determine la Junta de Asociados.

CAPITULO III

Del Patrimonio y las utilidades

ARTICULO 11o. El patrimonio de las empresas asociativas de trabajo estará compuesto de la siguiente forma:

a) Las reservas que se constituyan a fin de preservar la estabilidad económica de la empresa.

b) Los auxilios y donaciones recibidos.

.

PARÁGRAFO En los casos de liquidación de las empresas asociativas, la parte del patrimonio que esté constituido por auxilios y donaciones, deberá revertir al Estado a través del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.

ARTICULO 12o. El producido neto, es decir, la diferencia entre el valor de venta de la producción y el costo de los insumos materiales, deberá distribuirse entre todos los asociados en proporción a su aporte, previa deducción del pago de impuestos, contribuciones de seguridad social, intereses arrendamientos, reservas que ordenen los estatutos y contribuciones a las organizaciones de segundo grado a que se encuentre afiliada, en los períodos en que estatutariamente se determine.

ARTICULO 13o. Cualquiera de los miembros de una Empresa Asociativa de Trabajo podrá colocar activos, bienes o equipos en préstamo o arrendamiento a la misma, en las condiciones que determine el Gobierno Nacional.

CAPITULO IV

Régimen tributario y de crédito

ARTICULO 14o. Las utilidades de los miembros de una Empresa Asociativa de Trabajo, provenientes de sus aportes laborales adicionales, estarán exentos del pago del impuesto a la renta y complementarios en una proporción igual al 50% sin perjuicio de que se apliquen normas generales de carácter tributario más favorables.

ARTICULO 15o. Los rendimientos e ingresos de los miembros de una Empresa Asociativa de Trabajo por conceptos de que trata el artículo 13 de esta ley, estarán exentos del pago del impuesto a la renta y complementarios en una proporción del 35% sin perjuicio de que se apliquen normas generales de carácter tributario más favorables.

ARTICULO 16o. Las Empresas Asociativas de Trabajo estarán exentas de los impuestos de renta y complementarios y de patrimonio.

ARTICULO. 17o Las Empresas Asociativas de Trabajo que desarrollan su actividad en sectores de interés preferente por el Ministerio de Hacienda, podrán tener acceso a las líneas de crédito que determine ese mismo ministerio.

CAPITULO V

Disposiciones varias

ARTICULO 18o. Las Empresas Asociativas de Trabajo de disolverán por sentencia judicial o por reducción del número mínimo de miembros.

ARTICULO 19o. Las Empresas Asociativas de Trabajo deberán organizarse en agrupaciones de segundo grado, con el objeto de asumir la defensa de sus intereses, representar a sus afiliados ante las autoridades y terceros y ejercer control y vigilancia sobre sus miembros.

ARTICULO 20o. Las personas que se asocien de conformidad con lo dispuesto en la presente ley, tendrán derecho a afiliarse al Instituto de Seguros Sociales con arreglo a lo dispuesto por el Gobierno Nacional, en la condición de trabajadores por cuenta propia.

ARTICULO 21o. El Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, conforme a la reglamentación que expida el Gobierno Nacional, promoverá la organización de Empresas Asociativas de Trabajo y dará el apoyo administrativo y técnico necesario a través de la capacitación y transferencia de tecnología, para el desarrollo de las actividades de dichas empresas.

ARTICULO 22o. Las entidades oficiales facilitarán el acceso a los recursos para adquirir y mejorar maquinaria, herramientas y equipos para estimular la productividad de las Empresas Asociativas de Trabajo.

ARTICULO 23o. El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social creará un sistema de información sobre mercadeo y bienes y servicios y apoyará la gestión de empleo de las Empresas Asociativas de trabajo

ARTICULO 24o. El Gobierno Nacional reglamentará los términos y condiciones de naturaleza financiera, operativa y de personal para la calificación y determinación de las empresas asociativas. Así mismo, los mecanismos para la vigilancia y control de los mismos.

PARÁGRAFO. La reglamentación de que trata este artículo deberá tener en cuenta:

- a) El número máximo de socios;
- b) La naturaleza de la actividad productiva y comercial, y .la modalidad y clases de servicio que presten;
- c) El límite de la reserva, del patrimonio y del aporte individual a la empresa, según la actividad económica que desarrollan;

- d) La determinación de las faltas que ocasionan sanciones;
- e) Las sanciones y las causas que originan la imposición de cada una de ellas;
- f) Los procedimientos para la aplicación del régimen de vigilancia y control.

ARTICULO 25o. Corresponde al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social la vigilancia y control de las empresas de que trata la presente ley.

El Director Ejecutivo de las Empresas Asociativas deberá remitir al Ministerio de Trabajo, dentro de los quince (15) días siguientes, copia auténtica del Acta de Constitución, de los Estatutos y del Acto de reconocimiento de Personería Jurídica, con el fin de que se efectúe el registro correspondiente.

ARTICULO 26o. Las Empresas Asociativas de Trabajo no podrán ejercer funciones de intermediación, ni ejercer como patrono.

la contravención a lo dispuesto en éste artículo, a juicio del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, es causal de cancelación de la personería jurídica.

ARTICULO 27o. Todo lo previsto en la presente ley se regirá por las normas del Código de Comercio y demás disposiciones complementarias.

ARTICULO 28o. La presente ley rige a partir de la fecha de su publicación.

El Presidente del Honorable Senado de la República, Aurelio Iragorri Hormoza; el Presidente de la honorable Cámara de representantes, Hernan Berdugo Verdugo; el Secretario del Honorable Senado de la República, Crispín Villazón de Armas; el secretario General de la Honorable Cámara de Representantes, Silverio Salcedo Mosquera.

REPÚBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL.

Publíquese y ejecútese.

Dado en Bogotá, D. E., a 21 de enero de 1991

CESAR GAVIRIA TRUJILLO

El Ministro de Hacienda y Crédito Público.

Rudolf Hommes Rodríguez

El Ministro de Trabajo y Seguridad Social.

Francisco Posada de la Peña

ANEXO E

DECRETO NUMERO 1100 DE 1992

(Julio 1o)

Por el cual se reglamente la Ley 10 de 1991

El presidente de la República de Colombia, en ejercicio de las facultades que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución política y el artículo 24 de la ley 10 de 1991

DECRETA:

ARTICULO 1o. **Alcance.** Se entiende por producción de bienes básicos de consumo familiar, el proceso de aplicación del trabajo en la transformación de los recursos naturales, insumos, productos semielaborados y en elaboración, en cualquier rama de la actividad económica, para generar bienes destinados a la satisfacción de las necesidades del núcleo familiar o individual.

Por servicio se entiende toda actividad humana manual, técnica, tecnológica, profesional y científica encaminada a la producción, comercialización y distribución de los bienes de consumo familiar y a la prestación del esfuerzo individual o asociativo para facilitar el bienestar de la sociedad.

ARTÍCULO 2o. **NÚMERO DE SOCIOS.** Las Empresas Asociativas de Trabajo se integrarán con un número no inferior a tres (3) miembros y no mayor de diez (10) asociados con la producción de bienes. Cuando se trate de empresas de servicios, el número máximo será de veinte (20), que estarán representados en dichas empresas, de acuerdo con el monto de su aporte laboral y adicionalmente en especie o bienes.

ARTÍCULO 3o. **RAZÓN SOCIAL.** La razón social deberá ir acompañada de la denominación de “Empresa Asociativa de Trabajo”, la cual es exclusiva de este tipo de empresas.

ARTÍCULO 4o. **PERSONERÍA JURÍDICA.** Toda Empresa Asociativa de Trabajo deberá inscribirse en la Cámara de Comercio de su domicilio. Al efecto, deberá acreditar los requerimientos señalados en la ley 10 de 1.991, a partir de esta inscripción tendrá personería jurídica.

ARTÍCULO 5o. **REGISTRO.** La personería jurídica de la Empresa Asociativa de Trabajo será registrada en el Ministerio de Trabajo y Seguridad social, Subdirección de Trabajo Asociativo e Informal, con la presentación del certificado de existencia y representación expedido por la Cámara de Comercio y copias auténticas del acta de constitución y de los estatutos.

El número de la personería jurídica será el mismo de la inscripción en la Cámara de Comercio.

PARÁGRAFO. Las dependencias del ministerio de Trabajo y seguridad Social podrán recibir la documentación relacionada con las solicitudes de registro de las Empresas Asociativas de Trabajo, previo cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5o de la Ley 10 de 1.991, y remitirla dentro de los dos(2) días hábiles siguientes a la Subdirección de Trabajo Asociativo e Informal para efectos de registro control y vigilancia.

ARTÍCULO 6o **APORTES.** En las Empresas Asociativas de Trabajo, los aportes que se llevaran en registro separado para cada asociado, pueden ser:

a) **LABORALES.** Serán constituidos por la fuerza de trabajo personal, actitudes y experiencia, que serán evaluadas semestralmente y aprobadas por la Junta de Asociados, por mayoría absoluta. Para la evaluación se asignará a cada uno de los factores el valor correspondiente, representado en cuotas.

Ningún asociado podrá tener más del (40%) de los aportes laborales.

El Ministerio de Trabajo podrá solicitar a la Empresa Asociativa de Trabajo, revaluar los aportes cuando estos hallan sido sobrevalorados.

Para efecto, podrá solicitar la intervención de peritos expertos en la respectiva.

b) Laborales adicionales. Están constituidas por la tecnología, propiedad intelectual o industrial registrada a nombre del aportante.

Estos aportes no podrán exceder del veinticinco por ciento (25%) del total de los aportes de carácter laboral;

c) En activos. Están constituidos por los bienes muebles o inmuebles que los miembros aporten a la empresa asociativa. Estos activos deben ser diferentes de aquellos entregados en arrendamiento;

d) En dinero. Los asociados podrán hacer aportes en dinero, cuyo registro se llevará en cuenta especial para cada asociado.

Las condiciones de los aportes en dinero se establecerán en los estatutos que aprueba la Junta de asociados y serán utilizados preferentemente para capital de trabajo de la Empresa Asociativa de Trabajo.

ARTICULO 70. Arrendamiento de bienes. Los asociados podrán dar a la Empresa Asociativa de Trabajo, a título de arrendamiento, bienes muebles o inmuebles en las condiciones establecidas en contrato comercial escrito, el cual debe ser aprobado por la junta de asociados y especificar los bienes, forma de uso, término, valor y condiciones de pago.

ARTÍCULO 8o. Reservas. Las empresas asociativas de trabajo elaboran a 31 de diciembre de cada año el estado de ingresos y gastos y el balance general. Del excedente liquido se constituirán, sin perjuicio de otras reservas acordadas, las siguientes reservas mínimas:

a) Reserva del veinte por ciento(20%) con destino a preservar la estabilidad económica de la empresa. Este porcentaje deberá apropiarse en cada ejercicio hasta completar una reserva equivalente al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

b) Cuando la empresa de trabajo asociativo establezca reserva para la seguridad social de los asociados , esta no podrá ser superior al 10% de las utilidades líquidas del respectivo ejercicio.

PARÁGRAFO. Si durante el primer ejercicio se registran pérdidas operacionales, éstas se castigarán contra la reserva mencionada en el literal a) de este artículo; y en el ejercicio siguiente, antes de efectuar la distribución del excedente líquido, la reserva disminuida deberá ser incrementada hasta recuperar el monto de la pérdida ocurrida en el precedente.

ARTÍCULO 9o. **Utilidad líquida.** El excedente líquido a distribuir entre los asociados en proporción a sus aportes, está conformado por la diferencia entre el valor de las ventas y los costos respectivos, menos el valor de los impuestos, contribuciones de seguridad social, intereses, gastos de administración, contribuciones a los organismos de segundo grado a que esté afiliada la empresa y las reservas.

ARTÍCULO 10o. **Disolución.** Son causales de disolución de las Empresas Asociativas de Trabajo:

a) Las previstas en el artículo 18 de la Ley 10 de 1.991;

b) Las contempladas en el artículo 218 del Código de Comercio.

ARTÍCULO 11. **Liquidación.** Disuelta la Empresa Asociativa de Trabajo, se hará un inventario detallado de los activos, pasivos y patrimonio y se elaborará un balance general. Luego se procederá en primer lugar al pago de los pasivos, en segundo término se destinará la partida o partidas necesarias para cubrir los gastos de liquidación, el remanente, si lo hubiere, se distribuirá entre los asociados en proporción a sus aportes.

PARÁGRAFO 1o. El monto representado en auxilios y donaciones deberá ser entregado al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11 de la Ley 10 de 1,991.

PARÁGRAFO 2o. Copia del acta de liquidación debidamente aprobada, se registrará en la Cámara de Comercio del domicilio social.

ARTÍCULO 12. **Régimen tributario.** Las Empresas Asociativas de Trabajo, legalmente constituidas que cumplan las exigencias de las disposiciones tributarias y demás normas a que se refiere el presente Decreto, estarán exentas de los impuestos de renta y complementarios.

Igualmente estarán exentas de los mismos impuestos:

a) Participaciones. El cincuenta por ciento (50%) del valor de las participaciones de los asociados, provenientes de los aportes laborales y los aportes laborales adiciones, sin perjuicio de que se apliquen normas generales de carácter tributario más favorables;

b) Arrendamientos. El treinta y cinco por ciento (35%) del valor de los cánones de los bienes dados en arrendamiento.

ARTÍCULO 13. **Avances.** Cuando de conformidad con sus estatutos, la Empresa Asociativa de Trabajo, realice avances en dinero o especie a sus miembros, los cuales serán determinados por la Junta de Asociados, deberán deducirse de las participaciones correspondientes a cada asociado a la fecha del cierre del ejercicio, las sumas entregadas en esta calidad.

ARTÍCULO 14. **Nombramientos y reformas.** Todo nombramiento y reforma de estatutos de la empresa asociativa de trabajo, deben ser registrados en la Cámara de Comercio del domicilio social.

ARTÍCULO 15. **Responsabilidad.** De acuerdo con lo previsto en el artículo 4o. de la Ley 10 de 1,991, en materia de responsabilidad se aplicarán las normas de sociedades de personas previstas en el Código de Comercio.

ARTÍCULO 16. **Capacitación.** El servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, dará capacitación, asistencia técnica u consultoría en aspectos organizativos de gestión empresarial y tecnología, para el efecto, adelantará entre otras las siguientes actividades:

1a. Adaptar y transferir los avances tecnológicos apropiados al medio en quese desarrollan las Empresas Asociativas de Trabajo, mediante acción coordinada con las entidades públicas y privadas.

2a. Diseñar y desarrollar los programas de capacitación informática aplicada, que respondan a las necesidades de estas unidades de producción.

3a. Participar en las actualizaciones de sistema de mercadeo de bienes y Servicios de que trata el artículo 21 del presente Decreto.

4a. Garantizar el acceso de las Empresas Asociativas de Trabajo a los talleres, laboratorios, centros de trabajo tecnológico, centros de documentación, bibliotecas y demás infraestructura institucional para facilitar la solución oportuna de los problemas tecnológicos relacionados con las actividades de formación profesional.

5a. Asesorar a las Empresas Asociativas de Trabajo en la contratación con empresas a nivel formal.

6a. Formular proyectos para la reclasificación de mano de obra que comprenda los subsectores económicos reestructurados por el programa de formación económica.

7a. Coordinar acciones con la División de Gestión de Empleo del SENA, que permitan promocionar la formación y consolidación de las Empresas Asociativas de Trabajo.

8a. Promover y orientar la utilización racional de los recursos de las Empresas Asociativas de Trabajo.

PARÁGRAFO. Se entiende por:

Capacitación. El conjunto de actividades orientadas a entregar conocimientos, desarrollar habilidades, destrezas y estimular actividades positivas en los socios de las Empresas Asociativas de trabajo o bien, en personas interesadas en constituir una de estas organizaciones económicas.

Asesoría. Las acciones orientadas a facilitar la aplicación de conceptos, procesos, mecanismos e instrumentos socioempresariales mediante el acompañamiento a los asociados en sus puestos de trabajo.

Asistencia técnica. Las actividades dirigidas a solucionar problemas durante el proceso de gestación o de producción.

ARTÍCULO 17. **Plan operativo.** para los efectos de capacitación, asesoría, asistencia técnica y consultoría, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, presentará anualmente un plan operativo de apoyo a las empresas Asociativas de Trabajo, lo mismo que informes de evaluación y seguimiento anual al Ministerio de Trabajo y seguridad Social.

ARTÍCULO 18. **Apoyo en capacitación por otras entidades.** Sin perjuicio de la capacitación que prestará el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, ésta podrá ser ofrecida por organismos no gubernamentales, fundaciones, universidades y otros centros de formación o educativos.

Para efectos de desarrollar una actividad coordinada en materia de capacitación, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social integrará comités con la participación del SENA y las referidas instituciones, que contribuirán a la formación, creación y fortalecimiento de las Empresas Asociativas de Trabajo.

ARTÍCULO 19. **Promoción.** El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, en coordinación con entidades y organismos públicos y privados, apoyará y promoverá el desarrollo de Empresas Asociativas de Trabajo.

ARTÍCULO 20. **Crédito y financiación.** De conformidad con el artículo 22 de la Ley 10 de 1.991, las Empresas Asociativas de Trabajo tendrán derecho a participar en la línea de crédito, BID, que para el apoyo de formas asociativas de producción y/o servicios, coordina el Departamento Nacional de Planeación, a través del plan nacional de desarrollo de la microempresa.

Para tal efecto, el Departamento Nacional de Planeación, determinará las condiciones, plazos y cuantías de los créditos asignados a las Empresas Asociativas de Trabajo.

PARÁGRAFO. Sin perjuicio de lo estipulado en el párrafo precedente, las entidades oficiales de crédito podrán facilitar el acceso de estas empresas a las líneas de crédito y financiación que se creen para tal fin.

ARTÍCULO 21. **Sistema de información.** El ministerio de Trabajo y Seguridad social, por medio de la Subdirección de Trabajo Asociativo e Informal, creará un sistema de información sobre el mercado de bienes y servicios de que trata el artículo 1o del presente decreto, formalizando acciones con entidades competes que puedan aportar información básica para apoyar el objetivo de las Empresas Asociativas de Trabajo.

ARTÍCULO 22. **Vigilancia y Control.** El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, representado en la Subdirección de Trabajo Asociativo e Informal, a través de las Direcciones Regionales de Trabajo y seguridad Social, vigilará que las Empresas Asociativas de Trabajo cumplan con las disposiciones de la Ley 10 de 1,991, las normas del presente decreto y los respectivos estatutos.

ARTÍCULO 23. **Prohibiciones.** Además de las señaladas en la Ley 10 de 1.991 y los respectivos estatutos, las Empresas Asociativas de Trabajo no podrán:

a) Realizar actividades diferentes de las de su objeto social;

b) Ejercer funciones de intermediación o de empleador;

c) Dejar de establecer las reservas previstas por la junta directiva y el artículo 8o; literales a) y b) del presente decreto.

PARÁGRAFO. La función de intermediación descrita en el artículo 26 de la Ley 10 de 1,991 y en el literal b) del presente artículo, hace referencia a la intermediación laboral o de empleo, entendiéndose por ésta la función de vínculo entre empleador y trabajador; ejercida por un tercero para la obtención de un puesto de trabajo.

ARTÍCULO 24. **Sanciones.** El cumplimiento a lo estipulado en los literales a) y b) del artículo anterior, dará lugar a que el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, a través de la Subdirección de Trabajo Asociativo e Informal solicite a la Cámara de Comercio del domicilio, la cancelación de la inscripción en el respectivo registro, previa disolución que ordenará el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, mediante acto administrativo en el cual se indicará un plazo no inferior a dos (2) meses, contados a partir de la ejecutoria de la providencia, para efectuar la correspondiente liquidación, acto contra el cual procederán los recursos previstos en el artículo 50 del Código Contencioso Administrativo.

ARTÍCULO 25. **Aplicación de la sanciones.** Las sanciones a que haya lugar, serán impuestas por la Subdirección de Trabajo Asociativo e Informal, a través de las Divisiones o Secciones de Inspección y Vigilancia de las Direcciones Regionales de Trabajo y Seguridad Social, mediante resolución motivada contra la cual proceden los recursos previstos en el Decreto 01 de 1.984 (Código Contencioso Administrativo).

Ejecutoriadas las sanciones se comunicará a la Cámara de Comercio del respectivo domicilio y a los organismos de crédito, para lo cual enviará copia del acto mediante el cual se impuso la sanción.

ARTÍCULO 26. Vigencia. El presente Decreto rige a partir de la fecha de su publicación.

publíquese y cúmplase.

Dado en Santafé de Bogotá D. C. el 1o. de julio de 1,992.

CESAR GAVIRIA TRUJILLO.

El Ministro de Hacienda y Crédito Público,

Rudolf Hommes Rodríguez.

El Ministro de Trabajo y Seguridad Social,

Francisco Posada de la Peña.

ANALISIS DEL MARCO NORMATIVO DE LAS EAT

Es conveniente aclarar que desde antes de la llegada de los españoles a América, con nuestros primeros pobladores, existía la propiedad colectiva de la tierra, el **trabajo** colectivo, entre otros, pero no se puede decir del surgimiento del cooperativismo, pues, los indígenas no tenían la noción de la propiedad privada. En el siguiente cuadro se puede observar el desarrollo histórico de las formas **asociativas** solidarias.

PERIODOS	ETAPA	HECHOS	IMPULSORES
Antecedentes		Surgimiento y expansión del cooperativismo en Europa 1844	Misioneros de la Iglesia Católica
		Surgimiento de las ideas cooperativas en Colombia	Dirigentes políticos
Nacimiento del cooperativismo	1931 - 1960	1. Promulgación de la Ley 134 de 1931 que establece las bases para la creación de las cooperativas	gobernantes Iglesia Católica.
		2. Expedición del decreto 849 de 1932 para el fomento cooperativo.	Lideres sindicales
		3. Creación de la Superintendencia de Cooperativas, mediante decreto 1339 de 1932 y reglamentada la Ley 134 de 1931.	Lideres políticos y representantes el gobierno.
Crecimiento y expansión	1960-1995 consolidación	Expedición de la Ley 115 de 1959, enseñanza del cooperativismo en todos los grados de la educación.	Iglesia católica.
		1. Integración nacional del cooperativismo.	
		2. Organización de UCONAL, fundada en 1959.	Cooperativas. Sindicatos. Gobierno.
		3. Se Fundaron las siguientes entidades:	
		. Asociación Colombiana de Cooperativas, ASCOOP, 1960.	
		. Central Cooperativa de Crédito y Desarrollo Social, COOPDESARROLLO, 1963	
		. Central Cooperativa de Promoción Social, COOPCENTRAL, 1964.	
		. Central de Cooperativas Agrarias del Occidente, CENCOA, 1967.	
		. Central de Cooperativas de la Reforma Agraria, CECORA, 1968.	
		. Instituto Nacional de Desarrollo y Financiamiento Cooperativo, FINANCIACOOP.	
Reestructuración	1996 - 2004	1. Expedición de las Leyes 454 de 1998, 510 de 1999, 550 de 1999, 759 del 2002,	Gobierno
		2. Decretos	Organizaciones cooperativas
		3. Liquidación de algunas cooperativas financieras,	
		4. Transformación de Dancoop en el Departamento	

Nacional de la Economía Solidaria, Creación de la Superintendencia de la Economía Solidaria y el Fondo de Fomento de la Economía Solidaria –FONES-, reestructura el Consejo Nacional de Economía Solidaria –CONES-.

Fuente: UNIRCOOP. 1993.

Con la promulgación de la Ley 454 de 1998, se regula al sector de la de economía solidaria, se caracteriza y se da orden. En el siguiente cuadro se observa la clasificación del sector cooperativo, del sector solidario y del sector empresarial colombiano, desde lo normativo.

Clasificación del sector empresarial

		Cooperativas.
		Organismos de 2º y 3º grado.
	Sector cooperativo	Instituciones auxiliares del cooperativismo
		Precooperativas
Sector de la economía solidaria		Administraciones públicas cooperativas Fondos de empleados
	Otras organizaciones	Asociaciones mutuales
		Empresas solidarias de salud
		Empresas asociativas de trabajo
		Instituciones auxiliares de la economía solidaria
Comerciales privadas	Sociedades anónimas	
	Limitadas	
	En comandita simple y por acciones	
Civiles	Empresa unipersonal Corporaciones	
	Asociaciones	
Entidades públicas	Fundaciones Establecimientos públicos	
	Empresas industriales y comerciales del Estado	
	Sociedades de Economía Mixta	

2. La empresa de la forma asociativa solidaria.

Antes de definir el concepto de empresa es conveniente realizar una comparación entre la empresa asociativa y la capitalista, con el propósito de observar el contexto.

Diferencias entre el sistema capitalista y el esquema asociativo solidario

	Sistema capitalista	Esquema cooperativo
Propiedad	Privada	Colectiva
Poder	De carácter monetario (dinero)	De carácter social
Capital	Concentrado en pocas manos (capitalistas, accionistas)	Repartido equitativamente entre los asociados
Aplicación de la utilidad	Distribuida como ganancia entre los capitalistas	Distribuida entre los asociados y reinvertida para beneficios comunes
Organización industrial	Basada en la producción de bienes o servicios de forma que se maximice la ganancia.	Diseñada para producir bienes o servicios bajo una relación interpersonal y autosuficiencia.

El concepto de empresa como lo define la ciencia económica, hace referencia a la combinación de dos categorías económicas: el capital y el trabajo. Sin embargo si observamos la realidad de una empresa cualquiera distinguimos cinco factores principales: 1. la fuerza de trabajo, esto es, un conjunto de personas dotadas de las capacidades físicas e intelectuales necesarias para ejecutar una serie de actividades laborales; 2. la tecnología, o sea un conjunto de conocimientos e informaciones relativos al proceso y sistema técnicos de producción, comercialización, etc.; 3. los instrumentos y medios de trabajo, a saber, el conjunto de instalaciones y equipos necesarios para efectuar el proceso técnico; 4. La administración o factor gerencial, es decir, un sistema de coordinación y dirección de las funciones y actividades económicas; y 5. El factor financiero, constituido normalmente por una cierta cantidad de dinero o crédito, que permite contratar factores y establecer relaciones de intercambio en el mercado.

Estos cinco principales factores económicos son los elementos empíricamente dados que forman parte de la empresa, y se encuentran asociados más o menos directamente a personas o grupos de personas: trabajadores, técnicos y especialistas, propietarios, gerentes, financistas, entre otros. En efecto, capital y trabajo de algún modo integran al conjunto de los factores mencionados, sin identificarse con ninguno de ellos en particular.

Lo que hace el empresario capitalista al organizar y dirigir su empresa es, de hecho, considerar todos los factores y recursos como cantidades de capital que debe combinar en proporciones tales que le permitan reproducirlo y ampliarlo.

El trabajo es otra forma general en que se pueden presentar todos los factores económicos: la tecnología, en cuanto resultado de una actividad humana transformadora y en cuanto, conocimiento e información producidos y adquiridos con esfuerzo, es trabajo realizado; los medios de trabajo acumulado. El dinero y el capital en general equivalen a tiempo de trabajo y es también trabajo la administración y la actividad gerencial. Los trabajadores pueden considerar todos los factores y recursos económicos como resultado del trabajo social, como cantidades de trabajo realizado en el tiempo.

Capital y trabajo, siendo categorías económicas generales, están vinculadas a los respectivos factores económicos: el capital al dinero, el trabajo a la fuerza de trabajo. Se trata, en realidad, de factores que se han convertido en categorías, sé podría decir, se han universalizado.

La identificación de los distintos factores que forman parte de la unidad económica básica o empresa, y el reconocimiento de que no sólo el capital, sino que también los demás factores pueden convertirse en categorías económicas, es sólo el primer paso de una reformulación del concepto de empresa tal que incluya las formas no capitalistas de organización de la unidad económica.

El concepto ampliado de empresa permite identificar la esencia, estructura lógica particular de diversos tipos de empresa conforme al criterio de la categoría económica que las organiza: capital, trabajo, tecnología, consumo, ahorro, poder público, etc. La expresión empresa asociativa solidaria incluye más de una de estas formas, y desde este punto de vista permanece relativamente indeterminada.

Las empresas asociativas solidarias se distinguen ante todo por el hecho de estar constituidas, organizadas y dirigidas sobre la base de categorías económicas distintas del capital, y especialmente por aquellas del trabajo, el consumo, el ahorro, la tecnología y la administración. Se distinguen, con este criterio, diferentes tipos de cooperativas: las de trabajo asociado, las de consumo, de ahorro y crédito, de aportes y crédito, las multiactivas e integrales, entre otras.

El hecho de estar constituidas sobre la base de categorías económicas que son inseparables de las personas que las realizan confiere a las empresas asociativas un carácter personalizado, comunitario y solidario original. La titularidad de las empresas es de todos los que participan de sus actividades, la participación de los asociados en sus actividades es marcadamente personal en el sentido de que compromete más directa y globalmente la personalidad, y en todo caso la empresa no puede subsistir sin dicha participación en primera persona; el beneficio o utilidad de las actividades y operaciones emprendidas es solidario y tiene un carácter tendencialmente igualitario, o para ser más precisos, proporcional a la contribución personal de cada uno en la obra colectiva; los intereses de los miembros son homogéneos y comunes.

La empresa asociativa solidaria reúne los recursos económicos de los asociados para promover actividades que produzcan beneficios y servicios para el mejoramiento y superación de los cooperadores. De este modo de ser deriva aquella característica del cooperativismo, esto es, el ser un fenómeno conjuntamente económico, social, político y cultural, y el establecer entre estos niveles de acción relaciones íntimas originales.

A decir de Luis Razetto, los asociados de las empresas cooperativas, en cuanto personifican y representan una determinada categoría económica que se pone a la base de una unidad empresarial particular, establecen al interior de ésta relaciones definidas con los otros factores y categorías que son necesarios para el desenvolvimiento de las actividades productivas y comerciales que se han prefijado, es decir, organizan y administran determinadas cantidades de capital, trabajo, insumos, tecnología, información, etc., indispensable para obtener el producto o el servicio que introducen en el mercado. La unidad económica cooperativa de este modo constituida como una entidad compleja, establece luego relaciones de mercado con todas aquellas categorías económicas operantes en el mercado externo que de tal relación e intercambio pueden obtener algún beneficio económico o la satisfacción de ciertas necesidades.

Al organizar el conjunto de los factores que componen la empresa y al estimular en el mercado las transacciones con las demás categorías interesadas, los asociados se proponen que la suma algebraica de todas las entradas y salidas, es decir, el resultado de sus actividades y operaciones, constituya un valor positivo que compense al factor productivo que han invertido en la empresa y también el trabajo mismo de organizar la empresa, con los riesgos de gestión que comporta.

En su actividad económica la empresa asociativa se mueve fundamentalmente con el propósito de obtener la máxima valoración posible de la categoría económica que se pone a la base de la propia gestión, esto es, la valorización del trabajo si se trata de una cooperativa de trabajo asociado, la maximización del consumo posible a partir de los

recursos disponibles, si es una cooperativa de consumidores, la optimización del ahorro o la maximización del crédito si es una cooperativa de ahorradores o de aportes y crédito, etc., análogamente como las empresas capitalistas se proponen la valorización del capital.

Los excedentes (utilidad) cooperativos son expresados normalmente en términos monetarios, en dinero como medida de valor, pero ello no es esencial para que se cumpla efectivamente un beneficio económico. Si la categoría económica representada es el consumo, o sea si los asociados se organizan cooperativamente en cuanto consumidores, su beneficio o utilidad económica puede consistir en un menor costo de los productos y, en consecuencia, en un incremento cuantitativo de su capacidad de consumo; pero pueden obtener además una mejor calidad y genuinidad de los productos, un servicio constante y adecuado, etc. En el caso de las cooperativas de trabajo asociado puede ser un mayor ingreso o salario por el trabajo desarrollado, pero también la seguridad ocupacional, condiciones de trabajo más humanas y dignas. En las cooperativas de productores un ingreso superior por la venta de sus mercancías, pero también el hecho de disponer de un mercado garantizado para su producción, posibilidades de operaciones mayores y de economías de escala, etc. y en todos los casos la participación y el control de la gestión empresarial.

Como toda empresa económica la asociativa solidaria persigue unos excedentes, utilidad, ganancia o beneficio, y opera directamente por el interés de quienes la constituyen y de la categoría económica que representan. Por consiguiente, en su específica racionalidad también las empresas asociativas procuran retribuir lo menos posible las prestaciones de las otras categorías económicas con las que establecen relaciones de mercado.

La diferencia fundamental respecto a la empresa capitalista está en que la cooperación asociativa solidaria actúa siempre en beneficio de categorías económicas distintas del capital, contrastando en tal sentido y medida los intereses de este último. Ahí está el fundamento de sus potencialidades transformadoras, su carácter decididamente progresista, la dimensión social que las distingue: el ser actividades económicas que actúan en el mercado siempre en beneficio de grupos sociales cuyo puesto y función en la sociedad no está dada por la posesión de capitales, sino por la carencia de éste, y que precisamente por este motivo se encuentran subordinadas en una sociedad capitalista. Carencia de capitales, pero disposición de otros factores y recursos económicos útiles: la empresa cooperativa se funda en la decisión de organizar tales factores y de hacerlos participar en el mercado de modo autónomo y no subordinado al capital.

DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES

CONCEPTO 28807

10 de mayo de 2004

TEMA:

Impuesto sobre la Renta y Complementarios

DESCRIPTOR:

EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO

FUENTES FORMALES:

Ley 863 de 2003 Artículo 5

Estatuto Tributario Artículo 392

Decreto Reglamentario 260 de 2001 artículo 1 y 3

PROBLEMA JURIDICO:

Las empresas asociativas de trabajo se encuentran gravadas con el impuesto de renta y complementarios ?

TESIS JURIDICA:

A partir del año gravable 2004, todos los ingresos de las empresas asociativas de trabajo se encuentran gravados con el impuesto a la renta y complementarios y por ende sometidos a retención en la fuente de acuerdo con el concepto del pago o abono en cuenta.

INTERPRETACION JURIDICA:

El artículo 16 de la Ley 10 de 1991 señalaba que las empresas asociativas de trabajo estaban exentas del impuesto sobre la renta y complementarios .

El artículo 44 de la Ley 383 de 1997 determinó que en el caso de las empresas asociativas de trabajo y para efecto de los beneficios previstos en los artículos 14, 15 y 16 de la Ley 10 de 1991, se excluían de los mismos, las rentas provenientes del ejercicio de profesiones liberales y los servicios inherentes a las mismas.

El artículo 58 de la Ley 633 de 2000 modificó el artículo 16 de la Ley 10 de 1991 en el siguiente sentido:

“Las empresas asociativas de trabajo estarán exentas del impuesto sobre la renta y complementarios, siempre y cuando en el respectivo año o período gravable hayan obtenido ingresos brutos inferiores a cuatrocientos millones de pesos (\$ 400.000.000) (valor año base 2000), y su patrimonio bruto en el último día del año o período gravable no exceda de doscientos millones de pesos (\$ 200.000.000) (valor año base 2000). Para efecto de los beneficios previstos en este artículo, y los artículos 14 y 15 de esta misma Ley, se excluyen las rentas provenientes del ejercicio de profesiones liberales y los servicios inherentes a las mismas.

Los beneficios previstos en los artículos 14 y 15 de esta ley para las utilidades y rendimientos percibidos por los miembros de las empresas asociativas de trabajo, sólo procederán si esta empresa reúne los requisitos legales para estar exenta del impuesto sobre la renta y complementarios”. (resaltado fuera de texto)

El artículo 14 de la Ley 788 de 2000, adicionó al Estatuto Tributario el artículo 235-1 limitando las rentas exentas así:

“ART. 235-1.—Límite de las rentas exentas. Las rentas exentas de que tratan los artículos 211 parágrafo 4º, 209, 216, 217, 219, 221 y 222 del estatuto tributario; los artículos 14 a 16 de la Ley 10 de 1991, 58 de la Ley 633 de 2000 y 235 de la Ley 685 de 2001, están limitados en los porcentajes que se indican a continuación:

70% para el año gravable de 2003

50% para el año gravable de 2004

20% para el año gravable de 2005

0% para el año gravable de 2006". (resaltado fuera de texto)

Finalmente, el artículo 5 de la Ley 863 de 2003 modificó el artículo 235-1 del Estatuto Tributario en los siguientes términos:

“ART. 235-1.—Límite de las rentas exentas. **A partir del año gravable 2004**, las rentas de que tratan los artículos 211 parágrafo 4º, 209, 216, 217, 219, 221 y 222 del estatuto tributario; **los artículos 14 a 16 de la Ley 10 de 1991**, 58 de la Ley 633 de 2000 y 235 de la Ley 685 de 2001, del estatuto tributario, **quedan gravados en el ciento por ciento (100%) con el impuesto sobre la renta**”. (resaltado fuera de texto).

Se concluye entonces, que con la modificación introducida por el artículo 5 de la Ley 863 de 2003, a partir del año gravable 2004 todos los ingresos de las empresas asociativas de trabajo están gravados con el impuesto sobre la renta y complementarios, independientemente de la actividad o del origen de los ingresos.

Por lo anterior, los pagos o abonos en cuenta que se hagan a favor de las empresas asociativas de trabajo, se encuentran sometidos a retención en la fuente de acuerdo con el concepto del pago según el caso. Así por ejemplo, la tarifa de retención para los honorarios y comisiones es del 11%, por otros ingresos 3.5%, servicios en general 6%, 3% para los servicios prestados por empresas de aseo y vigilancia y 4% para el arrendamiento de bienes diferente a los bienes raíces.

ANEXO F
FOTOGRAFIAS DE LOS PRODUCTOS

ESPEJOS



FRUTEROS



LAMPARAS



MESAS



ANEXO G

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTION EMPRESARIAL
INVESTIGACION DE MERCADOS
FORMULARIO PARA RECOLECTAR INFORMACION DE NEGOCIOS COMERCIALIZADORES
DE ARTESANIAS

Estamos desarrollando un estudio de mercado en artesanías. Le solicitamos amablemente su colaboración respondiendo el presente cuestionario:

Nombre: _____ Ciudad: _____ Teléfono: _____

Fecha: _____

1. Qué clase de artesanías vende en su negocio?

TIPO	Marque con X
Barro	
Porcelanicron	
Madera	
Fique	
Otra: _____	

2. A quienes le vende su mercancía?

TIPO	Marque con X	% de participación
Turistas		
Comerciantes de menor escala		
Habitantes de la ciudad o Opio		
Otro:		

3. Donde adquiere las artesanías que vende?

4. Qué cantidad mensual vende de artesanías clasificadas por su tipo

TIPO	Cantidad
Barro	
Porcelanicon	
Madera	
Fique	
Otra:	

5. Que estratos socioeconómicos atiende?

Estrato 1 _____ Estrato 2 _____ Estrato 3 _____ Estrato 4 _____

Estrato 5 _____ Estrato 6 _____

6. Si le ofrecieramos artesanías rústicas utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región, elaboradas totalmente a mano, las adquiriría para la venta en su establecimiento?

Si _____ (siga con la pregunta 7)

no _____ (termine la encuesta)

7. Qué productos de los siguientes considera que vendería con mayor facilidad?

Lámparas _____

mesas _____

Fruteros _____

espejos _____

8. Qué cantidades considera que mensualmente podría vender de estos productos artesanales enunciados en el numeral anterior.

Lámparas _____

mesas _____

Fruteros _____

espejos _____

ANEXO H

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTION EMPRESARIAL
INVESTIGACION DE MERCADOS
FORMULARIO PARA RECOLECTAR INFORMACION DE TURISTAS QUE VISITAN EL
MUNICIPIO DE PALMAS DEL SOCORRO**

Estamos desarrollando un estudio de mercado en artesanías. Le solicitamos amablemente su colaboración respondiendo el presente cuestionario:

Nombre: _____ Ciudad: _____ Teléfono: _____

Fecha: _____

1. Qué clase de artesanías conoce y le agrada comprar?

TIPO	Conoce según el material	Le agrada comprar
Barro		
Porcelanícron		
Madera		
Fique		
Otra: _____		

2. Cuando adquiere artesanías en qué ciudad y lugar lo hace?

2.1 Ciudad: Bogotá _____ B/manga _____ San Gil _____

Socorro _____

Palmas del Socorro _____ Otras: _____

2.2 Lugar Feria artesanal _____ almacenes _____

Vendedores ambulantes _____ puntos de fábrica _____

Otro: _____

3. Por qué compra en ese lugar?

Comodidad _____ Variedad _____ Atención _____ Exclusividad _____
_____ Precio _____ Cercanía _____
Otra: _____

4. Frecuencia y cantidad de compra de artesanías

Frecuencia	Cantidad de compra
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Semestral	
Anual	
Vacaciones	
Otra:	

5. Le gustaría comprar artesanías rústicas y utilitarias con diseños exclusivos en madera de río y otros materiales de la región, elaborados totalmente a mano?

Si _____ No _____

6. De los siguientes elementos elaborados en el taller de Palmas del Socorro, por cual o cuales se inclina en el momento de comprar.

Lamparas _____ mesas _____
Fruteros _____ espejos _____

7. Con que finalidad adquiere las artesanías?

Para regalar _____
Decorar la casa _____
Recuerdo _____
Negocio _____

Otra:

MUCHAS GRACIAS

ANEXO I

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER GESTION EMPRESARIAL

INVESTIGACION DE MERCADOS

FORMULARIO PARA RECOLECTAR INFORMACION DE NEGOCIOS COMERCIALIZADORES DE ARTESANIAS QUE GENERAN COMPETENCIA

Estamos desarrollando un estudio de mercado en artesanías. Le solicitamos amablemente su colaboración respondiendo el presente cuestionario:

Nombre: _____ Ciudad: _____ Teléfono: _____

Fecha: _____

1. Qué clase de artesanías vende en su negocio?

TIPO	Marque con X
Barro	
Porcelanicron	
Madera	
Fique	
Otra: _____	

2. Donde adquiere las artesanías que vende?

TIPO	Marque con X
En diferentes departamentos	
Municipios de la región: Barichara, Curití, San Gil, Bucaramanga	
Productos exclusivos	
Fabrica talleres (región)	
Artesanos de Santander	
Importadas	
Artesanos de la ciudad	

3. Qué cantidad mensual vende de artesanías clasificadas por su tipo

TIPO	Cantidad
Barro	
Porcelanicron	
Madera	
Fique	
Otra:	

4. Elaboran algunos de los productos que comercializan en su almacén? En qué porcentaje?

Respuesta	Marque con X	Participación promedio de estos elementos en el inventario
Si		
No		

5. ¿Qué políticas de venta tiene con sus productos?

Políticas de venta	Marque con X
Exhibirlos en el mostrador	
Entregas del productos a domicilio	
Ventas a crédito	
Ventas de contado	

MUCHAS GRACIAS

ANEXO J

DISTINTIVOS DE ROPA



ANEXO K

VOLANTE



"Arte sacado de las aguas"

Espejos, fruteros, mesas y lámparas con diseños exclusivos, elaborados totalmente a mano, con madera recuperada de

Palmas del Socorro. (S.S)
tel: 7270562
Calle 6 # 5 - 48. a una cuadra del parque Principal

ANEXO L

TARJETA DE PRESENTACIÓN

